

[Accueil](#) » [Article](#) » #HAC2024 - De l'économie de l'expérience à l'IA personnalisée : le nouveau paradigme selon Joe Pin

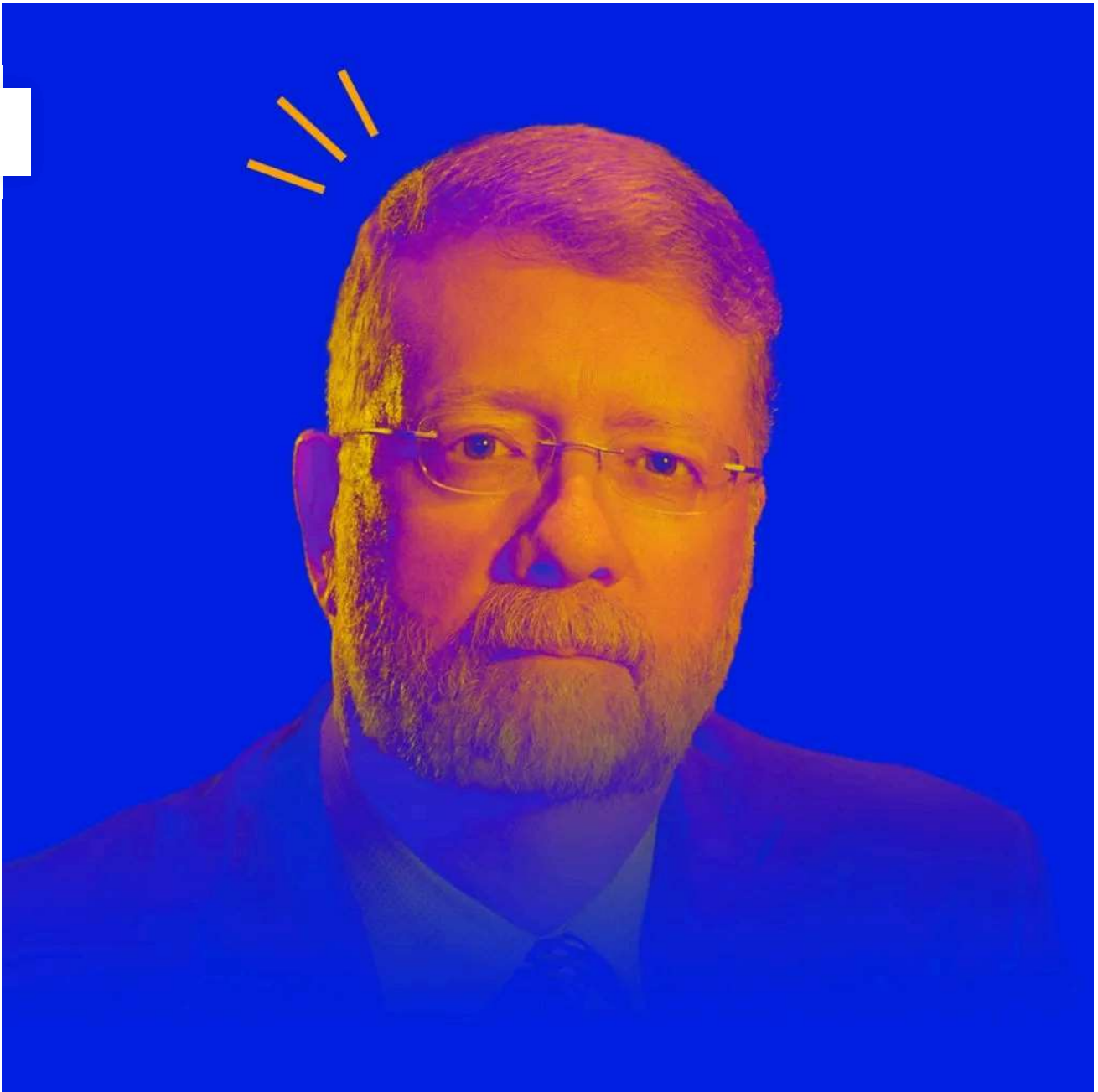
 Nouvelle recherche

#HAC2024 CX session | De l'économie de l'expérience à l'IA personnalisée : le nouveau paradigme selon Joe Pine

Lors de *The Human Advantage Conference 2024* (#HAC2024), Joe Pine, co-auteur de *The Experience Economy*, a captivé l'audience en expliquant **comment l'économie de l'expérience façonne l'avenir des entreprises.**

Pour rester compétitives, les entreprises doivent ainsi **passer d'une approche centrée sur les services à la création d'expériences mémorables et personnalisées.**

[VOIR LE REPLAY DE SON INTERVENTION](#)



Voici les quelques point clés de son intervention à #HAC2024.

L'Économie de l'expérience : un nouvel horizon

L'économie de l'expérience introduite par Joe Pine représente une ère supérieure dans l'évolution économique. Les expériences, distinctes services, ont désormais une valeur prédominante. Les entreprises qui réussissent sont celles qui offrent des expériences engageantes et

immersives ! Contrairement à celle qui proposent des biens ou services standardisés. C'est le passage du temps bien économisé (par les services) au temps bien dépensé par les expériences.

Les 4 E de l'expérience : Évasion, Éducation, Divertissement («Entertainment») et Esthétique

Joe Pine a développé un modèle des « 4 E » qui permet aux entreprises de structurer des expériences captivantes. Ce modèle inclut **l'évasion**, où l'on immerge le client dans un environnement distinct, comme c'est le cas dans les escape games ou encore chez Eataly, où les clients embarquent pour un voyage culinaire en Italie. Joe Pine a aussi évoqué **l'importance de l'éducation et du divertissement**, qui combinés permettent de rendre l'apprentissage plus plaisant et mémorable.



L'Avenir de la personnalisation avec l'intelligence artificielle

En évoquant l'avenir, Joe Pine a mis en exergue le rôle croissant de l'intelligence artificielle dans la personnalisation des expériences. Selon lui, l'avenir pourrait voir chaque individu équipé de son propre modèle IA. Une sorte d'assistant personnel capable de répondre à ses besoins uniques. Cette IA irait au-delà des simples commandes vocales ou assistants, créant des expériences personnalisées en fonction des goûts, habitudes et aspirations de l'utilisateur. Cela pourrait révolutionner la manière dont les entreprises interagissent avec les clients. Comment ? En transformant chaque interaction en une expérience profondément sur-mesure.

L'IA jouera aussi un rôle crucial dans la conception d'expériences. En aidant les entreprises à créer des storyboards, en suggérant des idées, et en analysant l'engagement des clients en temps réel, l'IA facilitera la mise en place d'expériences encore plus pertinentes et engageantes.

Vers une Économie de la Transformation



La discussion s'est conclue sur la vision de l'économie de la transformation, un concept qui dépasse l'économie de l'expérience. À ce stade évolué, les entreprises ne se limitent plus à offrir des expériences mémorables ; elles s'efforcent de provoquer des transformations significatives chez les individus. Que ce soit dans les domaines de la santé, de la richesse ou de la sagesse, ces transformations incarnent, selon Pine, la valeur économique ultime.

[VOIR LE REPLAY](#)

CUSTOMER EXPERIENCE



EXPERIENCE IS A DISTINCT ECONOMIC OFFER

EXPERIENCE MUST BE COHESIVE

THEMES CAN BE SUBTLE...

DIFFERENT REALMS OF EXPERIENCES

EDUCATIONAL

ESTHETIC

ENTERTAINMENT

ESCAPIST

DIFFERENT REALMS CAN BE COMBINED!

EMPLOYEE CAN MAKE OR BREAK THE EXPERIENCE

MEASURE THE ENGAGEMENT

IT IS ABOUT TIME WELL SPENT

"Creating Significant and Memorable Customer Experiences: Strategies for Lasting Impact"
JOE PINE

THE HUMAN ADVANTAGE CONFERENCE

Graphic recording :
AdrienLiard.com



The Behavioral Advantage



 A propos

 Rejoignez-nous

 Nos bureaux

Copyright © 2023 The BVA Family – Tous droits réservés

Mentions légales - Politique de confidentialité