

A woman with a backpack is sitting on a rocky cliff edge, looking at a smartphone. The background shows a vast, forested valley under a clear sky. The image is overlaid with a large, light blue circular graphic that frames the text.

# Expérientiel et Servicisation

L'un peut-il exister sans l'autre ?





Expérientiel versus  
servicisation, la  
surenchère

La vision de la recherche

Pistes de réflexion

# Expérientiel

## A bout de souffle ?

Croissance de 280% entre 2017 et 2020 (source McKinsey)

70% des consommateurs européens (Forrester Consulting 2022)

un **taux de conversion 10 fois plus élevé** que les canaux traditionnels e-commerce (source : [McKinsey](#), 2022)

**10 à 20 % des ventes e-commerce d'ici 2026**

Moulinex  
LE GRAND

NOUS  
CUISSONS  
TOUTE LA SEMAINE



# Business as usual

L'immersion hybride = Virtuelle+Augmentée= XR réalité  
étendue

**BURBERRY**  
LONDON ENGLAND





## Miliboo, le flagship technologique et faiseur d'ambiances

Miliboo est un Pure Player qui a su créer des magasins à ambiance. Le flagship de La Madeleine permet de voir des produits que l'on peut commander en magasin via des kiosques (écrans digitaux). Ce concept zéro stock concilie les avantages du Pure Player et du Brick and Mortar. Le design est réalisé par Miliboo, la fabrication se fait à 70% en Asie et 30% en Europe. Le numérique est un véritable outil d'aide à la vente. Les vendeurs sont là pour aider le client à naviguer entre les différentes options. L'écran est un chef d'orchestre digital. Via le kiosque, il est possible d'appeler un conseiller ou de savoir si un exemplaire du produit est exposé en boutique. On peut localiser son étage et sa zone.

<https://mariamercantiguerin.com/>



## IKEA Madeleine, le city center store le plus couru de Paris

Nous avons traversé la rue pour pénétrer dans Ikea Madeleine, le city store dont tout le monde parle. Énormément de monde, des caisses automatiques, un parcours client qui n'est plus imposé, des écrans un peu partout, des ambiances sonores très étudiées, **une véritable théâtralisation dans certains corners** (dessins d'enfant, outils de bricolage...une ambiance du quotidien et de l'intimité).

Glossier est la marque des Millennials et dispose de pop-up stores temporaires. En 2016, Glossier a ouvert son premier magasin permanent à New York.

Succès immédiat et queue de plus d'une vingtaine de minutes pour rentrer. Des hôtesse au physique Girl Next Door (une volonté de la marque qui se veut, par ailleurs, éthique, inclusive, contre les tests sur les animaux). A l'intérieur, l'expérience est très girly. Couleurs pastel, univers où le blanc domine, produits en test partout, grands miroirs éclairés et vendeuses équipées de tablette pour prendre votre commande, vous conseiller, faire un bilan. Vos produits sont à aller chercher à un petit comptoir.





Le Time Out de Dumbo repose sur la promesse d'attirer les meilleurs chefs pour proposer des expériences culinaires exceptionnelles. Le lieu se veut moderne et très technologique. Installé dans une magnifique bâtisse qui était à la base une fabrique de cigares, Time Out tire son nom d'un magazine de détection de tendances urbaines. Tous les restaurants implantés à Time Out ont une autre implantation plus centrale mais Time Out les a attirés par son côté moderne et culturel. Les grandes tables qui se veulent "communautaires" côtoient les œuvres d'art et les expositions temporaires. L'indispensable Roof Top offre une vue incroyable sur le pont de Brooklyn. Lorsque nous l'avons visité à l'heure du déjeuner, il était vide..



dans des flagships à la gloire de marques qui créent des territoires esthétiques et puisent dans des références artistiques, culturelles ou historiques. Quelques exemples. **Stretch Angels**, marque de mode qui a conçu son flagship autour du concept du voyage avec salle d'embarquement, portes de chambres d'hôtel, piscine remplie de ballons et plantes exotiques. La marque est accessible, girly et vise les sud-coréens urbains et jeunes d'où les codes couleur très pastels et le rose comme dominante.



Stretch Angels sur Instagram

Bruno a une double culture italo-française. Il revient sur le **concept d'Eataly "Eat, Shop and Learn"**.

A Turin, lieu de naissance du groupe, on mange au milieu des courses. d'où l'idée de ces restaurants parfaitement intégrés dans l'espace commercial. Tout est esthétique chez Eataly, esthétique et authentique : les produits, les sept points de restauration, les comptoirs permettant de boire un café et qui ressemblent aux bistrotis parisiens. Un vrai accent est mis sur la fraîcheur et l'artisanat : four à pain, boucherie, cave à vins, fruits et légumes. La cave à vins est la plus grande cave à vins italiens de la capitale avec plus de 1200 étiquettes. Ce qui nous a le plus impressionné est la cave d'affinage des fromages, odorante et véritable ode à l'art fromager.



Une recherche permanente de l'esthétique





## Le métavers, un désert numérique

Apparemment, la plupart des internautes **abandonnent le métavers** après un mois. Après quelques passages, ils cessent de se connecter à Horizon. Le nombre d'utilisateurs s'est d'ailleurs fortement contracté depuis le printemps. En début d'année, Meta revendiquait encore 300 000 utilisateurs.

« *Un monde vide est un monde triste* », résume Meta dans sa note interne.

Les mondes numériques mis au point par Meta, comme *Hot Girl Summer Rooftop Pool Party* et *Questy's*, sont complètement désertés. De plus, les mondes conçus par des utilisateurs d'Horizon sont trop peu visités par les autres. Meta estime que seulement **9 % des univers développés par des joueurs** attirent au moins 50 personnes. La plupart des espaces ne sont jamais visités. Notez qu'il y a moins de 1 % des usagers qui conçoivent leurs propres univers.

Même son de cloche du côté des employés de Meta. D'après un autre document interne, **les salariés du groupe ne se connectent presque jamais à Horizon Worlds.** Il



# L'expérientiel hors magasin, retour aux sources

Prenons le géant de la technologie Apple. Il a récemment organisé des "[promenades photo](#)", au cours desquelles un employé guide les consommateurs dans un lieu et leur apprend à réaliser de belles photos depuis leur iPhone.



Promenade photo : Réaliser des portraits en extérieurs



# L'hybridation des concepts

## L'hybridation des concepts

Cette hybridation permet de mêler des atmosphères ou des sources d'inspiration parfois très éloignées de la marque. L'exemple que j'ai eu envie de retenir est celui de Starfield, vrai centre commercial mais également vraie bibliothèque située à Seoul.



starfield.library • S'abonner

starfield.library  
[별마당 도서관 인생글귀 이벤트]

당신의 마음을 위로해 준  
책 속 인생 글귀는 무엇인가요?   
책에서 발견한 좋은 문구를 공유해주시요!

주침을 통해 스타벅스 아메리카노 ☕  
와 함께  
당첨된 분들의 글귀는 캘리그래피,  
이미지로 제작해  
별마당 도서관 SNS에서 만나실 수  
있습니다.  
자세한 내용은 댓글을 확인해주세요!

\*주최 당첨작은 별마당 도서관 SNS 큰  
던츠로 활용됩니다.

별마당도서관 | 별마당도서관 | 별마당도서관



954 J'aime

24 SEPTEMBRE

Ajouter un commentaire...

Publier

Retail Bibliothèque



# La redécouverte des services

# Decathlon à Lyon

Ici, vous pouvez scanner votre pied en 3D pour découvrir la meilleure chaussure pour vous, vous pouvez faire thermoformer votre chausson de ski pour aller skier sans risque de douleur, vous pouvez essayer les tentes en réalité virtuelle, vous pouvez tester les produits chez vous gratuitement pendant 10 jours, vous pouvez faire réparer en express votre chambre à air... Et cette liste n'est pas exhaustive. Vous pouvez aussi par exemple prendre rendez-vous avec un personal shopper.



# Des services axés sur l'expérience client

Un magasin qui ressemble à son quartier. Cela a permis de bâtir ce premier concept store pour l'entreprise, avec des enjeux de transformation majeurs pour l'enseigne. On a renforcé notre singularité et parfois bouleversé notre business model, mais toujours avec ce fil directeur : comment contribuer à mettre les Lyonnais au sport ?

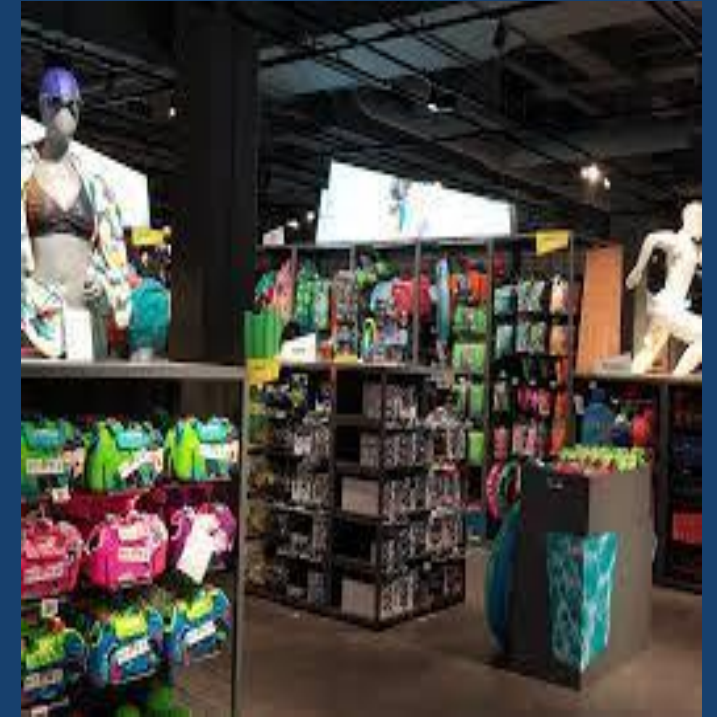
Transformer notre parcours d'achat, pour en faire un parcours qui ne soit plus subi mais qui provoque une expérience. On a retravaillé l'éclairage, l'agencement, les lumières, le sol, la signalétique... Au final, à part les produits, rien n'est commun avec un autre magasin Decathlon. Les choix ont été faits avec les habitants et les personnes travaillant dans le quart





# Magasin Plateforme, collaborative, locale

- ✓ En travaillant sur ce magasin, nous avons voulu développer un écosystème. Cela a nécessité que nous nous reconcentrions sur notre **cœur de métier : innover dans les produits, les fabriquer et les distribuer** avec des collaborateurs passionnés. Pour tout le reste, nous nous sommes entourés de **partenaires**, en imaginant le magasin comme une plateforme où différents acteurs viennent se connecter.
- ✓ Une **startup** répare les vélos de nos clients à domicile ou sur leur lieu de travail, une entreprise livre nos clients en deux heures, un artiste lyonnais personnalise les produits... **Nous sommes aussi associés à des nutritionnistes, des ostéopathes, des kinés, qui viennent dans le magasin pour des conférences ou des ateliers.**
- ✓ Des coachs extérieurs organisent également des sessions d'activité sportive, que nous proposons à des prix très bas. Nous ne cherchons pas à gagner de l'argent en faisant cela. Nous visons juste une opération blanche. Plus les gens pratiqueront un sport, ou se remettront au sport, plus nous répondrons à notre promesse, et plus un cercle vertueux s'instaurera dont profitera Decathlon au long cours.



# Intégration du digital au service ET à l'expérience

Nous n'avons surtout pas voulu en faire une expérience à part. Le digital doit juste être une réponse pour rendre l'expérience encore plus agréable en s'intégrant naturellement dans le parcours. Soit une réponse pour proposer une offre plus importante, avec des écrans par exemple pour commander en ligne des articles de sport que nous ne vendons pas comme le golf ou l'équitation, avec la possibilité d'être livré en 2 heures. Soit une réponse pour réenchanter la relation client.



Cabines connectées  
Montres connectées  
Paiement mobile

Une application qui permet au welcomer, la première personne que l'on voit en arrivant, de prévenir qu'un pratiquant de randonnée arrive dans le magasin et qu'il voudrait être conseillé. Une notification est envoyée sur la montre de tous les collaborateurs de la randonnée, qu'ils acceptent ou pas s'ils sont déjà occupés.



# Service et nouveau segment de marché (Office dépôt)

Sous le nom de Workonomy Hub, Office Depot fait plus qu'ouvrir un simple espace de co-working dans ses magasins. L'enseigne propose un ensemble de services pour les travailleurs indépendants et les patrons de TPE : des services d'impression, d'expédition, de marketing, de conciergerie, d'assistance technique, etc.

## Coworking Services

A coworking space to  
Connect, Create, Collaborate



### Calling all freelancers, remote workers and small businesses!

Working from home not working for you? Feeling a little distracted by your new normal? Your neighborhood coworking space is here to help you keep business going!

From dedicated desks to private offices, there's a space that fits your work style. Whether you're looking for a long-term solution, or just want to stop by for a change of scenery or to polish off your presentation in peace...we've got your back. We're taking extra precautions during these times, including mask requirements in all areas (excluding private offices) and social distancing measures.



# Service et nouveau segment de marché (Tide)

Tide.

- ✓ Cette marque du groupe Procter & Gamble (près d'un cinquième des ventes de lessives liquides aux États-Unis) vient de lancer Tide Cleaners, un service de blanchisserie et de pressing. Son objectif : disposer de 2 000 boutiques aux États-Unis d'ici 2020. Tide possédait déjà un embryon de réseau de laveries. Mais la marque veut aujourd'hui structurer cette offre et l'étendre à tout le pays en apportant un réel service.
- ✓ Concrètement, Tide Cleaners s'appuiera sur des pressings traditionnels mais surtout sur des casiers de dépôts accessibles 24h/24 et 7j/7 dans des halls d'immeubles ou dans des commerces de proximité.
- ✓ Ces casiers sont utilisables via l'application Tide Cleaners, qui envoie une notification une fois les vêtements lavés et ramenés dans le casier.



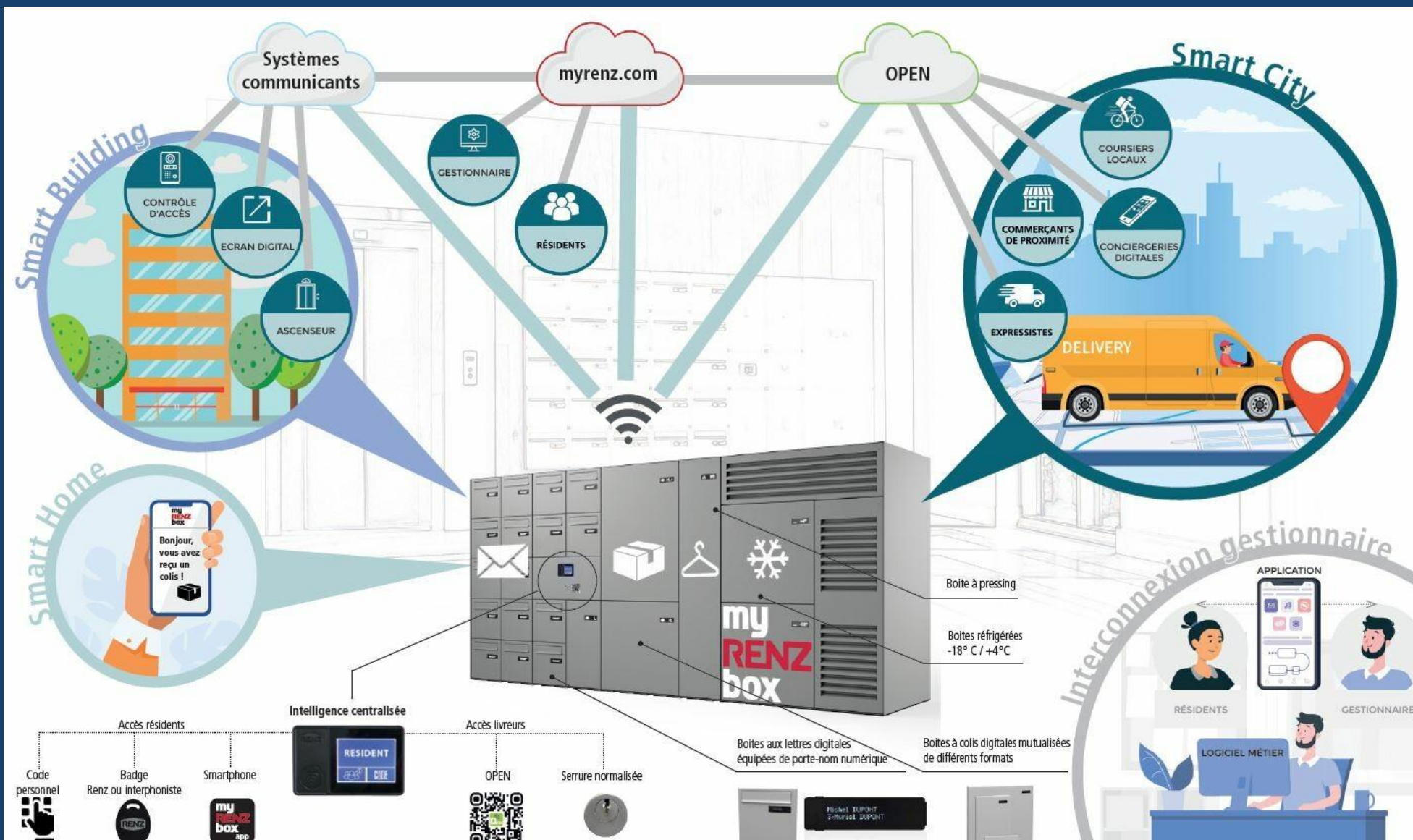
# Service et nouveau segment de marché (CVS)

Vous devriez bientôt pouvoir entrer dans une pharmacie CVS avec votre ordonnance dans une main et un tapis de yoga dans l'autre. » C'est ainsi que le site USA Today résume le nouveau concept de magasins qu'expérimente CVS, la première chaîne de pharmacies américaines, dans trois de ses emplacements à Houston dans le Texas.

Le principe de ce nouveau format de pharmacies : accorder 20 % d'espace en moins à la vente pour les consacrer à des services liés à la santé. Les clients peuvent s'y faire vacciner, mesurer leur pression sanguine ou leur taux de diabète, avoir des conseils pour une meilleure hygiène de vie, rencontrer un diététicien pour apprendre à mieux manger, etc. Jusqu'à pouvoir y suivre des cours de yoga ou d'autres disciplines sportives.



# Les services RH



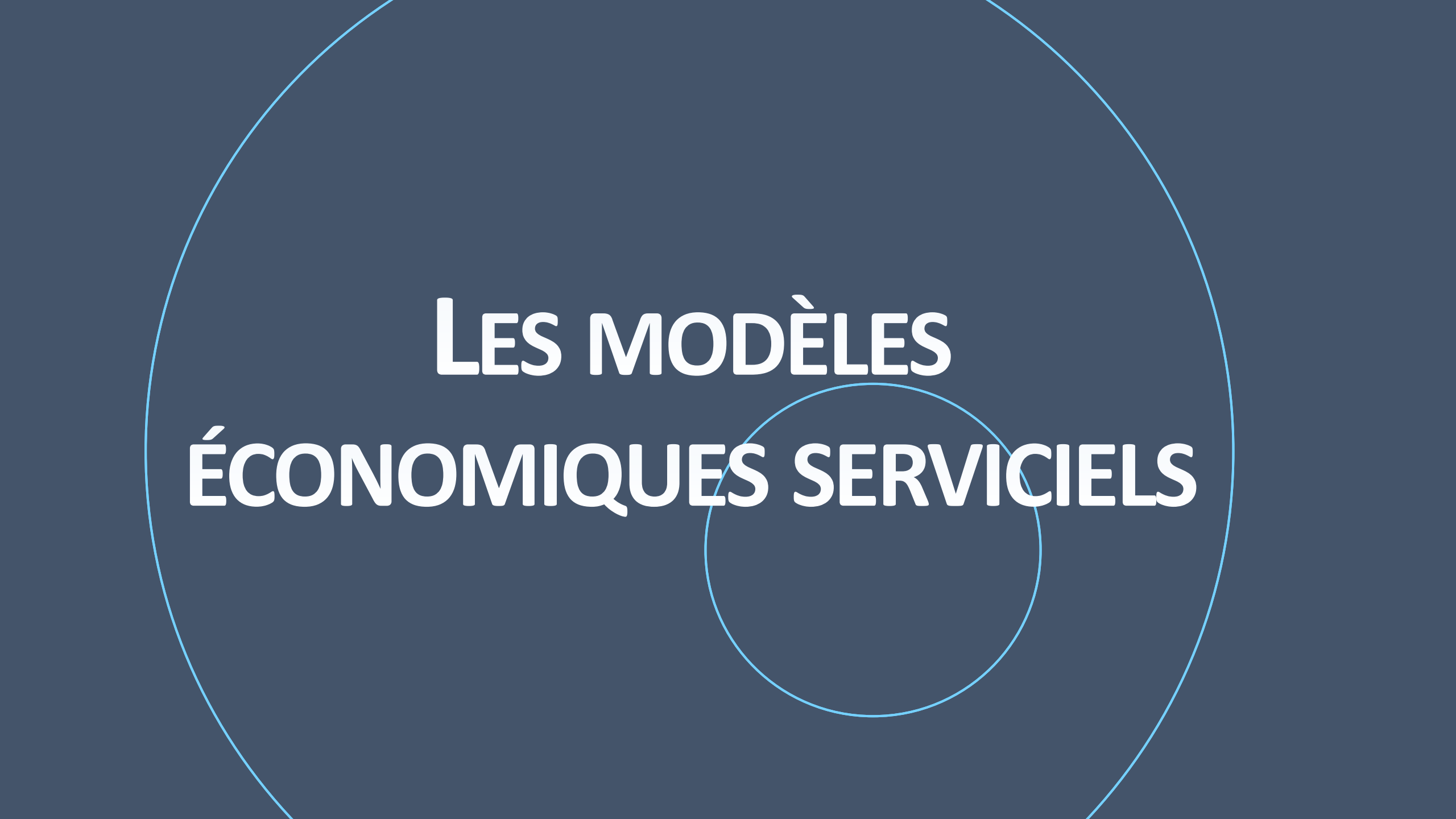


# Hybridation des bonnes pratiques



Pharmacie haut de Marne



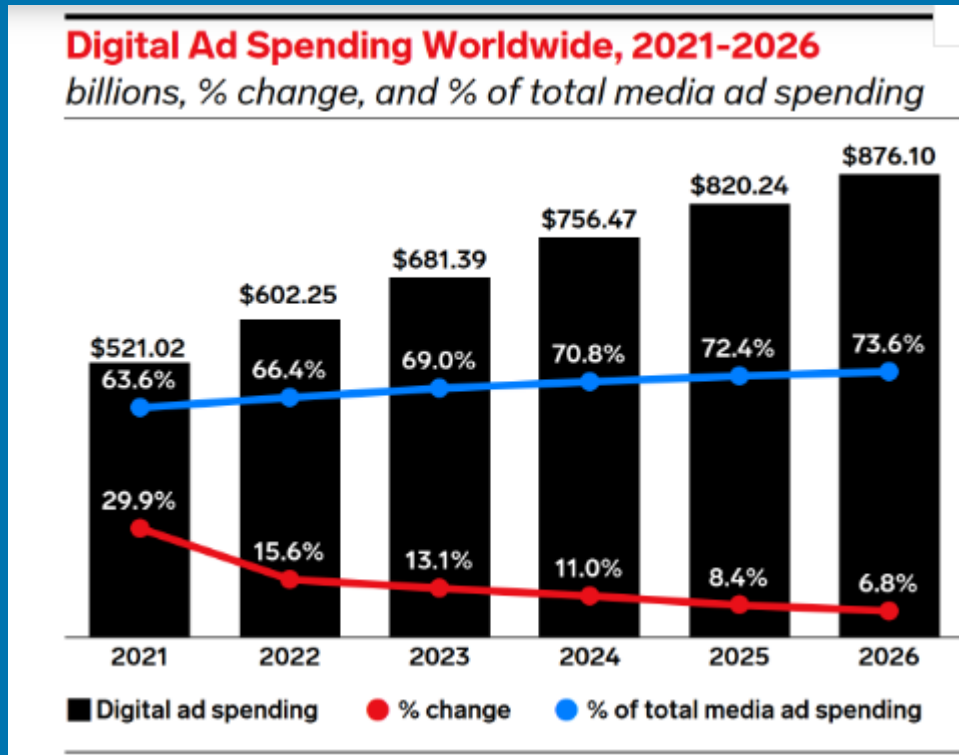


# LES MODÈLES ÉCONOMIQUES SERVICIELS

"Il semble que nous soyons entrés dans un ralentissement économique qui aura un large impact sur le secteur de la publicité numérique", a déclaré Mark Zuckerberg, PDG de Meta...

# Une crise de modèle

## L'effondrement du modèle publicitaire ?

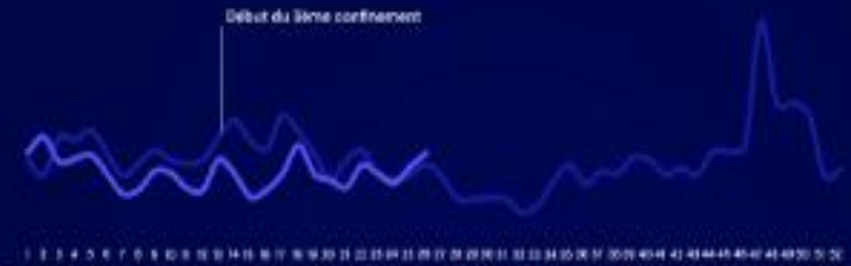


emarketer

### Bilan e-commerce France By Foxintelligence

1er semestre 2022

Le recul observé au Q1 2022 se confirme et s'accroît au Q2



-8%  
Q1 2022 vs Q1 2021

-11%  
Q2 2022 vs Q2 2021

-10%  
H1 2022 vs H1 2021

-8%

Moins d'acheteurs actifs en e-commerce sur le 1er semestre 2022

-18€

Des dépenses en ligne par acheteur actif plus faibles (192€ en moyenne)

-0.8

Un nombre moyen d'actes d'achat en ligne plus bas (14.0 actes par acheteur)

Mais de nombreuses catégories en recul vs 2021, restent très dynamiques par rapport à 2020

Près de 20% des achats online de mode sont désormais réalisés sur de la seconde main



Service APV digital pour  
consommateurs au bord de la  
crise de nerf !!!

THE WALL STREET JOURNAL.

Subscribe | Sign In

Home World U.S. Politics Economy Business Tech Markets Opinion Books & Arts Real Estate **Life & Work** Style Sports

Search 

HEALTH & WELLNESS

# Adults Are Throwing Tantrums—in Restaurants, Planes and at Home. Blame the Pandemic.

Restaurant servers, airline workers and customer-service trackers report a wave of blowups rooted in pandemic-related stress



# RETAIL AS A SERVICE

- Retail as a service, en référence au modèle Software as a service (SaaS) qui veut que, schématiquement, le client n'achète pas un logiciel mais s'abonne pour en avoir l'usage sur un serveur distant.
- Interrogés par l'Observatoire des consommations émergentes, 77 % des Français déclarent par exemple privilégier l'usage à la possession (source, Obsoco)



@MERCANTIGUERIN



L'application Casino Max qui réalise, aujourd'hui, 30 % du CA –, mais aussi sur les encaissements, le e-commerce, le commerce conversationnel avec des réseaux comme WhatsApp, la digitalisation du catalogue, le divertissement ou encore le live shopping et le shop-in-shop, notamment sur le textile



Le kiosque rouge à la couleur de la marque devrait être déployé chez Monoprix comme chez Monop', où la « posture servicielle » fait partie des axes de différenciation majeurs. Même succès pour le comptoir de l'entrée, qui propose des produits confectionnés sur place.



@MERCANTIGUERIN



# LE MODÈLE DISTRI-RATION

Picard affirme gagner moins d'argent avec ces espaces de restauration qu'avec ses habituelles ventes de surgelés. « Il n'y a jamais rien de plus rentable pour nous qu'un bac de surgelés, mais c'était une demande de nos clients, explique Philippe Dailliez, le PDG de Picard. Un quart de nos magasins pourraient accueillir un snack-bar pour un coût raisonnable. »



@MERCANTIGUERIN

# LE MODÈLE QUICK

À Paris et dans son agglomération, 1,6 % des foyers ont testé la livraison de courses en quick commerce (Gorillas ou autres) selon Kantar, proposée pourtant depuis seulement cinq mois. Avec des assortiments de 2 000 ou 3 000 produits, des prix parfois plus bas que la moyenne de la proximité, une promesse de livraison ultrarapide et des moyens de communication puissants...

*Flink*

**+2.000 produits du  
quotidien livrés en  
quelques minutes**

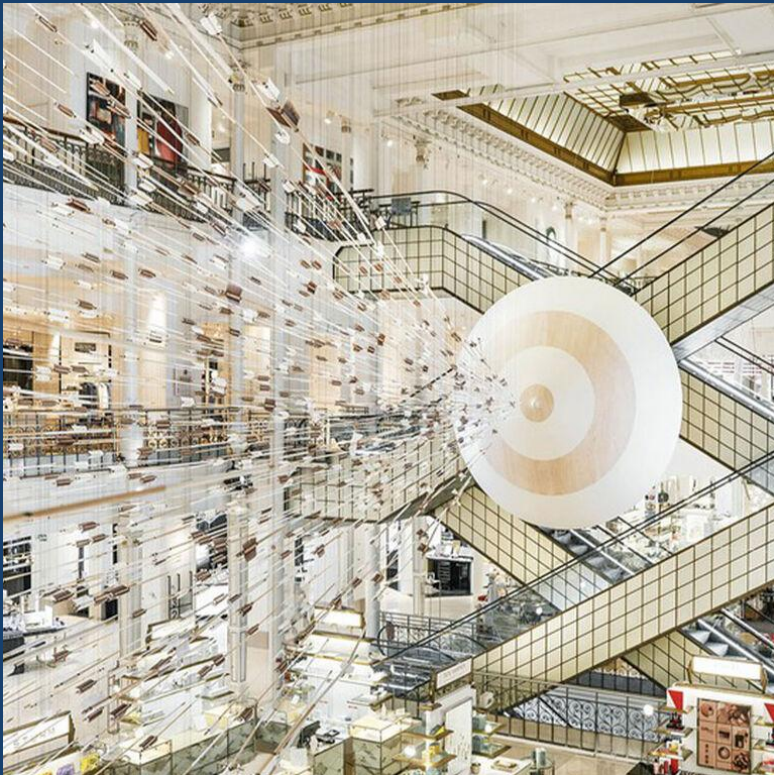
Vos marques préférées à prix supermarché.  
Livraison 7j/7 de 8h à minuit.



@MERCANTIGUERIN

# LE MODÈLE RENTAIL

Ce terme « rentail », une hybridation entre retail et location mais aussi d'autres approches servicielles, vise à montrer qu'un autre modèle de consommation est possible...



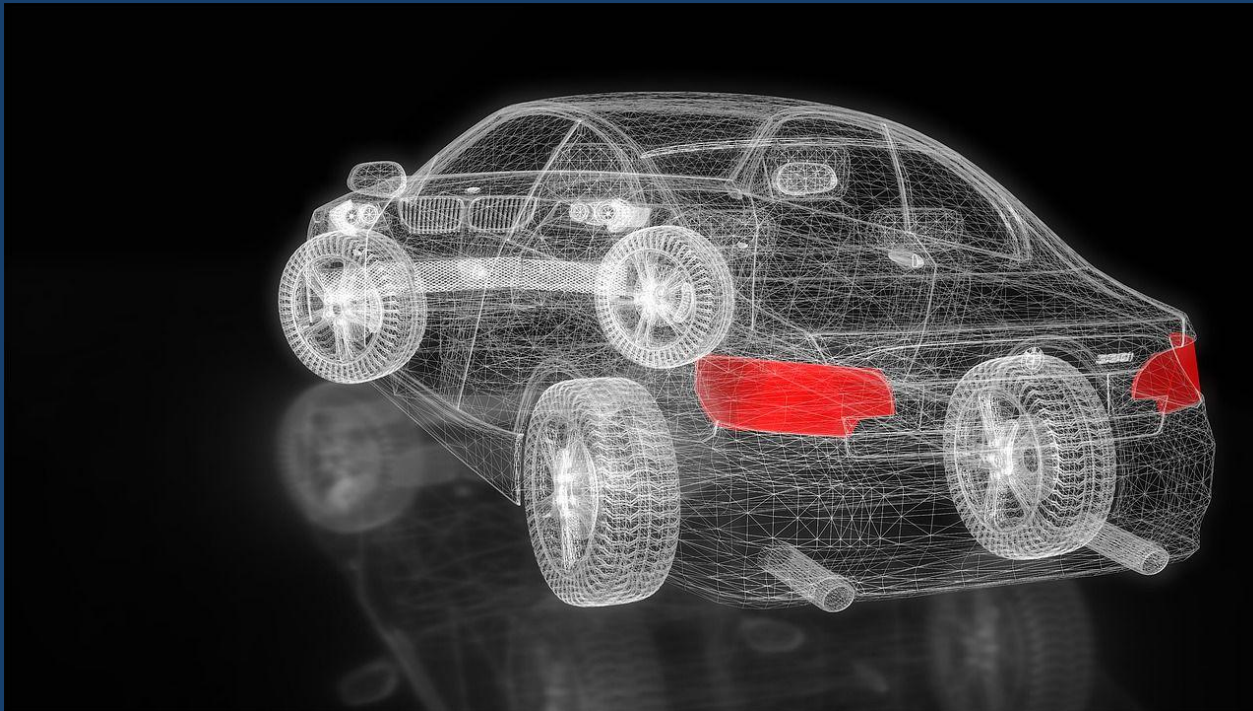
À Paris, le Bon Marché vient par exemple de lancer un service de location de vêtements de luxe en partenariat avec le site Armarium, relate FashionNetwork. Mais des gammes de vêtements plus casual sont aussi concernées. Depuis le début de l'année, American Eagle propose un abonnement à 49,95 dollars par mois permettant de bénéficier en permanence de trois articles, et en pouvant en changer de façon illimitée.



@MERCANTIGUERIN



# LE MODÈLE PLATEFORME ET COOPETITION



Des puces Nvidia, Intel  
Une fabrication Daimler, Ford  
La technologie Lidar indispensable pour la voiture autonome (capteur de détection et d'estimation de la distance par la lumière)  
Le mapping grâce à TomTom  
Le **cloud** Microsoft  
L'OS BlackBerry

LA VOITURE BAIDU



@MERCANTIGUERIN

# LE MODÈLE PLATEFORME ET COOPETITION

- Début 2019, en Allemagne, Daimler et BMW ont mis un milliard d'euros sur la table pour développer ensemble un écosystème de services autour de la mobilité.
- Leur inquiétude était de devenir dépendant des systèmes de mobilité déployés par les Gafa. Ils ont donc cherché à développer leurs propres solutions, tout en restant concurrents sur la production de voitures.

## Problématique lien client

- Monoprix a par exemple installé à Paris deux « dark stores », des magasins uniquement conçus pour préparer des commandes livrées par Amazon. Dans un récent article du Monde, le directeur de l'e-commerce alimentaire de Monoprix a reconnu que ce n'étaient plus ses clients, mais ceux d'Amazon...



# LE MODÈLE ABONNEMENT - SERVICE

Depuis la fin 2018, Bridgestone déploie des forfaits mensuels pour les pneus des voitures. Son offre Mobox, à partir de 7 € par mois, permet de profiter de pneus, de leur montage, d'une garantie complète en cas de détériorations, ainsi que de divers services : vérification et permutation des pneus, contrôle du parallélisme, etc.

The logo for Bridgestone, featuring a stylized 'B' with a red and white triangle to its left, followed by the word 'BRIDGESTONE' in a bold, black, italicized sans-serif font.

@MERCANTIGUERIN



# LE MODÈLE LEARN OU PLAY TO LEARN

L'idée de vendre des box avec les ingrédients exacts pour faire des recettes s'est développée sur Internet, souvent par abonnement. C'est ce que proposent en France Quitoque.fr, Foodette.fr ou encore HelloFresh.fr.



@MERCANTIGUERIN

# LE MODÈLE FAB-LAB

Kiabi entend attirer des clients en magasin en proposant des ateliers « do it yourself », relate le site FashionNetwork. L'enseigne de mode teste ainsi un nouvel aménagement dans son point de vente de Reims : un espace de 100 mètres carrés, baptisé « L'Atelier, du bonheur à partager », qui organise différents cours pour prolonger la durée de vie des vêtements.

Trois types de sessions sont proposés : couture et réparation, customisation et création. Ces ateliers sont payants (de 10 à 20 euros) et durent entre une et deux heures.



@MERCANTIGUERIN



# **LA VISION DE LA RECHERCHE**



- Thématiques des articles les plus cités dans les 11 premières revues en marketing selon Google Scholar (2017-2020)

- Corpus (1)

Industrial Marketing Management  
Journal of the Academy of Marketing  
Science  
Journal of destination Marketing  
Management  
Journal of Marketing  
International of Bank Marketing  
International of Bank Marketing  
Journal of marketing research  
Journal of Interactive Marketing  
Journal of Business Research  
Journal of hospitality marketing &  
management  
Journal of hospitality marketing &  
management

- Corpus (2)

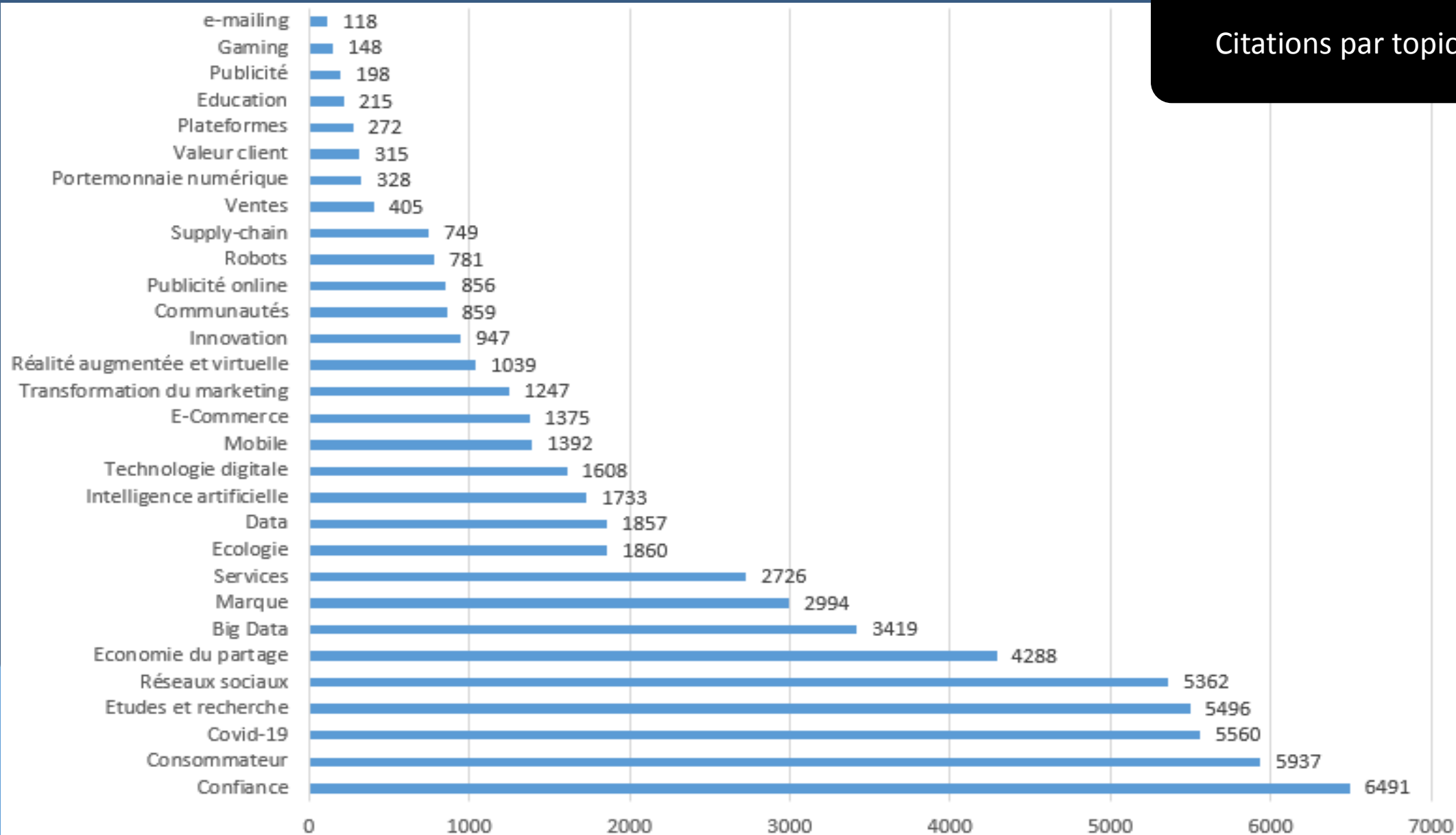
161 Articles analysés

- Thématiques

29 thématiques retenues



## Citations par topics



Article le plus cité par année de publication

Georgios Zervas, Davide Proserpio, John W. Byers

H Seraphin, P Sheeran, M Pilato

H Snyder

2607

566

2806

1217

■ 2017

■ 2018

■ 2019

■ 2020

- Journal of Marketing Research
- The rise of **sharing economy** : estimating the impact of Airbnb on the hotel industry

- Journal of destination Marketing Management
- **Over-tourism** and the fall of Venice as a destination

- Journal of Business Research
- **Literature review** as a research methodology

- Journal of Business Research
- Effects of **covid-19** in Business Research



@MERCANTIGUERIN

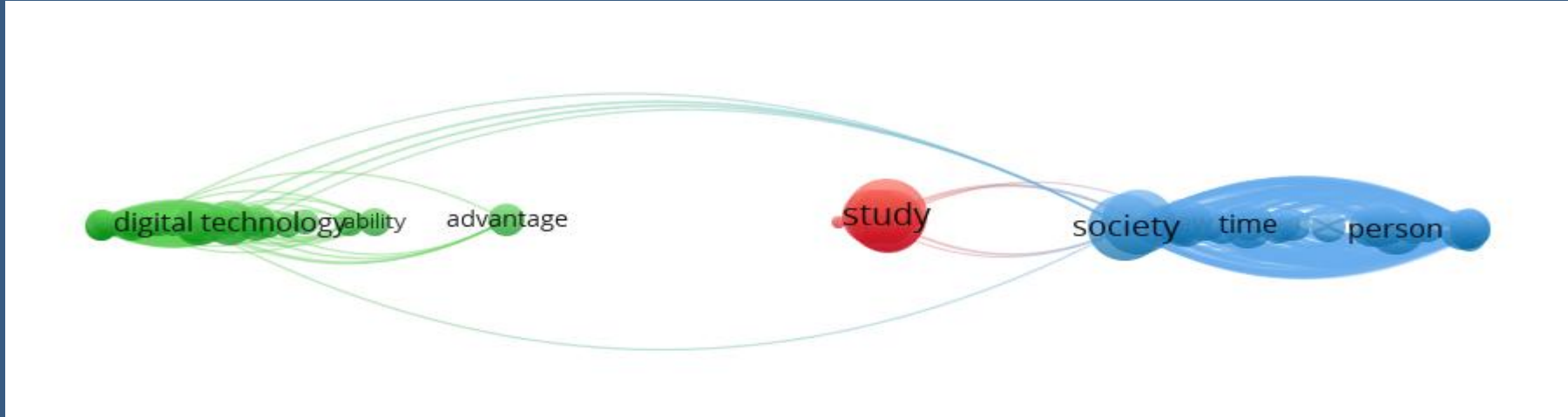
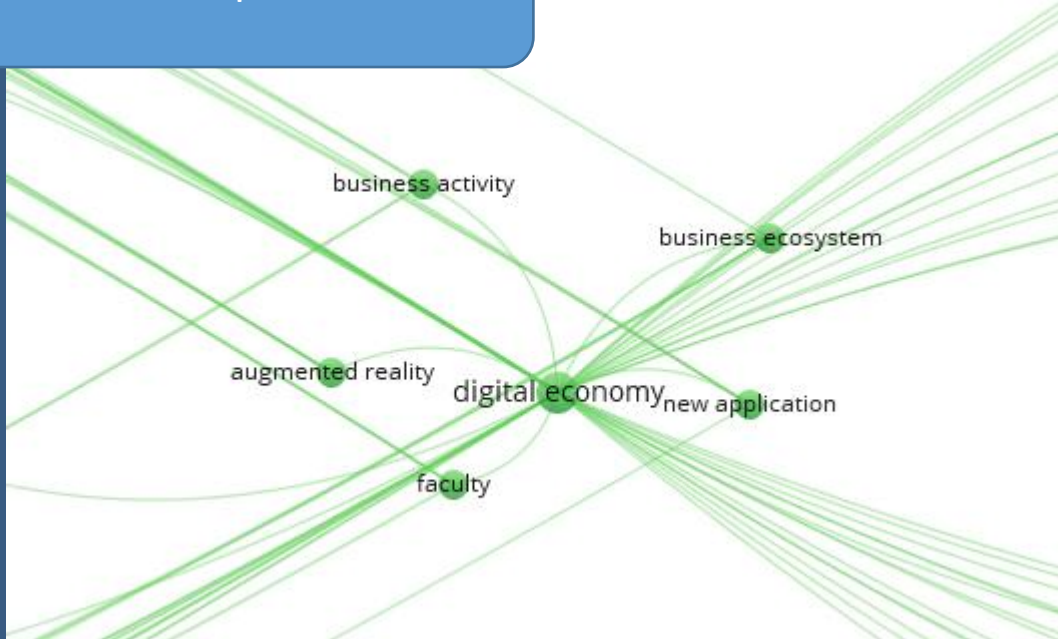








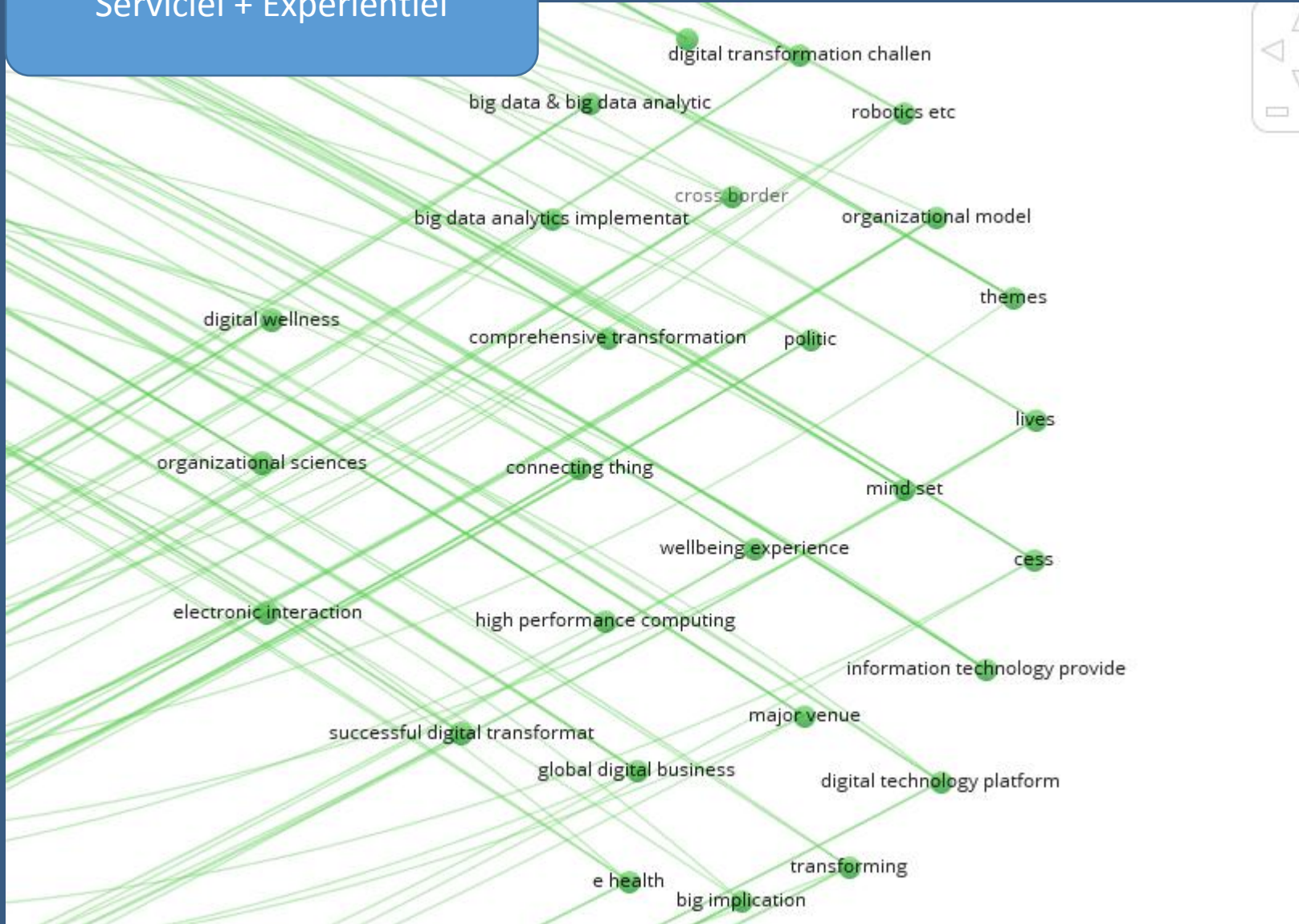
# Serviciel + Expérientiel



@MERCANTIGUERIN



# Serviciel + Expérientiel



@MERCANTIGUERIN



1

La servicisation à l'ère numérique  
Editorial Journal of Service  
Management  
Vol. 33 n° 1, 2022  
pp. 59-69

2

**Transition** d'une entreprise d'un modèle et d'une logique d'entreprise centrés sur la vente de produits vers un modèle et une logique d'entreprise davantage axés sur **les services**, qui visent à faciliter la **création de valeur** pour le client par le biais de services et de **solutions** avancés.

3

+ **Croissance durable**  
+ **Rentabilité plus élevée que les modèles centrés produit**  
+ **Avantages concurrentiels**  
+ **de résistance aux crises**

4

**Recherche**

**Hétérogénéité – Problem Solving**  
**Réconciliation praticiens et recherche**  
**Créativité des mécaniques**  
**Stratégie-Commerce-Marketing**

5

**Options différentes de croissance des services**  
**Services qui prolongent la durée de vie ou augmentent le temps de fonctionnement du produit**  
**Logiciels et services personnalisés et intégrés.**



# Servicisation numérique

Les technologies numériques ont ouvert de nouvelles possibilités de création de valeur et de génération de revenus par les services, ce qui a accéléré la servitisation.

## **Numérisation versus digitalisation**

### **L'exemple de l'industrie musicale**

**Protection du modèle commercial centré sur le produit (Kowalkowski et al., 2021).**

**Compromis entre les options stratégiques, en modifiant non seulement les processus et les relations intra et interentreprises, mais aussi la dynamique globale de l'écosystème des services (Kapoor et al., 2021).**

## **Heat as a service - décarbonisation**

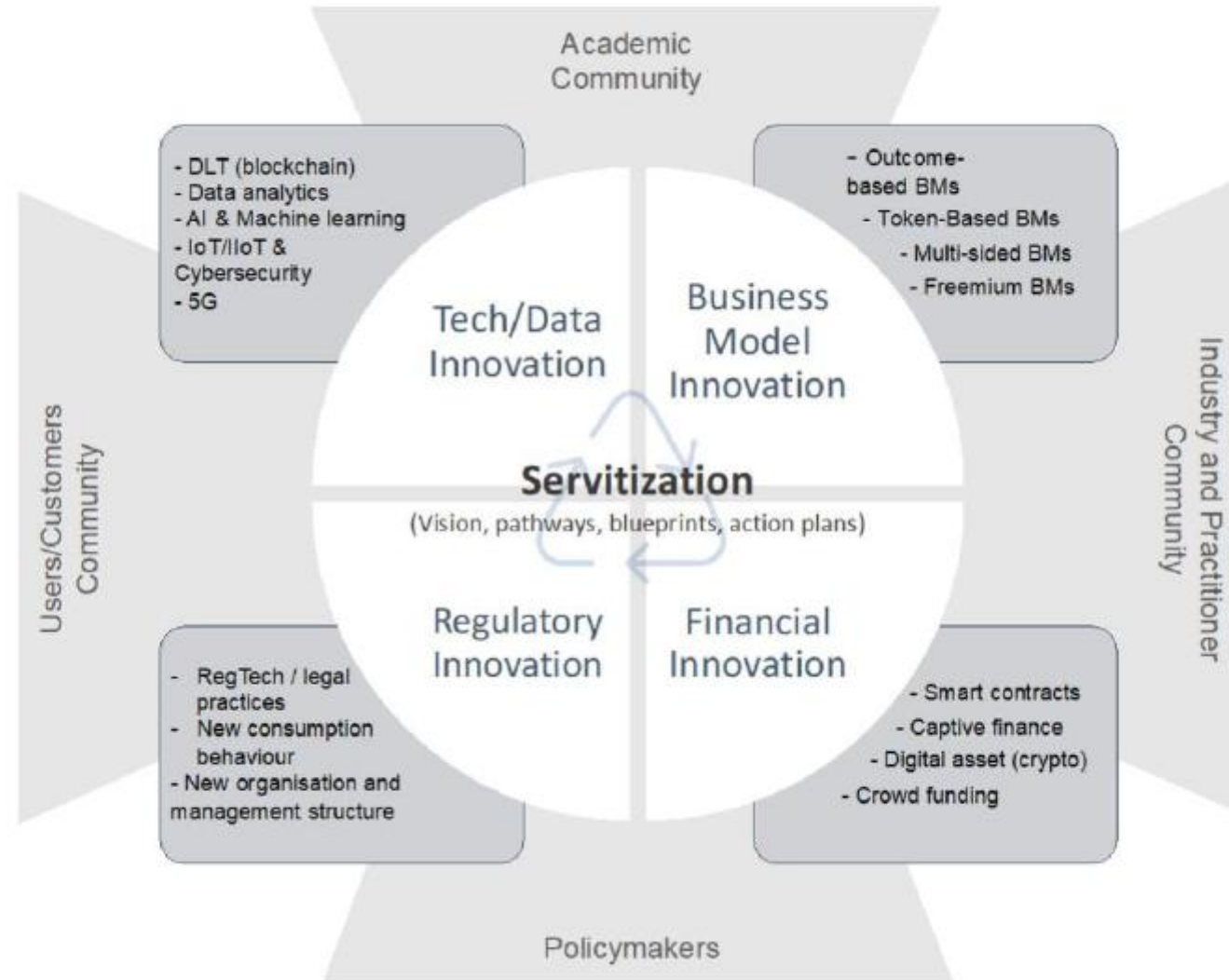


Figure 1.  
Vision holistique des innovations pertinentes pour la servitisation

# Questions....

Innovations  
technologiques  
Données

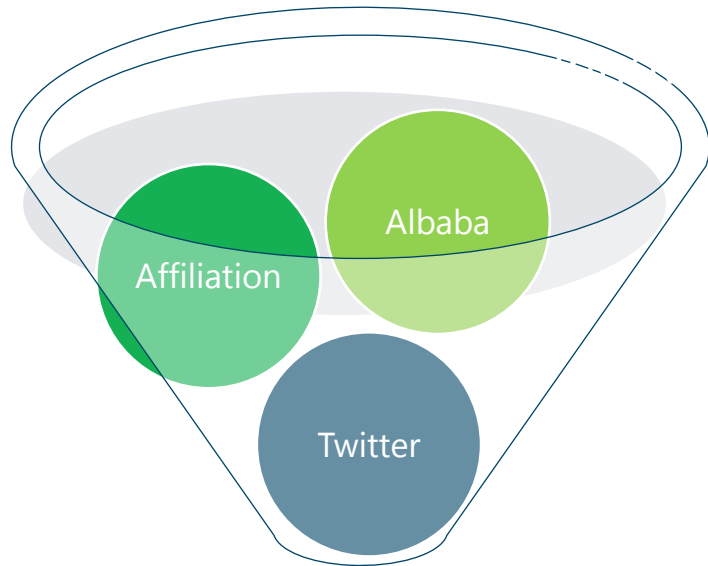
Innovations des  
modèles  
d'entreprise

Innovations  
financières

Innovations  
réglementaires



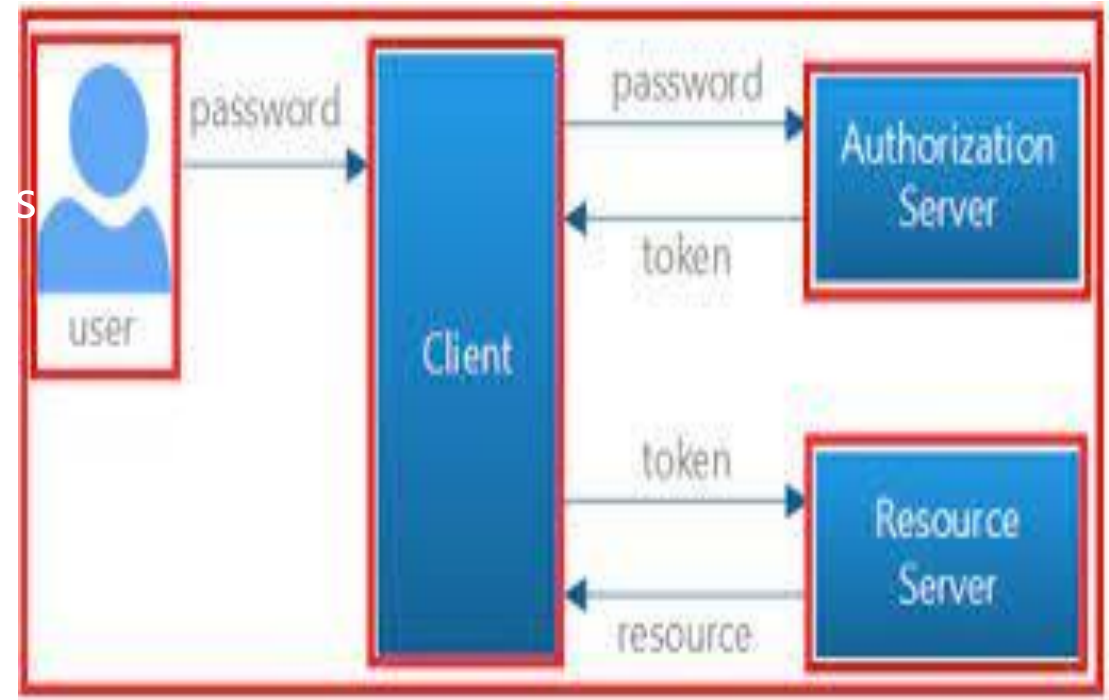




Connexion  
Plateforme

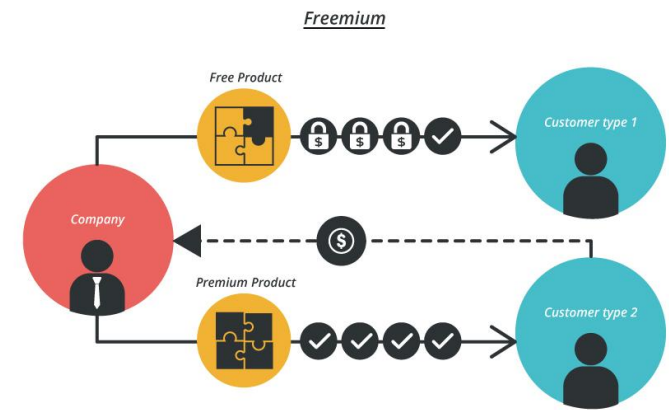
Multi-Sided Platform

Problème de l'attribution



Token Model

Freemium  
LinkedIn



Business Model Toolbox

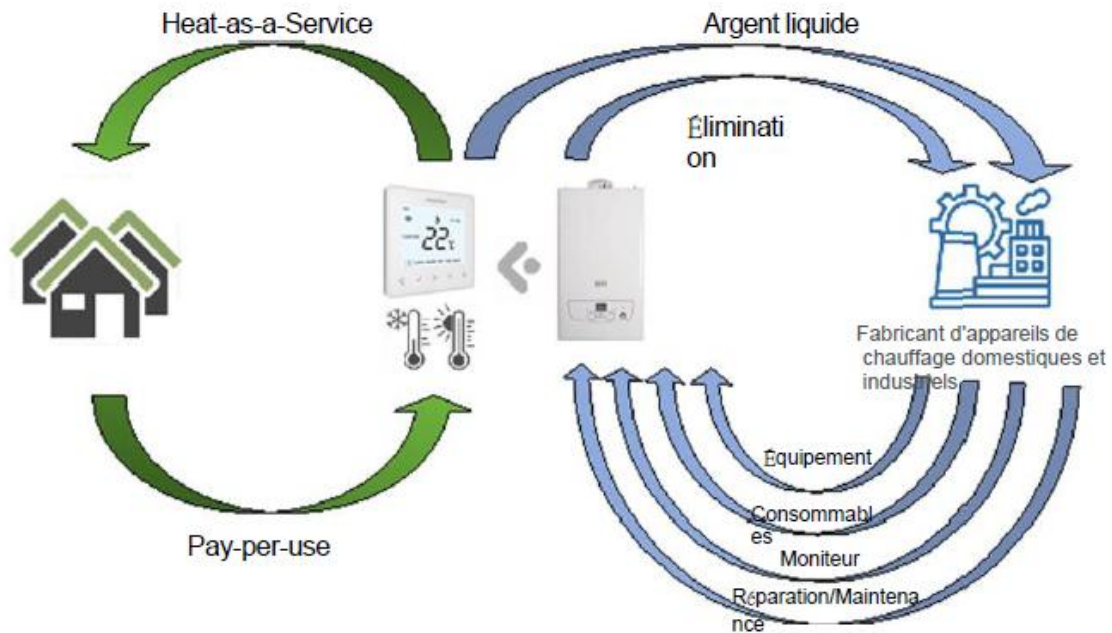


Figure 2.  
Service de chauffage à la demande

Source(s) : Adapté de Baines *et al.*, 2007

Pay per Use

Abonnement



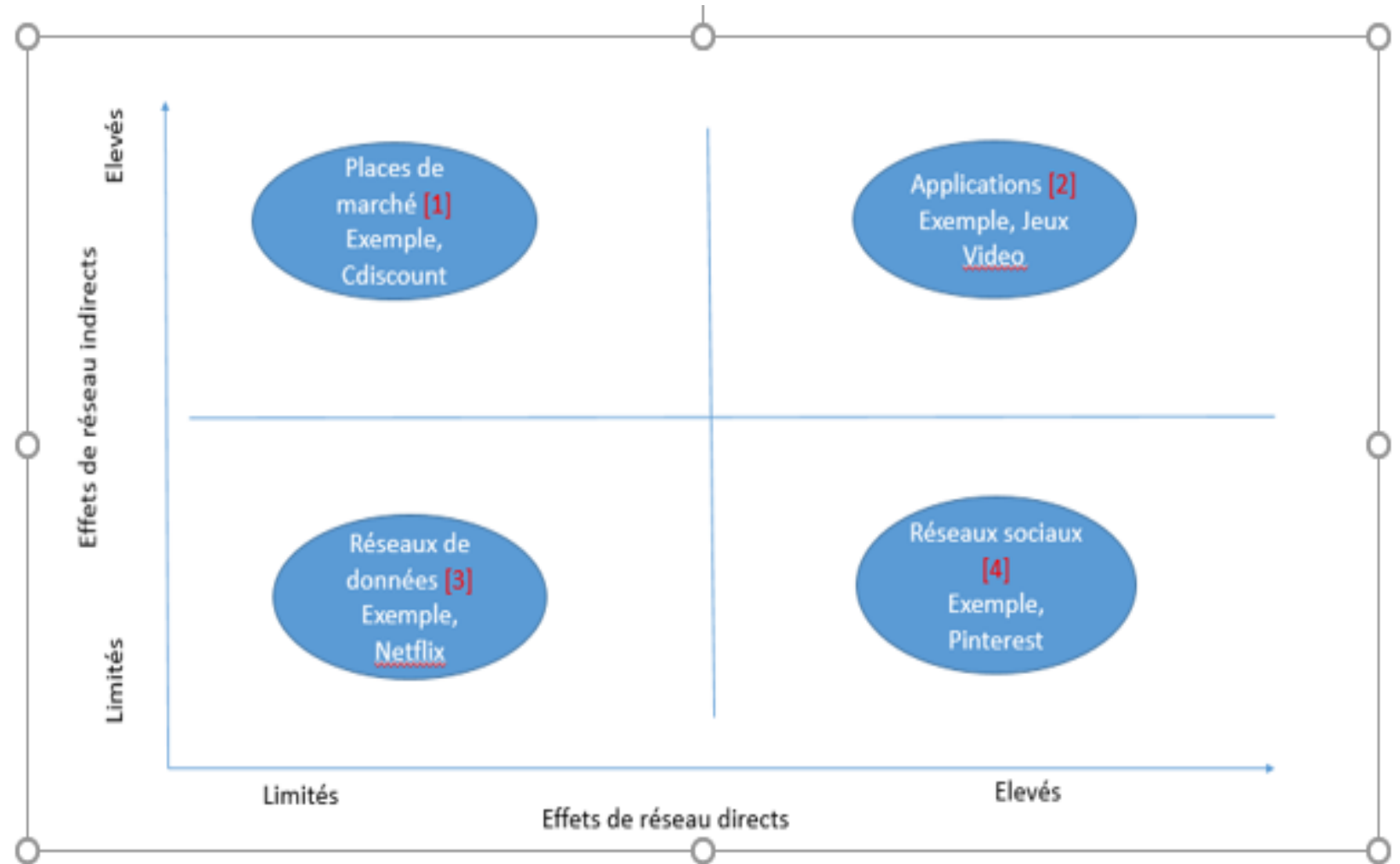
Abonnement+ Data-  
Publicité  
Netflix

Data - Publicité



Les effets de réseau direct concernent des biens, services ou technologies qui n'ont de valeur d'usage que dans leur fonction de moyen de communication, d'interaction ou de synchronisation entre individus. C'est le cas de LinkedIn ou de Messenger.

Les effets de réseau indirect concernent des biens ou services à forte popularité qui entraînent la création d'autres biens ou services. C'est le cas d'Apple dont le succès a abouti à la commercialisation de casques, coques, enceintes...



Panorama des plateformes d'e-commerce selon l'effet réseau (adapté de Isaac, 2021)



Le dropshipping consiste à vendre des produits sur Internet sans en posséder le stock. Le revendeur fait directement expédier la marchandise par son fournisseur au client final. Il ne sert que d'intervenant.



Expérientiel fort  
Serviciel faible

Adhérer à une association (DAO 901)  
Donner des points de fidélité ou le droit  
d'accès ou d'adhésion à un club  
(TokenCard)

Donner droit à des dividendes pour un  
projet particulier  
Acheter de l'or (DigixDAO)  
Représenter une valeur spécifique par  
exemple un euro (token ETH-EURO)

TOKENS

Voter dans une organisation décentralisée  
et donner un droit de vote plus ou moins  
important en fonction du nombre de  
tokens détenus.

Tracer les "actes de propriété" et le  
transfert de propriété grâce au transfert  
de token









PLAY TO EARN

PIVOT  
D2A » (Direct to Avatar).

Ecosystème

Interopérabilité



# SMART CONTRACT

ORACLE

## TRANSPOSITION DE CERTAINES CLAUSES DU CONTRAT TRADITIONNEL EN LANGAGE DE SCRIPT DE HAUT NIVEAU AVEC ETHERSCRIPTER

The screenshot shows the EtherScripter web interface. The main workspace contains a script with the following structure:

```
init
  note: *** An Ethereum smart contract to sell a website for "5000 by March"
  note: First, store buyer's ethereum address:
  in save slot BUYER put 0x6af26739b9ffef8aa2985252e5357fde
  note: Then, store seller's ethereum address:
  in save slot SELLER put 0xfeab802c014588f08bfee2741086c375
  note: April 1, 2014 is 1396310400 in "computer time"
  in save slot DEADLINE put 1396310400

body
  note: If the agreed amount is received on time...
  when
    contract balance >= 5000 ether
    and
    block timestamp <= data at save slot DEADLINE
  then
    note: ... then designate the buyer as the new website admin and pay the seller
    in save slot WEBSITE_ADMIN put data at save slot BUYER
    spend contract balance to data at save slot SELLER
```

<https://www-cairn-info.ezpaarse.univ-paris1.fr/revue-realites-industrielles-2017-3-page-81.htm>



@MERCANTIGUERIN

# IoT ET SERVICISATION

- "PATTERNS OF BUSINESS MODEL INNOVATIONS FOR ADVANCING IoT
- (GEBAUER ET AL., 2022), ÉTUDIENT L'ÉMERGENCE DES PLATES-FORMES DE L'INTERNET DES OBJETS (IDO) DU POINT DE VUE DES MODÈLES D'ENTREPRISE.



- AMÉLIORER LE PROCESSUS INTERNE ET L'EFFICACITÉ DES COÛTS POUR CONNECTER AUTANT DE PRODUITS QUE POSSIBLE À LA PLATEFORME IoT. (EFFETS D'ÉCHELLE)
- AUGMENTER LE NOMBRE D'UTILISATEURS ET DE LES FAIRE CONVERGER VERS UN CLIENT PAYANT. UN DÉFI POUR LES ENTREPRISES QUI VISENT LA SERVICISATION.
- L'ORCHESTRATION DE LA PLATEFORME REQUIERT DES COMPÉTENCES PLUS ÉLEVÉES POUR ÊTRE COMPÉTITIF.
- UNE TARIFICATION À L'USAGE
- ACCORDS DE PARTAGE DES COÛTS ET DES REVENUS, COMME DANS LE CAS DES CONTRATS BASÉS SUR LES RÉSULTATS
- UNE APPROCHE FREEMIUM POSSIBLE



@MERCANTIGUERIN

# SMART SOLUTIONS ET SERVICISATION

- "UNFOLDING THE SIMPLE HEURISTICS OF SMART SOLUTION DEVELOPMENT"
- (HUIKKOLA ET AL. , 2022) ÉTUDIENT LES SOLUTIONS MARITIMES INTELLIGENTES
- LIENS : STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE SERVICES ET INNOVATION
- PRINCIPALES HEURISTIQUES MANAGÉRIALES
- APPLICATION PENDANT LES PHASES D'IDÉATION, D'INCUBATION, DE TRANSFORMATION ET D'INDUSTRIALISATION POUR ATTEINDRE LES RÉSULTATS DU PROJET



@MERCANTIGUERIN

# COOPERATION ET SERVICISATION

- " SHOULD WE COOPERATE ? GAME THEORY INSIGHTS FOR SERVITIZATION"
- (WAGSTUFF ET AL., 2021) ÉTUDIENT L'INDUSTRIE PÉTROLIÈRE ET LES ACCORDS DE COOPÉRATION DANS UN CONTEXTE DE SERVICISATION (RELATIONS DYADIQUES)
- AVANTAGES DU MARKETING RELATIONNEL
- RENTABILITÉ LIÉE AUX BESOINS, AUX DÉSIRS ET À LA VALEUR D'USAGE DES CLIENTS
- PLUS SERVICISATION ÉLEVÉE, PLUS COOPÉRATION FORTE
- RÉSISTANCE AU CHANGEMENT – ISOMORPHISME MIMÉTIQUE



@MERCANTIGUERIN



# PME ET SERVICISATION

- DIGITAL SERVICIZATION STRATEGIES FOR SME INTERNATIONALIZATION : THE INTERPLAY BETWEEN
- " (REIM ET AL. , 2022) ÉTUDIENT LES DIFFICULTÉS DE SERVICISATION CONCERNANT LES PME .
- INTERNATIONALISATION DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES MANUFACTURIÈRES EN SE BASANT SUR LA " MATURITÉ DES SERVICES NUMÉRIQUES ET L'IMPLICATION DE L'ÉCOSYSTÈME.
- PROBLÈME DE RENTABILITÉ DÛ AUX COÛTS ÉLEVÉS DE SERVICISATION.
- SOLUTIONS
  - INTERNATIONAL (AUGMENTATION DES VENTES)
  - ÉCOSYSTÈME
  - LES DEUX STRATÉGIES EN PARALLÈLE





**QUELQUES RÉFLEXIONS...**

# CE MODÈLE EXPÉRIENTIEL EST-IL TRANSPOSABLE AU SERVICIEL ?

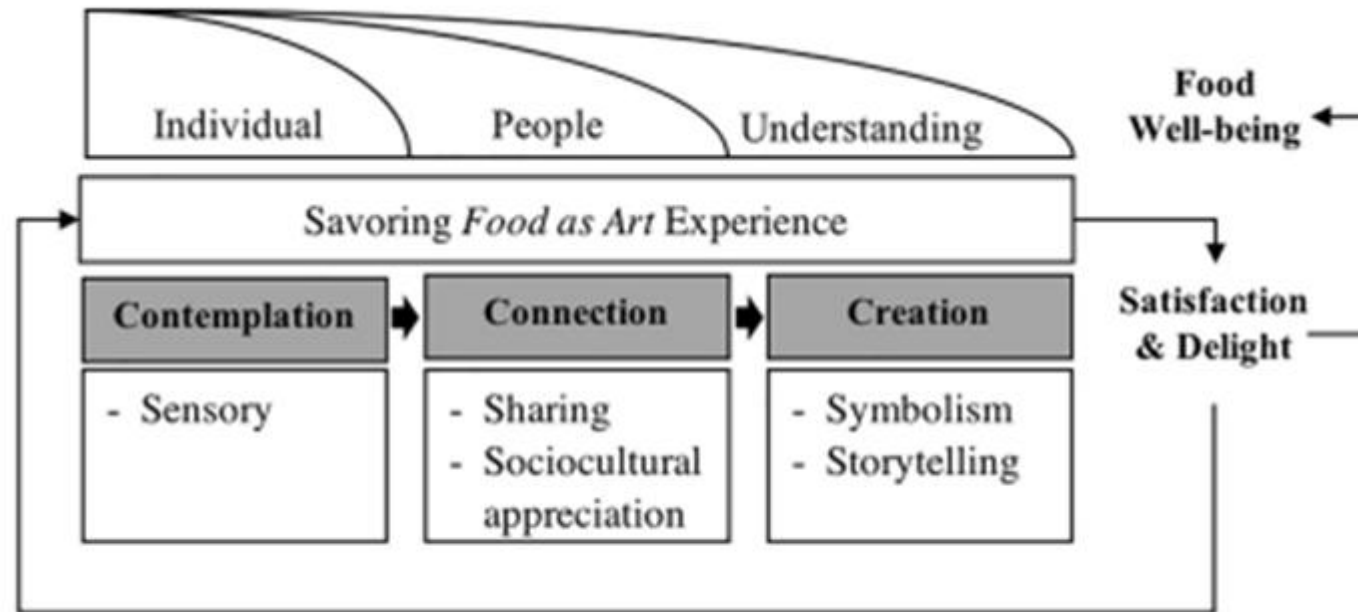


Fig. 1. The EPF journey.

Batat, W., Peter, P. C., Moscato, E. M., Castro, I. A., Chan, S., Chugani, S., & Muldrow, A. (2019). The experiential pleasure of food: A savoring journey to food well-being. *Journal of Business Research*, 100, 392-399.

Experientiel wellbeing  
verss experientiel mise  
en scène de soi



@MERCANTIGUERIN

# RÉFLEXIONS

- DE VIEUX CONCEPTS COMME LA SATISFACTION OU LA CONFIANCE, NOUVEL ÉCLAIRAGE ?
- BOULEVERSEMENT CHAÎNE DE VALEUR
  - ÉVOLUTION DE L'ARCHITECTURE DES MARCHÉS DE GRANDE CONSOMMATION (OBSOCO)
  - FRONTIÈRE ENTRE LES PRODUCTEURS ET LES DISTRIBUTEURS EST EN TRAIN DE S'EFFACER
- SOURCING - SANS COUTURE – LIVRAISON – PRIX (AMAZON LE METASERVICE SANS EXPÉRIENCE)
- LE SERVICE DÉPASSE LE LIEU « MAGASIN » ET LE LIEU « SITE WEB » (AMAZON, LIVREUR) POUR S'ATTAQUER AU LIEU MAISON
- CHERCHER DES SOLUTIONS À DES PROBLÈMES (QUELS SONT-ILS ?)
- LE SERVICE PASSE PAR UNE REDEFINITION DES MODELES ECONOMIQUES (DEL ARTE, UNE PIZZA PAR JOUR POUR 35 EUROS PAR MOIS)
- LE SERVICE EST-IL NÉCESSAIREMENT UNE PLATEFORME DIGITALISÉE ?
- SOURCE DE PRODUCTIVITÉ CHEZ LE CONSOMMATEUR, RIFKIN
- EXPÉRIENTIEL ET LUXE
- SERVICIEL ET LOCAL
- ULTRAPERSONNALISATION, PERTE DE SURFACES DE VENTE, VIE PRIVÉE, CONDITIONS DE TRAVAIL...LES COÛTS CACHÉS DU SERVICE





# MERCI

- LE PLANTES-SITTING -

**ON GARDE  
VOS PLANTES  
PENDANT VOS  
VACANCES.  
ÇA S'ARROSE !**



C'est comme du baby-sitting sauf  
que c'est bon signe si vos bébés  
sont tout verts quand vous revenez.

Bio  
c'  
Bon

D'HABITER LE QUARTIER