

CSM séminaire externe, lundi 4 avril 2016

Organizers: W.Batat & A. Galluzzo

Research Team: CSM, Coactis, Lyon 2

Title: **Digging deep into the experience – flow and immersion patterns in a mountain holiday**

Guest speaker: Isabelle Frochot*, MCF HDR en Marketing, Université Savoie Mont Blanc

- 1) Research seminar: 14:30-16:00, salle **Ennat Léger**
- 2) Informal doctoral workshop with Marketing PhD students 16:00 to 17:30, salle **Ennat Léger**

Abstract of presentation:

This paper provides a longitudinal study of a 5-days tourist stay in a mountain resort, where flow and immersion are analysed to understand how consumers experience and construct their holiday stay. The need to process to a longitudinal study is motivated by the lack of research looking at what actually happens during the experience. More precisely, the long encounter of a holiday is often disregarded and the tourist experience is studied afterwards through single and comprehensive satisfaction surveys. How consumers evolve across a holiday stay and construct their experience is an understanding that needs further investigations. Among the variety of concepts developed to study the experience, flow and immersion are particularly interesting foundations since they bring a detailed analysis of the processes at the very heart of the experience. This study aims to identify how both these concepts develop within a holiday context and what strategic knowledge might be gained from their analysis. A qualitative study conducted on a sample of 10 individuals interviewed every day of their stay provides curves showing the occurrences of flow episodes. More importantly, the study looks at the evolution of flow and immersion across each day of a holiday stay: it identifies the conditions of their emergence; their recurrence; and, how they influence each other. Managerial implications call for a more strategic analysis of the specific components that conduct to the emergence of flow and immersion. Theoretically the paper brings a deeper understanding of the tourist experience progression and questions the potential linkages between flow, immersion and the more general concept of satisfaction.

* **Isabelle Frochot** s'est spécialisée dans le Marketing touristique et plus précisément dans le Comportement du touriste et le Marketing Expérientiel. Au cours de sa carrière, Isabelle s'est intéressée globalement à la notion de satisfaction dans un contexte expérientiel, en analysant les dimensions fonctionnelles et hédoniques de la consommation dans ce contexte. L'intérêt de sa thèse a porté sur une adaptation de l'échelle SERVQUAL à la visite de sites patrimoniaux (HISTOQUAL) et l'impact de motivations hédoniques sur cette

évaluation. Elle a également travaillé sur des techniques de segmentation psychographiques, notamment la segmentation par avantages recherchés.

Isabelle a réalisé son PhD à Manchester Metropolitan University puis à travaillé à l'University of Strathclyde (Glasgow - Ecosse) pour revenir en France en 2000 pour un poste de Maître de Conférences à l'Université Savoie Mont Blanc (IAE Savoie Mont Blanc -Département CITHÈME). Elle gère avec Grégory Guzzo (PAST et directeur de Val Thorens) le Master en Management des Destinations Touristiques. Isabelle oeuvre dans les comités scientifiques de nombreuses revues en tourisme internationales, elle a présidé l'Association Travel and Tourism Research Europe pendant trois ans. Elle s'attache à développer la reconnaissance des recherches en tourisme en France par son implication dans l'AFMAT (Association Francophone de Management du Tourisme) et par la rédaction d'ouvrages: le Marketing du Tourisme (avec Patrick Legohérel - 3ème édition) et le Marketing Expérientiel (avec Wided Batat).