

The logo for AFM (Association Française du Marketing) consists of the lowercase letters 'afm' in a white, sans-serif font, centered on a solid red square background.

Prix de la meilleure thèse en marketing 2016
remis à Michaël FLACANDJI
par l'Association Française du Marketing

Michaël Flacandji a reçu le prix de thèse de la meilleure FNEGE-AFM 2016 pour son travail sur le management du souvenir des clients, réalisé à l'Université de Bourgogne, sous la direction de Marc Filser et Jean-Luc Hermann.

Se souvenir des belles choses... dans les magasins !

Dans son travail doctoral, Michaël Flacandji cherche à comprendre la relation entre un consommateur et un magasin. Il montre que le souvenir de l'expérience vécue par le client dans un magasin physique ou sur un site de e-commerce permet d'expliquer la force de sa relation avec le distributeur mieux que sa satisfaction. **L'important pour un distributeur serait alors de faire vivre une expérience riche à ses clients et ainsi leur laisser un bon souvenir pour les faire revenir.** Il suggère ainsi de pistes opérationnelles pour aider les enseignes dans leur « management du souvenir de l'expérience client » (Customer Experience Memory Management - CEMM).

Le parcours d'un jeune chercheur



Michaël Flacandji ne se destinait pas à une carrière d'enseignant-chercheur. Après un master marketing à l'IAE de Dijon, et une brève expérience professionnelle, il décide de s'inscrire en master recherche, pour pouvoir « *se poser des questions et assouvir sa curiosité* ». Il a ainsi obtenu un contrat doctoral à l'Université de Bourgogne et enseigné à l'IUT du Creusot. Durant sa thèse, il a bénéficié des séminaires du CEFAG et d'un séjour de recherche auprès du professeur Barry Babin à Louisiana Tech University. Il vient d'être recruté à l'IAE de Bordeaux en tant que Maître de Conférences. Il souligne que faire une thèse est loin d'être un long fleuve tranquille : « *il y a un aspect un peu « parcours du combattant » mais pour autant, à chaque étape franchie, on ressort grandi et avec une forme de satisfaction en terme d'apprentissage... J'ai beaucoup appris sur la recherche mais également sur moi-même. J'ai également rencontré des personnes formidables.* »

Un travail récompensé par l'AFM et la FNEGE

Sur les 15 thèses évaluées en double-aveugle pour le prix de thèse, deux finalistes ont été retenus. L'heureux élu affirme « *A mes yeux, recevoir ce prix symbolise l'aboutissement d'un travail individuel conséquent réalisé en équipe. Je tiens à remercier les Professeurs Marc Filser et Jean-Luc Herrmann pour toutes les discussions stimulantes que nous avons pu avoir et qui m'ont permis de nourrir mes réflexions.* » L'obtention de cette distinction est synonyme de reconnaissance de la part des chercheurs francophones en gestion, et Michaël Flacandji espère confirmer leur enthousiasme en publiant ses résultats dans des revues académiques.

Contact presse afm : Delphine Fauconnier Tél. 06 98 06 15 13

contact@afm-marketing.org

Afm – association française du marketing - c/o ESCP Europe
79 avenue de la République – 75543 Paris Cedex 11 - www.afm-marketing.org

