

Marion SANGLE-FERRIERE

Maître de conférences à CY Cergy-Paris Université

Laboratoire THEMA
UMR CNRS 8184
CY Cergy Paris Université
33, boulevard du Port
95000 Cergy Pontoise

Doctorat obtenu à l'ESCP, école doctorale Paris 1 Sorbonne, en 2019

DOMAINES DE RECHERCHE

Marketing des services, marketing relationnel, comportement du consommateur, communication médiée par ordinateur, acceptation de la technologie

TRAVAUX DE RECHERCHE

Publications dans des revues à comité de lecture

Rodriguez, V. & Sangle-Ferriere, M (2023), « Do supermarkets' emails have any value for their customers? The effect of emails' content and interestingness on customers' attitude and engagement », *Journal of Retailing and Consumer Services*, (Vol 75)

Sangle-Ferriere, M. & Voyer, B.G. (2021), “La propension du client à éviter de demander assistance : conceptualisation et développement d'une échelle”, *Recherche et Applications en Marketing*, (Vol 37, N°3, p. 3-27)

Sangle-Ferriere, M. & Voyer, B.G. (2019), “Friend or foe? Chat as a double-edged sword to assist customers”, *Journal of Service Theory and Practice*, (Vol 29, N° 4, p. 438-461)

Contributions à des ouvrages

Rodriguez, V. & Sanglé-Ferrière, M. (2022). Titre. Ouvrage collaboratif Co'lab AFM - Marketing pour une Société Responsable, Chap. 10, https://marketingpourunesocieteresponsible.org/index.php/Chapitre_09#Partie_1._Les_objectifs_et_les_acteurs_de_communication

Communications en conférence à comité de lecture

Coopération ou compétition : Conceptualisation et mesure du pouvoir d'agentivité partagée dans les interactions entre clients et IA (avec B. Voyer, L. Sajtos and B. Sung), **39^{ème} Congrès International de l'AFM**, Vannes, France, 10-12 mai 2023.

Making decisions with AI in a service context: conceptualization and perceived shared agency (avec B. Voyer, L. Sajtos and B. Sung), **EMAC annual conference**, Budapest, 24-27 mai 2022.

Quel contenu à valeur ajoutée les enseignes de la grande distribution peuvent-elles proposer dans leurs emails relationnels ? (avec V. Rodriguez), **Journée de la relation à la marque dans un monde connecté**, Strasbourg, France, 10 décembre 2021.

Communications relationnelles par email des enseignes : quel effet du contenu sur l'utilité perçue par le consommateur ? (avec V. Rodriguez), **37^{ème} Congrès International de l'AFM**, Angers, France, 19-21 mai 2021.

The content of the retailers' relational emails : its impact on consumers' perceptions (avec V. Rodriguez), **20th International Marketing Trends Conference**, Venise, 14-16 janvier 2021.

Consumers' propensity to avoid seeking assistance (avec B. Voyer), **6th French-Austrian German workshop on Consumer Behaviour**, Nancy, France, Novembre 2019; **EMAC 48th Annual Conference**, Hamburg, Allemagne, mai 2019.

Understanding need for customer assistance: measuring the personal differences that trigger customer assistance request (avec B. Voyer), **10th SERVSIG**, Paris, France, juin 2018; **Congrès International de l'Association Française du Marketing**, Strasbourg, France, mai 2018.

Understanding perceptions of chat as a customer assistance channel (avec B. Voyer), **Association For Consumer Research Conference**, San Diego, Californie, octobre 2017; **EMAC 46th Annual Conference and EMAC, KMS and GAMMA Joint Symposium**, Groningen, Pays-Bas, mai 2017; **24th International Colloquium on Relationship Marketing**, Doctoral Colloquium and Academic Colloquium, Toulouse, France, septembre 2016.

Le besoin d'assistance en ligne: perceptions, motivations et préférences des clients quant au service client par chat, **Association Française de Marketing**, colloque doctoral, Lyon, France, mai 2016.

Autres publications et communications

Pourquoi certains consommateurs évitent-ils de demander de l'aide lorsqu'ils n'arrivent pas à utiliser un produit ou un service ?, **The Conversation**, 4 octobre 2021

E-mailing : les marques jouent désormais la carte de l'utilité et du divertissement, **The Conversation**, 6 avril 2021

Maintenir le lien en période de crise : quelle communication client privilégier pour les enseignes ? **IREP Forum**, 3 mars 2021

Cas

Butagaz : Comment faire la différence par l'expérience client sur le marché des gaz liquides en France? (dépôt CCMP)

Prix

2016, **24th International Colloquium on Relationship Marketing**, Toulouse, France, Award for the best paper presented at the doctoral colloquium: Understanding perceptions of chat as an assistance tool: a customer typology (with B. Voyer).

Travail éditorial

Relecteur pour l'ACR depuis 2016
Relecteur pour l'EMAC depuis 2017
Relecteur pour l'AFM depuis 2021
Relecteur pour le workshop Ges'Handi organisé par VALLOREM EA6296 le 12 mai 2023
Relecteur invité pour Journal of Service Theory and Practice et pour Journal of Service Management

Participation à des comités et associations scientifiques

Membre du comité d'organisation et du comité scientifique de la Journée d'étude interdisciplinaire : "Post-Covid : quelles évolutions pour les secteurs de l'hôtellerie-restauration ?" - Gennevilliers - 17 mars 2022

Chargée de projet « partenariats » pour l'Association Française de Marketing (depuis septembre 2022)

Responsabilités au sein de l'Institut Economie-Gestion de CY Université

Responsable des stages de L3 Gestion, depuis septembre 2022
Responsable de la communication de l'institut économie-gestion depuis mars 2023
Participation au Groupe de travail sur la refonte de la licence 2022

EXPERIENCES D'ENSEIGNEMENT

Depuis 2020 : Maître de conférence CY Cergy – Paris Université

Recherche en comportement du consommateur – M1 et M2
Management de la relation et de l'expérience client – M2
International Marketing (en anglais) – M2
Etudes de marché – M1
Introduction au marketing (français et anglais) – L3

2017-2020 (ATER et vacations)

Satisfaction client et stratégies de fidélisation – Executive – EM Lyon
Introduction à la recherche (en français et en anglais) – M2 - CY Université, ESCP Business School
Management des forces de vente – M2- MBWAY
Marketing des services et du BtoB (pédagogie "Problem Based Learning") – M1-IMT Business School
Méthodes d'enquête et de sondage – L3 – CY Université
Marketing fundamentals (en anglais) - L2 – ESCP Business School

POSTES ANTERIEURS

2018-2020 **Attachée Temporaire d'Enseignement et de Recherche, CY Cergy-Paris Université**
2017-2018 **Coordinateur académique local Masters spécialisés en marketing et commercial, ESCP Business School Paris**
 Enseignant, Skema Business School, Institut Mines Telecom Business School
2015-2017 **Tuteur, ESCP Business School Paris**

- 2013-2015** **Responsable marketing client des offres prépayées**
Bouygues Telecom
- 2008-2013** **Responsable marketing client**
Réseau Club Bouygues Telecom (600 points de vente)
- 2006-2008** **Responsable de catalogue**
Bayard Presse
- 2001-2006** **Cheffe de produit**
Bayard Presse
- 1999-2001** **Cheffe de produit**
Publiprint/Le Figaro