



Après un premier appel à projet en 2018, intitulé « des usages à l'expérience sur les plateformes », la chaire Expérience Client de l'EM Strasbourg et ses partenaires sont heureux de lancer un second appel à projet intitulé :

« Usure et incidents : Comment tenir les promesses de l'expérience client? »

Il existe à l'heure actuelle un consensus pour considérer qu'une expérience client réussie impacte favorablement la satisfaction, la fidélité et le bouche-à-oreille. Cependant, Kranzbühler et al. (2018) observent deux courants qui dominent la recherche actuelle sur l'expérience : une approche organisationnelle de l'expérience et une approche centrée sur le consommateur. La recherche sur l'expérience client dans une perspective organisationnelle, aborde l'expérience à deux niveaux : un premier niveau, statique traite du design même de l'expérience, et un second niveau concerne le management dynamique de l'expérience client, sur la durée. L'approche dynamique de l'expérience implique une prise en compte holistique des points de contact qui constituent le *customer journey*, dans des contextes physiques ou digitaux, en réduisant les écarts pouvant exister entre les intentions de l'entreprise et l'expérience de la marque qu'elle entend délivrer et l'expérience telle qu'elle est vécue par le client/consommateur.

Pour dépasser la gestion des points de contact client-entreprise, les concepts de constellation et de valeur et d'écosystèmes de services ont été proposés pour conceptualiser le cadre dans lequel se déroulent beaucoup d'expériences et ne plus se limiter aux relations purement dyadiques entreprise-consommateur.

L'expérience client correspond à ce qu'un client retient des interactions qu'il a avec une marque, avec ses produits, ses services, son personnel de contact et tous les supports que la marque choisit pour communiquer (points de vente physiques, sites internet, publicité, services après-vente, etc.). Toutes ces interactions façonnent l'expérience client. L'expérience client est un processus cumulatif, qui aboutit à des jugements de préférence relatifs, puisque le client peut en permanence comparer son vécu et la valeur délivrée par la marque aux autres offres d'expériences accessibles sur un marché. Mais le pilotage de l'expérience ne se déroule pas toujours comme l'entreprise l'avait envisagé. Aussi, pour ce second appel à projet la chaire entend soutenir des projets de recherche qui apporteront des réponses à la question : comment tenir les promesses de l'expérience ?

Source: Kranzbühler, AM, Kleijnen, MHP, Morgan, RE and Teerling, M. (2018) The Multilevel Nature of Customer Experience Research: An Integrative Review and Research Agenda, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 20, 433–456.

Les projets de recherche pourront s'appuyer sur différentes méthodes et devront présenter des apports managériaux clairs.

La chaire « Expérience Client » de l'EM Strasbourg créée en novembre 2017 grâce à trois membres fondateurs : **Hager Group, Schmidt Groupe et la SIG Strasbourg**, accueille des entreprises de différents secteurs. Le **Groupe Crédit Mutuel** a rejoint la chaire en 2019. La chaire « Expérience Client » de l'EM Strasbourg a pour objectif de créer un espace de recherche, de réflexion et de formation autour de la thématique de l'expérience client dans ses déclinaisons physiques et digitales et sa transversalité.

Responsable de la Chaire :

Claire Roederer, Professeur des Universités, EM Strasbourg, Université de Strasbourg.

Comité Scientifique de la Chaire :

Marc Filser, Professeur des Universités, Université de Bourgogne.

Patrick Hetzel, Professeur des Universités, Université Paris 2 Panthéon Assas.

Règlement et modalités

Article 1 : Objet de l'appel à projet

La chaire de l'Expérience Client de l'EM Strasbourg 61, avenue de la Forêt Noire à 67085 STRASBOURG, (organisateur principal).

L'Université de Strasbourg, dont le siège est situé au 4 rue Blaise Pascal, 67081 Strasbourg CEDEX représentée par Michel Deneken, son Président

La «Fondation Université de Strasbourg», dont le siège est situé dans le bâtiment ISIS au 8 allée Gaspard Monge, 67000 Strasbourg, représentée par Régis Bello, son Président,

Organisent un appel à projet dont l'objectif est de soutenir des recherches répondant à l'appel à projet, et présentant un intérêt tant académique que managérial.

Le concours sera lancé **07 octobre 2019**.

Article 2 : Personnes pouvant participer

Ce concours est ouvert à tous les enseignants chercheurs en science de gestion, inscrits dans un laboratoire de recherche d'une université française ou étrangère.

Article 3 : Soutien financier au projet

Le jury arrête la liste définitive des projets susceptibles de recevoir un prix. Il détermine un maximum de 2 Grands Prix de la Chaire Expérience Client de l'EM Strasbourg, dont le bénéfice est le suivant :

- Un financement d'un montant maximum de 5 k€ par projet retenu.

Le montant accordé sera remis au laboratoire de recherche identifié dans le dossier.

Le jury se réserve expressément le droit de désigner moins de lauréats en cas de nombre insuffisant de candidatures correspondant aux critères.

Article 4 : Modalités de participation

Les candidats devront remplir le dossier qui remplira les conditions suivantes :

La longueur du dossier d'inscription rempli (hors règlement) ne doit pas excéder 6 pages A4. La seule police de caractère autorisée est le Times New Roman, en taille 11, avec interligne simple.

De manière générale, les candidats doivent décrire de manière complète et leur projet de recherche.

Le présent règlement signé et indiquant « Bon pour Accord » devra être annexé au dossier.

Les dossiers devront être envoyés obligatoirement par mail pour le **31 janvier 2020** au plus tard à l'adresse suivante : **claire.roederer@em-strasbourg.eu**.

ATTENTION : les dossiers ne respectant pas les consignes ne seront pas pris en compte.

Article 5 : Sélection des projets

Une présélection est envisagée en fonction du nombre de dossiers reçus (au-delà de 10 candidatures) ; seront alors pris en compte l'exhaustivité et l'équilibre entre les 6 parties du dossier.

Article 6 : Composition du jury

Le jury est composé de du comité scientifique de la chaire.

Le jury est souverain et n'a pas à motiver ses décisions.

Article 7 : Engagements des lauréats

Les enseignants-chercheurs du projet lauréat s'engagent à :

- S'investir personnellement de façon active dans l'aboutissement de leur projet,
- Utiliser le financement exclusivement sur des dépenses liées au projet selon les modalités fixées à l'article 8,
- Justifier (a posteriori, chaque année et en fin de projet) les dépenses liées à ce financement pour que la Fondation puisse valider qu'elles sont conformes à son objet et à la volonté du donateur,
- Engager les dépenses dans les 2 ans suivant la réception des 50% à la remise du prix,
- Mentionner dans toute communication ou déclaration le soutien financier de la Chaire Expérience de l'EM Strasbourg,
- Donner, à la demande des organisateurs, toute information sur le devenir de leur projet.

Les équipes lauréates auront la possibilité de refuser le prix et de se retirer du concours. Dans ce cas, le jury pourra se réunir à nouveau pour désigner un nouveau lauréat.

Article 8 : Versement des prix

Le versement des montants sera fait directement au laboratoire de recherche de l'équipe lauréate et interviendra selon les modalités suivantes :

- 50% du montant dans les 2 mois suivant l'annonce des équipes lauréates
- 50% du montant à la suite d'une communication acceptée dans un colloque reconnu (Association Française du Marketing, Academy of Marketing Science, EMAC) dans un délai de deux ans maximum.

Article 9 : Remise des prix

Les lauréats seront annoncés lors du workshop organisé par la chaire Expérience Client le **8 avril 2020**.

Article 10 : Informations et communication

Les candidats et lauréats autorisent l'organisateur à publier leur nom, prénom et adresse électronique, les coordonnées complètes de leur laboratoire et institution, la description non confidentielle de leur projet indiquée sur le dossier de candidature et les photos prises, dans le cadre des actions d'information et de communication liées à l'appel à projet, y compris sur leur site internet sans pouvoir prétendre à aucun droit, quel qu'il soit.

Article 11 : Litiges

Si une ou plusieurs dispositions du présent règlement étaient déclarées nulles ou inapplicables, les autres clauses garderaient toute leur force et leur portée.

En cas de non respects des obligations de ce règlement, et en particulier les engagements de

l'article 7, le candidat peut se voir demander le remboursement de tout ou partie du prix.

Tous les cas non prévus par le règlement seront tranchés par l'organisateur dont les décisions seront sans appel. La loi applicable au présent règlement est la loi française. Tout différend né à l'occasion de ce concours fera l'objet d'une tentative de règlement amiable. En cas d'échec, seul les tribunaux du ressort de Strasbourg seront compétents.

Article 12: Limite de responsabilité

L'organisateur ne saurait encourir une quelconque responsabilité si, en cas de force majeure ou d'événements indépendants de sa volonté ou de nécessité justifiée, il était amené à annuler le présent concours, à l'écourter, le proroger, le reporter ou en modifier les conditions, sa responsabilité ne pouvant être engagée de ce fait.

Article 13 : Acceptation du règlement

Tout candidat reconnaît avoir pris connaissance du présent règlement et en accepter les dispositions

Fait à

Le

Nom du candidat.....

Signature (précédée de « Bon pour accord »)

DOSSIER DE CANDIDATURE

Dossier à envoyer par mail à claire.roederer@em-strasbourg.eu avant le **31 janvier 2020** à minuit

I – Description du projet

Résumé du projet

*Minimum 300 caractères, maximum 1000 caractères. Attention ce résumé est **non-confidentiel**, il pourra être utilisé par les organisateurs pour communiquer sur le projet dans le cadre du concours.*

II – Méthodologie envisagée

III – apports (théoriques, méthodologiques et managériaux)

Description des apports envisagés

IV – Eléments de différenciation du projet

V – Equipe

*Compétences et expériences du candidat et des membres de l'équipe, adéquation aux besoins du projet. En cas de candidature collective, **le dossier devra désigner clairement un des participants comme porteur du projet et un laboratoire de rattachement.***

VI – Besoins que couvrirait le financement
