



Global Sales  
Science Institute

## APPEL A COMMUNICATION

---

### Colloque européen Innovation et Commerce



Sur le thème : « **Le grand aggiornamento de la Vente et de la Négociation commerciale** »

Les **3 et 4 avril 2023** à l'EM Strasbourg

<https://www.em-strasbourg.com/fr/agenda/ceic-2023>

La Fédération de la Vente Directe, l'EM Strasbourg (Université de Strasbourg) et le Global Sales Science Institute, organisent les 3 et 4 avril 2023 la neuvième édition du Colloque européen Innovation et Commerce autour de la thématique : « Le grand aggiornamento de la Vente et de la Négociation commerciale ». Cette manifestation est ouverte aux enseignants-chercheurs et aux praticiens. Journal of Marketing Trends, la FNEGE, le laboratoire HuManiS, la Chaire Vin et Tourisme de l'EM Strasbourg sont partenaires de cette manifestation.

La crise sanitaire a modifié l'environnement de travail et les pratiques professionnelles des commerciaux en Europe et dans le monde. L'optimisation du temps par le distanciel, l'utilisation de nouveaux outils, la sécurisation de la clientèle, les signatures de contrat temporisées par les clients, ou encore l'incertitude quant à l'avenir ont ainsi pu générer une inquiétude pesant sur l'activité des entreprises.

Les crises actuelles perturbent les équilibres professionnels et économiques chez les commerciaux en b-to-b comme en b-to-c. Face à des conditions de travail nouvelles et à la numérisation, les professionnels ont adopté de nouveaux codes, de nouveaux réflexes et actualisé leurs méthodes de vente. Qu'elles soient de circonstance ou ancrées à long terme dans les usages professionnels, les évolutions des pratiques commerciales du début des années 2020 appellent à un grand aggiornamento de nos connaissances sur les métiers de la vente et de la négociation commerciale.

La neuvième édition du Colloque européen Innovation et Commerce a l'ambition de faire se rencontrer et dialoguer des experts académiques de la vente, du management commercial et des systèmes d'information, des chefs d'entreprises, des managers commerciaux, des responsables marketing, des acteurs des associations professionnels, mais également des décideurs institutionnels. Plus précisément ce dialogue s'établira autour des thèmes ci-après.

- **Problématiques concernant la vente, la négociation commerciale et le marketing :**
  - Comment ont évolué les pratiques commerciales pendant la crise sanitaire ?
  - Le lien social entre le vendeur et son client a-t-il été impacté par la crise ?
  - Quels sont les effets sur la performance commerciale de la numérisation des processus de vente ?
  - Comment sécuriser sa relation client aujourd'hui ?
  - Comment identifie-t-on des opportunités de vente ?
  - Comment un vendeur maximise-t-il sa valeur ajoutée auprès du client ?
  - Comment le commercial innove-t-il aujourd'hui dans sa prospection et son suivi client ?
  - ...
  
- **Problématiques concernant le management des ressources humaines commerciales :**
  - Comment les managers commerciaux peuvent-ils générer une réelle satisfaction et une saine émulation dans leurs équipes ?
  - Comment manager des commerciaux à distance ?
  - Quelle est l'importance de la politique de RSE/RSO dans la démarche commerciale ?
  - Comment contenir et atténuer le stress des équipes commerciales ?
  - Quelles sont les implications sur la rémunération des commerciaux ?
  - Quelles sont les implications éventuelles sur l'évolution des statuts des commerciaux ?
  - Comment se traduit le recrutement d'un commercial aujourd'hui ?
  - Quel est le profil du commercial de demain ?
  - ...

Afin d'enrichir les observations et les réflexions croisées, les communications proposées par les chercheurs devront s'inscrire dans ces thèmes ou plus généralement apporter une contribution aux recherches empiriques et théoriques concernant les challenges, les enjeux et les nouvelles pratiques en vente et en management commercial. Des éclairages empiriques ou théoriques relatifs à la Vente Directe seront particulièrement appréciés. Les communications pourront se faire en français ou en anglais.

### **Valorisation :**

Un prix sera remis aux deux meilleures communications.  
Les meilleures communications pourront paraître dans Journal of Marketing Trends.  
Les communications seront éditées sous la forme traditionnelle d'actes.

### **Calendrier de soumission :**

1. Les propositions de communication doivent être remises au plus tard le **30 janvier 2023** à l'adresse suivante : [ceic2023@em-strasbourg.eu](mailto:ceic2023@em-strasbourg.eu)
2. La notification sera faite aux auteurs **début mars 2023**.
3. Le colloque se tiendra les **3 et 4 avril 2023** à l'EM Strasbourg.

### **Normes de soumissions :**

Des contributions de natures empiriques mais aussi théoriques sont attendues. Les manuscrits pourront être soumis en français ou en anglais. Les auteurs devront faire parvenir deux manuscrits. Le premier comprendra les éléments suivants sur la première page : le nom et le prénom du (des) auteur(s) ; les titres, fonctions, institutions de chacun des auteurs, les coordonnées (adresse postale, téléphone, email). Le second manuscrit envoyé dans le même courriel devra être anonyme.

En ce qui concerne l'article :

- L'article comprendra 5 pages maximum, Times 12, interligne simple, incluant tous les tableaux, figures et références ; les manuscrits comporteront un bref résumé de 400 signes maximum.
- Les parties suivent une numérotation simple : 1, 1.1., 1.1.1., etc.
- Titre : times 18 en gras,
- Titre 1 : times 14 en gras,
- Titre 1.1. : times 12 en gras,
- Conclusion : times 14 en gras.
- Bibliographie : times 14 en gras puis contenu en times 12.
- Citation des références dans la bibliographie :  
Ouvrage : initiale du prénom et nom de l'auteur, date de publication, *Titre de l'ouvrage*, éditeur, lieu d'édition.  
Article : initiale du prénom et nom de l'auteur, date de publication, « Titre de l'article », titre de la revue, Vol. x, N° x, p. x-y.

Le comité scientifique est placé sous la responsabilité de Jessie Pallud, Professeure des Universités à l'EM Strasbourg, Université de Strasbourg.

## Lieu :

Le colloque se déroulera à l'EM Strasbourg Business School (Université de Strasbourg), 61 Avenue de la Forêt Noire, 67000 Strasbourg.

L'EM Strasbourg Business School est un modèle unique de Grande École de management au sein d'une université à visibilité internationale. Des contributions intellectuelles à fort impact pour les organisations du 21ème siècle sont développées au travers des recherches et des enseignements à l'EM Strasbourg.

Des informations complémentaires concernant le Colloque européen Innovation et Commerce seront progressivement disponibles sur le site de la Fédération de la Vente Directe (<https://www.fvd.fr/>).

## Membres du comité d'organisation :

- **Frédéric Billon** - Délégué Général, FVD
- **Jacques Cosnefroy** - Délégué Général, FVD
- **Natalie David** - Enseignant-Chercheur, EM Strasbourg
- **Romain Franck** - Enseignant-Chercheur, EM Strasbourg
- **Nathalie Gravenitz** - Présidente, FVD
- **Aude Jeulin-Dhondt** - Présidente de la Commission Emploi-Formation, FVD
- **Michel Klein** - Enseignant-Chercheur, EM Strasbourg
- **Sandrine Mallard** - Chargée de Formation, FVD
- **Jessie Pallud** - Professeur des Universités, EM Strasbourg
- **Jean-Laurent Rodriguez** - Past-président de la Commission Emploi-Formation, FVD
- **Laurianne Schmitt** - Enseignant-Chercheur, EM Strasbourg
- Service Recherche EM Strasbourg

## Membres du comité scientifique :

- **Thomas Berger** - Duale Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart
- **Pascal Brassier** - IAE Clermont Auvergne
- **Silvio Cardinali** - Università Politecnica delle Marche
- **Eric Casenave** - Grenoble Ecole de Management
- **François Cassière** - IAE Clermont Auvergne
- **Natalie David** - EM Strasbourg
- **Rhett Eppler** - Old Dominion University
- **Romain Franck** - EM Strasbourg
- **Coralie Haller** - EM Strasbourg
- **Pia Hautamäki** - Tampere University of Applied Sciences
- **Timo Holopainen** - Turku University of Applied Sciences
- **Richard Huaman-Ramirez** - EM Strasbourg
- **Eric Julienne** - IUT d'Evry Val d'Essonne
- **Martin Klarmann** - Karlsruhe Institute of Technology
- **Michel Klein** - EM Strasbourg
- **Piotr Kwiatek** - University of Applied Sciences Upper Austria
- **Christine Lai-Bennejean** - EM Lyon
- **Laure Lavorata** - Université Paris Nanterre
- **Marie Lemaire** - EM Strasbourg
- **Bruno Lussier** - HEC Montréal

- **Nada Maaninou** - EM Strasbourg
- **Jean-Louis Moulines** - Aix-Marseille Université
- **Catherine Pardo** - EM Lyon
- **Jessie Pallud** - EM Strasbourg
- **Daria Plotkina** - EM Strasbourg
- **Fanny Pujol** - Université Paris Nanterre
- **Deva Rangarajan** - IÉSEG School of Management
- **Arnaud Rivière** - IAE Tours Val de Loire
- **Dominique Rouzies** - HEC Paris
- **Maria Rouziou** - HEC Montréal
- **Laurianne Schmitt** - EM Strasbourg
- **Margarethe Überwimmer** - University of Applied Sciences Upper Austria
- **Stéphano Vacher** - EM Strasbourg
- **Pierre Volle** - Université Paris Dauphine-PSL
- **Agnès Walser-Luchesi** - EM Strasbourg
- **Stefan Wengler** - Hof University of Applied Sciences

En partenariat avec :

**JOURNAL OF  
MARKETING  
TRENDS**

 **FNEGE**  
Fondation Nationale pour l'Enseignement  
de la Gestion des Entreprises

 **EM STRASBOURG  
HUMANIS**  
centre de recherche ■

  
Vin  
et tourisme