

**LLOSA Sylvie**

**Professor**

**Aix Marseille Graduate School of Management –  
IAE  
Chemin de la Quille-Puyricard  
13089 Aix-en-Provence Cedex 2, France**

**E.mail : sylvie.llosa@iae-aix.com**



## **BIOGRAPHY**

---

**Sylvie Llosa** is professor in management in IAE, Aix Marseille Graduate School of Management and a member of the CERGAM research center. Her research focuses on service management, satisfaction loyalty and how to create a link with customers. It is published in Tourism Management, Journal of Business Research, Research and Applications in Marketing, Décisions Marketing, Journal of Retailing and Consumer Services, Journal of Service Management, Management et Avenir, Management, Homme & Entreprise, Quality Management Journal, Service Industries Journal . She supervised 8 doctoral students to completion and participated to 43 PhD or HDR defenses.

She is also a consultant for big service companies.

*5 à 10 lignes de description générales*

## **EDUCATION**

---

- 2005 : **Admitted to the First National Aggregation Competition of Higher Education for the recruitment of University Professors in Management Sciences**
- 2004 : **Habilitation à diriger les recherches**, IAE d'Aix en Provence, Université Aix Marseille
- 1996 : **PhD : Doctorat nouveau régime ès-sciences de gestion**, IAE d'Aix en Provence, Université Aix Marseille

Language	Read	Speak	Written
FRENCH	X	X	X
ENGLISH	X	X	X

## **ACADEMIC ACTIVITIES**

---

Courses currently given at Aix Marseille Graduate School of Management – IAE

*Service Marketing. M2*

*Satisfaction management. M2*

*Comprofiles. M2*

*Markstrat. M2*

## **SCIENTIFIC ACTIVITIES**

---

## Graduate work

1. Llosa S. (2004) Contributions à l'évaluation des services, Habilitation à diriger les recherches, IAE d'Aix en Provence, Université Aix-Marseille III, le 5 février.
2. Llosa S. (1996) *Contributions à l'étude de la satisfaction dans les services* Thèse de Doctorat nouveau régime ès-sciences de gestion, IAE d'Aix en Provence, Université Aix Marseille III, le 14 décembre.

## Books

3. Goudarzi K. Llosa S., Nguyen S., Nicod L. Wirtz J. (à paraître 2023) Marketing des services, World Scientific
4. Delécolle T, Gauzente C, Julienne E, Llosa S, Mimouni A, N'Goala G, Pez V, Plé L, Renaudin V, Stevens E, Volle P, sous la direction de P. Volle (2012) *Stratégies Client*, ed Pearson 978-2744076121
5. Barreaux J., Camelis C, Dano F, Eiglier P. Goudarzi K., Guerin A, Llosa S. sous la direction de Pierre Eiglier (2010), *La Logique Services, Marketing et Stratégies* ed Economica ISBN : 978-2-7178-5857-0

## Chapters in books

1. Volle P. Llosa S. (2023 à paraître) Améliorer l'accessibilité effective des produits et services : un enjeu de responsabilité vis-à-vis des clients vulnérables Nouvelles frontières de la Stratégie Client. Ouvrage coordonné par Isabelle Prim Allaz
2. Mallor E. Llosa S. (2022) Satisfaction in Service Experiences: Definitions, Issues and Measures Gallouj F. et al. (eds) (2022), *The Elgar Encyclopedia of Service Studies*, Edward Elgar Publishers.
3. Camelis C., Llosa S. Maunier C. (2019) La satisfaction envers l'expérience touristique, dans *Faire de la recherche en management du tourisme*, coordonnée par Cécile Clergeau, Nicolas Peypoch, Vuibert. ISBN 978-2-311-40682-5 Labellisé FNEGE
4. Nicod, L., Llosa S. (2019) La relation client augmentée : la montée en puissance du rôle du client ? dans *Stratégie Client Augmentée : Le CRM à l'âge du digital* édition ISTE coordonné par N'Goala G, Pez V, Priam-Allaz I. ISBN : 978-1-78405-586-8 Labellisé FNEGE « Ouvrage de Recherche Collectif »
5. Nicod, L., Llosa S. (2019) The augmented Customer Relation : the increasing importance of customer's role ? *Augmented Customer Strategy : CRM in the Digital Age* édition ISTE coordonné par N'Goala G, Pez V, Priam-Allaz I. ISBN 978-1-78630-372-1 Labellisé FNEGE « Ouvrage de Recherche Collectif »
6. Flambard S., **Llosa S.** (1999) Marketing relationnel et marketing des services : une profonde complicité *Faire de la recherche en Marketing* ouvrage coordonné par Bernard Pras, Vuibert, Mai, chapitre 10, 335-355. ISBN 2 71 17 7990 4
7. Dubois P.L., Flambard S. et **Llosa S.** (1999) "La double problématique de l'extension du champ (théories, objets d'analyse, méthodes) et du recentrage indispensable", *Faire de la recherche en Marketing* ouvrage coordonné par Bernard Pras, Vuibert, Mai, chapitre 10, 313-334 Compte rendu d'une présentation orale de Pierre-Louis Dubois lors du Séminaire de formation approfondie en Marketing : « Faire de la recherche en Marketing » organisé par la FNEGE. ISBN 2 71 17 7990 4

## Publications in Refereed Journals

1. Nguyen S., Llosa S. (2023) When users decide to bypass collaborative consumption platforms: The interplay of economic benefit, perceived risk, and perceived enjoyment. *Tourism Management*, 96, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104713> **Rank1 FNEGE**
2. Julienne E, Llosa S. (2021) Comment construire une relation de qualité avec une clientèle d'artisans et commerçants ? Une analyse Tétraclasses Décisions Marketing n°101 (Version anglaise: How to Build a Good Relationship Quality with Artisan and Shopkeeper Customers? A Tetraclass Analysis) *Décisions Marketing* **Rank 3 FNEGE**
3. Nguyen S., Didi Alaoui M., Llosa S. (2020) When interchangeability between providers and users makes a difference: The mediating role of social proximity in collaborative services *Journal of Business Research* november , 121, pp.506-515 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.021> **Rank 2 FNEGE**

4. Nicod L, Llosa S, Bowen D (2020) Customer proactive training vs customer reactive training in retail store settings: Effects on script proficiency, customer satisfaction, and sales volume ,Journal of Retailing and Consumer Services vol 55, July <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102069> **Rank 3 FNEGE**
5. Vo Thi Ngoc Thuy, Ho Huy Tuu, Sylvie Llosa, Hoang Doan Phuong Thao (2020) An application of Tetraclass model for evaluating ecotourism service quality in Vietnam *Tourism and Hospitality Research* vol 20, n°3 300-316
6. Valéau P, Llosa S (2019) Les contributions des pratiques managériales progressives à l'engagement et au désengagement des salariés : Un passage par l'analyse tétraclasse *Revue Interdisciplinaire, Management, Homme & Entreprise*, n° 36, 55-80 **Rank 3 FNEGE**
7. Nicod L, Llosa S (2018) Comment former le client à son rôle de coproducteur ? Etude de l'influence de la formation et de ses caractéristiques sur les bénéfices de la coproduction. *Recherche et Applications en Marketing* Volume: 33 issue: 4, page(s): 50-77 **Rank 2 FNEGE**
8. Vo Thi NT , Llosa S (2015) Dynamique de satisfaction et intention de renouvellement d'expériences hédoniques *Management et Avenir* n°80 155-174 **Rank 4 FNEGE**
9. Camelis C., Llosa S., Maunier C. (2015) Gestion de la satisfaction et de l'insatisfaction des touristes : les apports du modèle Tétraclasse, *Management et Avenir* n° 77 137-162 **Rank 4 FNEGE**
10. Camelis C., Dano F., Goudarzi k., Hamont V. Llosa S. (2013) « Les rôles des « co-clients » et leurs mécanismes d'influence sur la satisfaction globale durant une expérience de service » *Recherche et Applications en Marketing* 28 (1), 46-69 **Rank 2 FNEGE**
11. Goudarzi K, Llosa S. et Orsingher C. (2013), Editorial Interdisciplinary insights on service activities, *Journal of Service Management*, vol 22, issue 5, **Rank 3 FNEGE**
12. Llosa S. (2012) Quatre manières de contribuer à la satisfaction du patient hospitalisé : Les éléments Basiques, Plus, Clés et Secondaires. *Journal de gestion et d'économie médicales* vol 30 n°6, 367-387. **Rank 4 FNEGE**
13. Camelis C., Llosa S. (2011) Intégrer l'expérience dans la gestion de l'image de la marque de service, *Décisions Marketing*, n° 61, 11-22 (janvier-mars 2011) **R Rank 3 FNEGE**
14. Sabadié W., Prim-Allaz I., **Llosa S.** (2006) Contribution des éléments de gestion des réclamations à la satisfaction : les apports de la théorie de la justice *Recherche et Applications en Marketing*, vol 21, n°3, 47-64 **Rank 2 FNEGE 2019**
15. Eiglier P., Llosa S., Orsingher C. (2006) Un'analisi delle esperienze di servizio soddisfacenti attraverso la Critical Incident Technique *Mercati e Competitivita, Rivista della Società Italiana di Marketing*, Trimestre II mai 61-82
16. Dano F., Llosa S., Orsingher C. (2006). Words, Words, mere words? An analysis of customers evaluations of services *Quality Management Journal*, vol 13, issue 2, 46-53 **Rank 4 FNEGE**
17. Bartikowski B., Llosa S. (2004) Customer Satisfaction Measurement: Comparing Four Methods of Attribute Categorizations *Service Industries Journal*, vol 24, n°4, 67-82
18. Dano F., Hamon V., Llosa S. (2004) La qualité des études qualitatives : Principes et pratiques *Décisions Marketing* , n°36, 11-26 **Rank 3 FNEGE**
19. Lichtlé M.C., Llosa S., Plichon V. (2002) La contribution des éléments d'une grande surface alimentaire à la satisfaction du client *Recherche et Applications en Marketing*, vol 17, n°4, 23-34. **Rank 2 FNEGE**
20. Llosa S., Chandon J.L., Orsingher C. (1998) An empirical study of SERVQUAL's dimensionality., *Service Industries Journal*, vol18, n°2, April pp.16-44.
21. Llosa S. (1997) L'analyse de la contribution des éléments du service à la satisfaction : Un modèle « tétraclasse » *Décisions Marketing*, n°10 janv-avril, 81-88. **Rank 3 FNEGE**

### Guest editors

1. Goudarzi K, Llosa S. et Orsingher C. (2015), « Crossing boundaries in service research », *Journal of Service Management*, Vol. 26 Iss: 5 **Rank 3 FNEGE**
2. Goudarzi K, Llosa S. et Orsingher C. (2011), Editorial Interdisciplinary insights on service activities, *Journal of Service Management*, vol 22, issue 5, **Rank 3 FNEGE**
3. Llosa S., Goudarzi K., Orsingher C. (2009) Guest Editors. Interdisciplinary insights on service activities. *Journal of Service Management* vol 20, issue 3. **Rank 3 FNEGE**
4. Llosa S., Orsingher C. (2007) Guest Editors. Interdisciplinary insights on service activities. *International Journal of Service Industry Management (maintenant Journal of Service Management)* Vol 18 n° 5, 449. **Rank 3 FNEGE**

### **Refereed Proceedings Conference Papers.**

1. Hang Thi Minh Vu, Sylvie Llosa, Lionel Nicod (2022). Which customer characteristics influence their price acceptance? An empirical study in the airline industry. *37ème Congrès international de l'Association Française de Marketing Tunis mai 2022*
2. Hang Thi Minh Vu, Sylvie Llosa, Lionel Nicod (2021). How do customers react to dynamic price variances? An empirical study on the impact of price variance characteristics and the moderating role of economic benefit on customer behavioural intention. *8èmes Journées de Recherche Prix, Gratuité, Don et Valeur - Tours*
3. S. Nguyen, S. Llosa (2021) Using bibliometric analysis to perform a longitudinal review of the technology-driven literature on customer experience (ID: 514), EMAC 2021 Conference hosted by ESIC Business & Marketing School on May 25-28, 2021.
4. S. Nguyen, S. Llosa (2021) Etude des motivations du contournement des plateformes d'échanges collaboratifs, *36ème Congrès international de l'Association Française de Marketing mai 2021*
5. H. VU , S. Llosa , L. Nicod (2021) The impact of price variance characteristics on perceived price fairness: The moderating effect of economic benefit *36ème Congrès international de l'Association Française de Marketing mai 2021*
6. H.T.M. VU, S. Llosa, L. Nicod (2020). Analysing the influence of Revenue Management on customers' perceived fairness, price acceptance and switching intention in the Service industry. *Etienne Thil conference, Oct 2020 , PARIS, France.*
7. S. Nguyen, S. Llosa (2020). La recherche en marketing sur l'économie du partage et la consommation collaborative: une revue systématique basée sur les méthodes bibliométriques. *Colloque sur le Marketing Digital, September 2020, Paris, France*
8. Nicod, L, Mallor, E, Llosa S (2019) Hedonique ou Utilitaire ? Une étude exploratoire des facteurs expliquant les changements d'orientation au cours de la visite en magasin *Colloque Etienne Thil 10,11 octobre 2019*
9. Julienne E., Llosa S. (2019) Comment les facteurs de performance relationnelles des commerciaux contribuent-ils à la qualité de la relation avec leurs clients professionnels ? analyse au travers du modèle Tétracasse. *35ème Congrès international de l'Association Française de Marketing Le Havre Mai*
10. Nicod L, Llosa S (2019) Les mesures de la participation du client, proposition d'une alternative aux méthodes déclaratives *35ème Congrès international de l'Association Française de Marketing Le Havre Mai*
11. Nguyen S, Didi Alaoui M, Llosa S (2019) When putting yourself in someone's else shoes makes a difference : The role on interchangeability in peer to peer collaborative services *35ème Congrès international de l'Association Française de Marketing Le Havre Mai*
12. Nicod, L, Mallor, E, Llosa S, (2018) Clients experts, venez accompagnés d'un membre de votre famille! Une analyse de l'effet modérateur de la connaissance du magasin sur la relation entre l'accompagnement et le montant d'achat *Colloque Etienne Thil 2018 Roubaix*
13. Julienne, E, Llosa S. (2018) Performance relationnelle des vendeurs : les apports du modèle Tétracasse *34ème Congrès international de l'Association Française de Marketing , Strasbourg, 16-18 mai.*
14. Mallor, E., Nicod, L. & Llosa, S. (2017). L'évolution dans le temps du poids relatif des dimensions de l'expérience sur la satisfaction : le cas des jeux video. *16ème Colloque sur le Marketing Digital. Paris 1 – Panthéon Sorbonne, France, 8 septembre 2017.*
15. Mallor, Nicod, Llosa (2017) The evolution of the relative weight of experience dimension on cumulative satisfaction: The case of video games *8th EMAC Regional Conference- Bridging the Marketing/Theory practice Gap and the Competitiveness of New Europe- hosted by the West University of Timisoara, on September 20-22, 2017*
16. Nicod, L., & Llosa, S (2017) Before or during store visits : When should service companies train customers to their role ? *Frontiers in service conference, New York 22-25 june*
17. Nicod, L., & Llosa, S (2017) Co-Création, quel est le meilleur moment pour former le client à maîtriser son rôle ? *33ème Congrès international de l'Association Française de Marketing , Tours, 18-20 mai*
18. Nicod, L., & Llosa, S (2016) raisons et sentiments, ou les émotions comme antécédent de la participation client en services. *32ème Congrès international de l'Association Française de Marketing , Lyon, mai*
19. Nicod, L., & Llosa, S (2015) L'influence de l'aide donnée au client sur sa productivité et sa confiance envers l'enseigne en grande distribution *Colloque International Etienne Thil 14-16 Octobre*
20. Nicod, L., & Llosa, S (2015) L'influence de l'aide donnée au client sur sa productivité et sa satisfaction dans les services. *31ème Congrès international de l'Association Française de Marketing , Marrakech, mai*

21. Mallor E. Llosa S. (2014) Amplification ou réduction de la dimension affective de la satisfaction dans le temps ? Le cas des voyages de loisirs 13ème journée JNRC Rouen 27/28 novembre
22. Camelis C., Llosa S., Maunier C. (2014) Faut-il envisager la gestion de la satisfaction et de l'insatisfaction des touristes différemment ? conférence de l'AFMAT Etat généraux du management Aix en Provence, mai
23. Camelis C., Llosa S., Maunier C. (2014) What elements are important in the construction of tourist satisfaction? AMA SERVSIG 2014 Conference Thessalonique
24. Vo Thi NT, Llosa S (2014) Satisfaction à chaud et à froid : L'influence de la valence et de la position temporelle des moments saillants d'une expérience 30ème Congrès international de l'Association Française de Marketing, Montpellier, mai
25. Nicod, L., & Llosa, S (2013) L'aide au client, levier ou frein à la participation du client en services? 29ème Congrès international de l'Association Française de Marketing, La Rochelle, mai
26. Nicod, L., & Llosa, S (2012). L'aide au client, motivation ou frein à participer en distribution? Colloque Etienne Thil 27 30 novembre Lille.
27. Llosa S., Vo Thi NT. (2012), Contribution of Discrete Service Moments on Customer Satisfaction, AMA Servsig International Service Research Conference, Helsinki, Finland, 7-9 juin.
28. Goudarzi K., Camelis C, Llosa S. (2012) Comportements déviants des clients et satisfaction 1ère Journée d'étude internationale sur la gestion des clients « Gérer les comportements déviants des clients » Université Paris-Est, Vendredi 30 mars.
29. Llosa S. (2012) L'influence de la restauration dans la satisfaction du patient hospitalisé et ses déterminants. Utilisation pratique du modèle Tétracasse de Llosa. 2nde Journée Internationale du Marketing Santé EDHEC Nice, 23 Mars
30. Goudarzi K, Camelis C., Dano F. et Llosa S (2011), « How other customers influence client satisfaction during service delivery, The Naples forum on services, Capri, Italie, 14-17 Juin
31. Camelis C, Dano F., Hamon V., Llosa S. (2011) How other customers influence client satisfaction during the service delivery 2011 Academy of Marketing Science World Marketing Congress (WMC) Reims Management School, Reims, Champagne, France. 19 - 23 juillet.
32. Goudarzi K., Camelis C, Dano F., Llosa S. (2011), How other customers influence client satisfaction during service delivery, The Naples forum on services, Capri, Italy, June 14 - June 17
33. Camelis C, Dano F., Goudarzi K., Hamon V., Llosa S. (2011) « Et les autres clients alors? Quels rôles jouent-ils dans la satisfaction des consommateurs pendant l'expérience de service? » 27ème Congrès international de l'Association Française de Marketing, Bruxelles, mai
34. Llosa S., Mimouni Chaabane A., Volle P., (2011) Une approche tétraclasse des bénéfices relationnels attachés aux programmes de fidélité colloque "Perspectives Relationnelles en Distribution, Customer, Retail and Supply Chain de Rouen Business School, Paris, 4 mars.
35. Vo Thi N.T, Llosa S. (2011) Le rôle des différents moments d'une expérience dans la satisfaction globale du client 10th International Conference Marketing Trends, Paris 20-22 janvier
36. Goudarzi K., Guenoun M., Llosa S. (2009), Silent service in Public Sector: How to value their marketing performance?, European Marketing Academy Conference (EMAC), Nantes, France, May 26 -May 29 2009.
37. Camelis C., Llosa S. (2009) Expérience de service et image de marque : implications managériales 25ème Congrès international de l'Association Française de Marketing Londres, mai
38. Sabadié W., Prim-Allaz I., Llosa S. (2006) Contribution des éléments de gestion des réclamations à la satisfaction : les apports de la théorie de la justice 21ème Congrès international de l'Association Française de Marketing, Nantes, 11 et 12 mai.
39. Dano F., Llosa S., Orsingher C. (2003). Words, Words, mere words? An analysis of services customers' perception of evaluative concepts AMA Servsig Service Research Conference, Reims, 12-14 juin 2003.
40. Dano F., Llosa S., Orsingher C. (2003) Evaluer un service : Les mots pour le dire. 19ème Congrès international de l'Association Française de Marketing Gammarth Tunisie, mai.
41. Bartikowski B., Llosa S. (2003) Exploring the Convergence of Four Methods of Categorizing Attributes in Relation to Overall Customer Satisfaction in Services. AMA Summer Marketing Educators' Conference "Enhancing Knowledge Development in Marketing" Chicago Hilton and Towers, August 15-18.
42. Albert Bemmaor, Antonella Caru, Sam Craig, Sylvie Llosa, Juan Martinez, Robert Shoemaker and Philip Stern "An Analysis of Course Evaluation Instruments and the Administration of Course Evaluations," International Teachers Program, Stern School of Business, New York University, July 11, 2001.

43. Bartikowski B., Llosa S. (2001) De la théorie du poids fluctuant des éléments dans la satisfaction à la mesure. Comparaison empirique de quatre méthodes *17ème Congrès international de l'Association Française de Marketing* Deauville, mai.
44. Bartikowski B., Llosa S. (2001): Customer satisfaction in services and the fluctuating weights of service elements. From theory to measure, dans: *Advances in Services Marketing* (E.M. Lyon), Lyon, 108-124.
45. Lichtlé M.C., Llosa S., Plichon V.(2001) La contribution des éléments d'une grande surface alimentaire à la satisfaction du client, *17ème Congrès international de l'Association Française de Marketing* Deauville, mai.
46. Llosa S. (1999) Four ways to contribute to satisfaction in services: Basic, Plus, Key and secondary elements *AMA SERVSIG Service Research Conference* 10-12 April New Orleans, 121-123.
47. Llosa S. Orsingher C. (1998) Small stories of memorable satisfaction in services. *5ème séminaire international de recherche en management des activités de service* La Londe les Maures, 26-29 mai 409-439.
48. Llosa S. (1997) Contributions à l'étude de la satisfaction dans les services, *13° Congrès de l'AFM*, Toulouse, mai, 4796-509.
49. Llosa S. (1997) La construction de la satisfaction dans les services *10<sup>ème</sup> Entretiens Jacques Cartier* 8 au 9 décembre Lyon, Université Jean Moulin.
50. Llosa S. (1996) "Quatre modes de contribution des éléments d'une expérience de service à la satisfaction du client". *Journée Recherche AFM "Satisfaction, relations, fidélité"* du 18 octobre à Pau.
51. Llosa S. (1996) "Introduction d'une dynamique dans la contribution des éléments d'une expérience de service à la satisfaction du client" *actes de la 2ème journée Jeune Chercheur*, "Perspectives en Marketing et Comportement du consommateur", CERIAM, Chambéry, 24 juin 101-124.
52. Llosa S., Chandon J.L. , Orsingher C. (1994) "SERQUAL. Presentation, criticism and study of scale dimensionality" *3ème séminaire international de recherche en management des activités de service* La Londe les Maures, 24-27 mai 479-506.
53. Eiglier P., Llosa S., Orsingher C. (1993) "Rôle et implication du personnel en contact: illustration stratégique.", *Actes du séminaire "Qualité dans les services et formation"* Modena ITALIE, 17 mai.

#### **White books for managers**

1. C\*CM sous la direction de Isabelle Prim et Aïda Mimouni, (2021) ,« Recherches en Stratégie client 22/23 , des idées à découvrir » Livre blanc
2. C\*CM sous la direction de Isabelle Prim et Aïda Mimouni, (2021) ,« Recherches en Stratégie client 21/22 , des idées à découvrir » Livre blanc
3. C\*CM sous la direction de Jacob F , Llosa S, Renaudin V, (2020) ,« Recherches en Stratégie client 20/21 , des idées à découvrir » Livre blanc
4. C\*CM sous la direction de Llosa S, Renaudin V, Jacob F (2019) ,« Recherches en Stratégie client 2019 , 20 idées à découvrir » Livre blanc
5. C\*CM sous la direction de Llosa S, Julienne E, Renaudin V, Jacob F (2018) ,« Recherches en Stratégie client 2018 , 20 idées à découvrir » Livre blanc

#### **Articles in managerial reviews and blogs (Dissemination of research to business)**

1. Nguyen S., Didi Alaoui M., **Llosa S.** "Pourquoi Airbnb et Abritel ont-ils intérêt à avoir des utilisateurs qui sont à la fois loueurs et locataires?" for publication. <https://theconversation.com/drafts/197371/edit>
2. **Llosa S.** (2022) Du bon usage de la matrice Llosa pour atteindre la très grande satisfaction client, *Revue Espaces*, n°369, novembre 2022.  
<https://www.tourisme-espaces.com/doc/11143.du-bon-usage-matrice-llosa-atteindre-tres-grande-satisfaction-client.html>
3. Valéau P., **Llosa S.** (2020) Qualité de vie au travail. Quels sont les effets de la QVT sur l'engagement ? *Personnel*, n°606.
4. **Llosa S.** (2019) Mettre en confiance : accompagner les usagers durant leur expérience de service et préserver leur autonomie. *Revue Pouvoirs locaux* n°114, novembre.

5. **Llosa S.** (2019) Participation aux Rencontres Internationales de la Gestion Publique, « Pour une société de confiance, quel rôle pour le service public ? » Ministères économiques et financiers, Bercy 22 mai 2019 Mettre en confiance : Accompagner les usagers durant le service
6. **Llosa S.** (2019) Participation au MOOC « Réussir l'accueil ensemble » validé par la FNEGE réunissant entreprises et associations pour améliorer l'accueil des participants des J.O. 2024 à Paris
7. **Llosa S.** (2019) Comment créer et maintenir une marque forte dans les services Fitness Challenge n° 40 avril mail 12-14
8. **Llosa S.** (2019) Participation au livre blanc « La Relation Client en mutation Comment dompter les nouveaux usages ? » coordonné par Aurélie Poupée pour Kiamo
9. **Llosa S.** (2018) Objectifs d'utilisation de la méthode tétraclasse. Survey magazine T2 80
10. **Llosa S.** (2017) Les rôles des co-clients dans la satisfaction Fitness Challenge 31 octobre novembre 2017, 36-38
11. **Llosa S.** (2016) What happens between your customers is your concern too ! Culture service Magazine
12. **Llosa S.** (2016) Satisfaction client : Agir sur les bons drivers Fitness Challenge 21, Février mars 46-47)
13. **Llosa S.** (2016) Ce qui se passe entre vos clients vous concerne aussi ! Partie 1 Les rôles Blog C\*CM
14. **Llosa S.** (2016) Ce qui se passe entre vos clients vous concerne aussi ! Partie 2 Les implications managériales Blog C\*CM

## **IMPACTS & OTHERS**

---

**My work, in particular the tetraclass model and the methodology that accompanies it, have left their mark on the scientific community and are used in service companies: they are developed at length in several books published by Dunod and Economica, and are present in Marketing Management (Kotler, Keller, Manceau, 2015). They are the central subject of numerous articles by researchers replicating or comparing my model and methodology to others , they are widely used by French-speaking consultants (France, Canada, Belgium, Luxembourg) (Init satisfaction, Ipsos, Ifop, etc.) and are applied in companies such as ACCOR, SNCF, ELIOR, GENERALE DE SANTE, BARRIERE, PIERRE ET VACANCES, UBISOFT, L'OREAL, KEEP COOL or in the French and Canadian public sector (City of Quebec, French local missions). They have been quoted in more than 1500 articles (source google scholar). In addition, two renowned statistical software in France, ETHNOS and SPHINX, in 2018, have integrated in their data analysis functions the tetraclass analysis that I invented.**

### **1. Relationship with the industrial or socio-economic world :**

2012 : Seminar for the 38th International Congress of RELAIS & CHATEAUX in Turin, 4-7 November

Since 2012 : Member of the Center for Customer Management (C\*CM), an international research group that mobilizes researchers from all backgrounds, in schools or universities, who want to share their research results and dialogue with managers, consultants and experts in customer management.

2014  
Our research on co-clients is selected among the articles of RAM and DM of 2014 to be presented on July 2 at the first edition of the AFM/SYNTEC breakfasts (French union of research and consulting firms)

Animation of days for ANVIE or the Banking and Insurance Institute for Quality

Depuis 2016 Publications in very managerial magazines and blogs in order to widely disseminate my research to companies (see managerial publications).

## 2. Academic outreach

### PRIZES ET DISTINCTIONS SCIENTIFIQUES

My thesis won the first prize in the competition organised by the Ministry of Commerce and Crafts (Minister: J.P. Raffarin), rewarding research on the economy and tertiary employment, the "Jean Fourastié" prize.

It also received a "Special Mention of the Jury" at the Prize for the best marketing thesis 1996 / 1997 awarded by the FNEGE and the AFM as well as the Prize for the thesis in Management by Total Quality 1998 of the MFQ and the IQM.

### EDITORIAL COMMITTEE

Member since 2011 of the editorial committee of the Revue Française du Marketing

Member since 2010 of the editorial committee of Décisions Marketing

Member since 2008-2014 of the editorial board of Recherche et Applications en Marketing

Member since 2007 of the Editorial Board of the European Review of Service Economics and Management (former series "Economie et Gestion des Services" of the journal Economies et Sociétés)

Member of the Scientific Committee of AFMAT (l'Association Francophone de Management du Tourisme) since 2014

Member of the Scientific Committee of the 7th International Logistics Research Meeting (RIRL 2008)

Occasional reviewer for the following journals

o Journal of Business Research

o Journal of Retailing and Consumer Services

o The Service Industries Journal

Reviewer for EMAC since 2015

Reviewer for the International Congress of Marketing Trends since 2007

Reviewer for the International Logistics Research Meeting since 2006

Reviewer for the American Marketing Association conference since 2003

Reviewer for the French Marketing Association congresses since 1998 as well as for the thematic days

### Membership of Professional and Scientific Associations

Member of the Board of Directors of the French Marketing Association

Member of the CERGAM board, Research Centre of AMU

Member of CCM, Center for Customer Management

### ORGANISATION DE CONFERENCES

**Coordinator since 2000 of the International Research Seminar on Management of Service Activities in La Londe, AMU, IAE en Provence, which takes place every two years in La Londe les Maures ("La Londe Conference").** This seminar brings together researchers of more than 20 nationalities with prestigious chairmen such as B. Schneider, P. Parasuraman, R. Rust, K. Lemon, D. Bowen, Gummesson, Grönroos, R. Bolton, Mary-Jo Bitner, John Bateson. Note that R. Rust and R. Bolton were editors of the Journal of Marketing, ranked 1\* CNRS. The best papers from the conference are published in the Journal of Service Management.

**2019** Organisation of a round table "Diffusions protections recherches en marketing" for the winter meetings of the French Marketing Association (March)

### VISITING



2007 and 2014 : **Visiting 2 months in Raleigh, North Carolina State University NCSU**

2017 Visiting à l'Université d'Economie et de Droit, Université Nationale du Vietnam-Ho Chi Minh ville

2023 : Visiting et cours à Hanoï Vietnam (partenariat avec l'université de Toulon)

## **LOCAL COMMISSIONS**

Since 2022

Member of the CPER, the development council in charge of evaluating the training courses offered by the IAE and proposing ways of evolution.

Member of the commission in charge of evaluating the promotion Professors for the 2022 campaign.

Member of the recruitment commissions (selection board) of the IAE and AMU.

## **NATIONAL COMMISSIONS**

Depuis 2019 : Elected member of CNU06

Depuis 2020 : President of the Pedagogical Commission of the IAE of Aix Marseille

Depuis 2010 : HCERES Expert

Depuis 2007 : Member of the committee awarding the thesis prize and the best case prize of the French Marketing Association

2007 : Member of the AFM doctoral conference 2007

## **2. Impact on students**

The vast majority of masters and marketing courses dealing with customer satisfaction talk about my work and in particular the Tetraclass model.

Beyond my courses, innovative formats such as the realization of service projects (creation of a service company) have a strong impact on the students' growth.