

**Fanny-Juliet Poujol**

Professeur des Universités en Sciences de Gestion

Habilitée à Diriger des Recherches

Université Paris-Nanterre

**1. Formation et Diplômes**

**2012, Habilitation à Diriger des Recherches, Université de Montpellier**

Gestion des commerciaux et Gestion de la relation client :

Quand la gestion de la relation client guide le management commercial

sous la direction du Professeur Christophe Fournier

Rapporteurs :

Isabelle Barth, Professeur à l'EM - Université de Strasbourg

Pierre Valette Florence, Professeur à l’Université de Grenoble, IAE

Jean-François Lemoine, Professeur à l'Université Panthéon Sorbonne, Paris I

Examinateurs :

Eric Pezet, Professeur à l’Université Paris Ouest, Président du Jury

Philippe Aurier, Professeur à l'Université Montpellier II, IAE

Frédéric Le Roy, Professeur à l'Université Montpellier I, ISEM

**2005, Qualification au concours de Maître de Conférences**

**2005, Doctorat ès Sciences de Gestion, Université de Montpellier**

Titre de la thèse : Une contribution à la compréhension des perceptions et réactions des commerciaux aux challenges de vente

Mention : Très honorable avec les félicitations du jury à l’unanimité

sous la direction du Professeur Christophe Fournier

Rapporteurs :

Pierre Louis Dubois, Professeur - Université Paris II, Panthéon – Assas

Sylvie Llosa-Stylios, Professeur - Université Jean Monnet de Saint Etienne

Examinateurs

Philippe Aurier, Professeur - Université Montpellier II

Hervé Fenneteau, Professeur - Université Montpellier I, Président du jury.

**2000–2001, DEA, Diplôme d'Etudes Approfondies en Sciences de Gestion**

Institut d’Administration des Entreprises – Université Montpellier II

**1998–1999, MBA, Master of Business Administration (accrédité par l’AMBA)**

Ecole Supérieure de Commerce de Montpellier et Université de Birmingham, Royaume-Uni.

**2. Expérience professionnelle : Enseignement, Marketing et Management**

**2017, Professeur des Universités – Université Paris-Nanterre, CEROS**

**2009-2017, Maître de Conférences – Université de Montpellier**

Responsable du Master 2 Management D’Equipes Commerciales

Cours Magistraux:

* Traitement des données avec SPSS, Ecole Doctorale d’Economie et Gestion
* Etudes qualitatives, Master 2 Marketing et Relation Client
* Recrutement des commerciaux Master 2 Management D’Equipes Commerciales

Cours en e-learning CNED :

* Recrutement et rémunération des commerciaux, Master 2 Management D’Equipes Commerciales.

**2007-2009, Maître de Conférences - IAE de Valenciennes**

Responsable des Relations Internationales

**2004-2005, Assistante de recherche - ESC Montpellier**

**2002-2004, Attachée Temporaire d’Enseignement et de Recherche – Université de Montpellier**

**2001-2002, Chargée de Travaux Dirigés – Université de Montpellier**

**2000, Responsable Export pour la Société Rubicon, Bangkok, Thaïlande**

Créateur de bijoux et exportateur de pierres précieuses

- Marketing : Création de documents (catalogue, PLV…) et autres supports visuels

- Vente : Organisation de salons internationaux, vente en BtoB (négociation, pricing)

- Gestion de production : Organisation de la production (20 personnes à gérer)

- Logistique : Veille du respect des délais de livraison (clients très exigeants), préparation de passage en douane (formalités, documents, assurance).

**1995-1997, Chef de Secteur Chanel-Bourjois auprès de la Grande Distribution**

- Négociation de 3 lignes de produits (pour les magasins en direct) et du respect des accords négociés auprès des centrales d’achat.

- Calcul de CA prévisionnels et d’objectifs de rentabilité.

- Contrôle de l’assortiment référencé et de l’application des accords de mise en place.

- Merchandising : Augmentation du mètre linéaire et achat d’espaces et d’outils de promotion (publicité sur le lieu de vente, têtes de gondoles et autres présentoirs visant à mettre en avant les produits de la marque).

- Développement de la présence en magasin : implantations avec le chef de secteur en conformité avec le plan d’implantation, vente d’opérations spéciales.

- Animation du réseau : organisations d’animations sur le lieu de vente avec l’aide de deux animatrices (conseils et démonstrations de produits).

**3. Publications et production scientifique**

***Articles publiés dans des revues scientifiques***

(2017), « La perception du métier de vendeur par ceux qui s’y destinent : une approche par l’image métier », à paraître dans *@grh*, co-écrit avec Franck Gavoille et Béatrice Siadou-Martin (RANG B HCERES).

(2017), “Salespeople fairness and buyer satisfaction: what about emotion?”, à paraître dans le *Journal of Business to Business Marketing*, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin, David Vidal et John F. Tanner (RANG C HCERES).

(2017), « De la congruence de valeur à la marque employeur : Quelles conséquences pour l’identification et le Bouche-à-Oreille vis-à-vis de l’organisation ? la *Revue Canadienne des Sciences Administratives*, co-écrit avec Audrey Charbonnier-Voirin et Alexandra Vignolles (RANG B HCERES).

(2016), “The mediation effect of the perceived ethical climate of the sales contest on the impact of salespeople’s status aspiration and competitiveness on their unethical behavior in the Banking Sector”, *Recherche et Application en Marketing*, 31, 2, p.21-39 co-écrit avec Eric Pezet et Antoine Harfouche (RANG A HCERES).

(2016), “The impact of sales contest on the listening: an empirical study in a call center”, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 36, 3, p.281-293, co-écrit avec Maryse Khoel et John F. Tanner. (RANG B HCERES).

(2015), “Designing Sales Contests in Call Centers: Understanding Inside Salespeople’s Preferences for Contest Design Attributes and Rewards”, *Journal of Selling*, 15, 1, p.56-68, co-écrit avec Sandrine Hollet-Haudebert, Christophe Fournier et Ellen Pullins.

(2014), « Relation au fournisseur : impératif de multicanalité et gestion des émotions », *Revue Management et Avenir*, 72, p.177-199, co-écrit avec Ghislaine Pellat, Béatrice Siadou-Martin et David Vidal, 72, p.177 – 199. (RANG B HCERES).

(2013), “What is the impact of salespeople’s relational behaviors and organizational fairness on customer loyalty?” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 5, p.429–438, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin, Ghislaine Pellat et David Vidal (RANG B HCERES).

(2012), « Quand l’Orientation Client du vendeur conduit au développement de la relation : Le rôle modérateur de la propension relationnelle du client », *Gestion 2000*, 29, 2, p.87-104, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin. (RANG C HCERES).

(2012), “Temp Workers:Why be loyal?”, *International Journal of Services, Economics and Management*, 4, 2, p.93-103, co-écrit avec Isabelle Galois et Pascal Paillé.

(2012), “Compensation and Control Systems: A New Application of Vertical Dyad Linkage Theory”, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 32, 1, p.107-116, co-écrit avec Krafft Manfred, Thomas DeCarlo et John F. Tanner. (RANG B HCERES).

(2011) “Compliance versus preference: understanding salesperson response to contests”, *Journal of Business Research*, 64, 7, p.664-671, co-écrit avec Christophe Fournier et John F. Tanner. (RANG A HCERES).

(2010), “The impact of contest on salespeople’s customer orientation: an application of tournament theory”, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 30, 1, p.33-46, co-écrit avec John F. Tanner. (RANG B HCERES).

(2010), « L’orientation client du vendeur du point de vue du consommateur : Les apports de la théorie de l’attachement », *Revue Management et Avenir*, 31, p.246-266, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin et Ghislaine Pellat. (RANG B HCERES).

(2010), “Un outil de stimulation : le challenge commercial, *Economie et Management*, dossier spécial “Le renouveau de la vente », 137, p.33-36.

(2009) “Management of sales advisers and service climate: an experiment”, *Journal of Service Management*, 20, 3, p.274-289. (RANG B HCERES).

(2008), « La perception des challenges par les commerciaux d’après une analyse textuelle », *Revue Française de Marketing*, 217, 2, p.77-90. (RANG C HCERES).

(2008), “Executives’ perspectives of the changing role of the sales profession: understanding their vision of the future”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23, 3, p.193-202, co-écrit avec John F. Tanner Jr, Christophe Fournier A. Wise, Sandrine Hollet. (RANG B HCERES).

(2008), « Le rôle des comportements relationnels des commerciaux dans la Gestion de la Relation Client », *Revue Management et Avenir*, Cahier Spécial Gestion de la Force de Vente, 16, 2, p.140-154. (RANG B HCERES).

(2007), « Caractéristique d'un challenge de vente et adhésion des commerciaux : quelques recommandations », *Décisions Marketing*, 47, p.33-46, co-écrit avec Christophe Fournier. (RANG B HCERES).

***Communications dans des colloques avec comité de sélection***

(2017), Employer Branding Among Salespeople: An Exploratory Analysis of Glassdoor Reviews, *Society for Marketing Advance Conference*, 7-11 novembre, Louisville, co-écrit avec John F. Tanner.

(2016), Marque métier et marque employeur : deux concepts pour comprendre et améliorer l’attractivité des métiers de la vente, , *4ème Colloque européen Innovation et Commerce*, 12 octobre, IAE Montpellier, co-écrit avec Franck Gavoille, Béatrice Siadou-Martin et Christophe Fournier.

(2015), “Coopetition in sales and commercial coopetition: When the coopetition in the sales contest is a source of performance”, *3rd International Conference on Social Science and Management*, 7-9 mai, Kyoto, co-écrit avec Estelle Boucher-Pellegrin.

(2015), “Customer Stereotypes: Consequences on salespersons’ interpersonal orientation in Luxury settings”, *American Collegiate Retailing Association/AMA conference*, 4-7 mars, Miami, co-écrit avec Marie-Cécile Cervellon.

(2014), « De la congruence de valeur à la marque employeur : Quelles conséquences pour l’identification et le Bouche-à-Oreille vis-à-vis de l’organisation ? *Congrès de l’Association de Gestion des Ressources Humaines,* 6-7 novembre, Chester co-écrit avec Audrey Charbonnier-Voirin et Alexandra Vignolles.

(2014), “Salespeople fairness and buyer satisfaction: what about emotion?”, 27-29 mai, *La Londe Conference in Service Management*, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin et David Vidal.

(2014), “La marque employeur et l’identification à l’entreprise au cœur de la relation client », *Marketing Trends*, 23-25 janvier Venise, co-écrit avec Alexandra Vignolles et Audrey Charbonnier-Voirin.

(2013), « Relation au fournisseur : impératif de multicanalité et gestion des émotions », *Journée ISTEC Multicanal et cross-canal*, Paris, 12 décembre, co-écrit avec Ghislaine Pellat, Béatrice Siadou-Martin et David Vidal.

(2012), “How the salesperson influence the perception of fairness? A qualitative study”, *6th International NASMEI Conference*, 29-30 décembre, Chennai, Inde, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin.

(2012), « Comment évaluer et rétribuer l'esprit de service ? », *Journée de l'ANVIE* (Association Nationale pour la Valorisation Interdisciplinaire de la recherche en sciences de l'homme et de la société auprès des Entreprises), le 12 décembre, Paris.

(2012), “Examining the impact of salespeople’s relational behaviors and organizational fairness on customer loyalty”, *La Londe Conference in Service Management*, 29 mai-1er juin, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin, David Vidal et Ghislaine Pellat.

(2011), “To build commercial long-term relationships: Proposition of a two-level model”, *18th International Conference on Recent Advances in Retailing and Consumer Services Science*, 15-18 juillet, San Diego, Etas-Unis, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin.

(2011), “New attitudes to work and work values", *12th European Congress of Psychology*, 4-8 juillet, Istanbul, Turquie, co-écrit avec Eric Pezet et Anne-Pignault.

(2011), “An Assessment of DISC Behavioral Styles on Salesperson Performance”, *National Conference in Sale Management*, 30-mars-2 avril, Orlando, Etas-Unis, co-écrit avec Kirk Wakerfield.

(2011), “Comment développer la dimension expérientielle du recrutement des commerciaux? », *Journée de recherche des IUT sur la commercialisation*, le 3 Mars, Saint Denis, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin et Ghislaine Pellat.

(2010), « De l’orientation client des vendeurs à la fidélité à l’entreprise : Le rôle modérateur de la propension du client à s’engager dans une relation », *13ème colloque Étienne Thil*, 7-8 octobre, La Rochelle, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin.

(2010), “Games Salespeople Play: Do Sales Contests Create Ethical Micro-Climates?”, *Global Marketing Conference*, 9-12 septembre, Tokyo, Japon, co-écrit avec John F. Tanner et Eric Pezet.

(2010), “Designing Sales Contests in call centers: Understand telemarketers’ preferences and recommendations for compensation”, *Academy of Marketing Science Annual Conference*, 26-19 mai, Portland, Etas-Unis, co-écrit avec Sandrine Hollet et Christophe Fournier.

(2009), « L’orientation client du vendeur du point de vue du consommateur : Les apports de la théorie de l’attachement », *Journées de Recherche sur la Vente*, 18-19 novembre, Paris, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin et Ghislaine Pellat.

(2009), “The customer orientation of salespeople and the relationship quality”, *38th European Marketing Academic Conference*, 26-29 mai, Nantes, co-écrit avec Béatrice Siadou-Martin et Ghislaine Pellat.

(2009), “Sales contests in call centers: a conjoint analysis to understand telemarketers’ preferences”, *38th European Marketing Academic Conference*, 26-29 mai, Nantes, co-écrit avec Christophe Fournier et Sandrine Hollet.

(2009) “Temporary worker’ loyalty based on reciprocity, *Workshop on Research Advances in Organizational, Behavior and Human Resources Management*, 18-20 mai, Toulouse, co-écrit avec Isabelle Gallois et Pascal Paillé.

(2008), « Management des commerciaux et climat de service, *La Londe Conference in Service Management*, 27-30, mai, La Londe.

(2008), « L’impact des incentives sur l’orientation client des commerciaux », *24èmeCongrès International de l’Association Française de Marketing*, 15 et 16 mai, Paris.

(2008), « Le rôle des comportements relationnels des commerciaux dans la Gestion de la Relation Client », *Journée de Recherche sur La Vente - Association Française du Marketing*, 31 janvier et 1er février, Lyon.

(2007), “Executives’ Perspectives of the Changing Role of the Sales Profession: Understanding Their Vision of the Future”, *37th Congreso de Investigación y Desarrollo del Tecnológico*, 17-19 janvier, Monterrey, Mexique, co-écrit avec John F. Tanner, Christophe Fournier et A. Wise.

(2006), “The favorite sales contest of salespeople: A conjoint analysis approach”, *Australian and New Zealand Marketing Academy Conference*, 4-6 décembre, Brisbane, Australie, co-écrit avec Christophe Fournier.

(2006), “The impact of sales contests on salespeople’s customer orientation and service climate”, *35th European Marketing Academic Conference*, 23-26, mai, Athènes, Grèce.

(2006), « Caractéristiques des challenges de vente favorites des commerciaux : une expérimentation », *18ème Congrès des IAE*, 3 et 4 avril, Montpellier. ***Prix de la meilleure communication***

(2005), “Toward a new vision : executives’ perspectives of the changing role of salespeople, their tasks and competencies”, *The Fifth Biennial Academy of Marketing/AMA Conference*, 5-8 juin, Dublin, Irlande, co-écrit avec John F. Tanner Jr, Christophe Fournier A. Wise, Sandrine Hollet.

(2005), “Determinants and consequences of salespeople’s attitude toward sales contests”, *34th European Marketing Academic Conference*, 24-27 mai, Milan, Italie, co-écrit avec Christophe Fournier. ***Prix de la meilleure communication en gestion de la force de vente***

(2005), « Missions, compétences et profils des commerciaux : vers de nouvelles orientations », *21ème Congrès International de l’Association Française de Marketing*, 19 et 20 mai, Nancy, co-écrit avec Christophe Fournier et Sandrine Hollet.

(2005), « L’impact des challenges de vente sur l’orientation client du commercial et sur la qualité du service », *14ème Journées d’études de l’Institut Psychanalyse et Management*, 6 et 7 avril, Montpellier.

(2004), « La perception des challenges par les commerciaux : une enquête exploratoire”, *17ème Congrès des IAE*, 13 et 14 septembre, Lyon.

(2002), « Impact et réactions des commerciaux aux concours de vente : comparaison des littératures académiques et managériales », *18èmeCongrès International de l’Association Française de Marketing*, 23 et 24 mai, Lille, co-écrit avec Christophe Fournier.

***Ouvrages et chapitres d’ouvrage***

(2016), « Gestion des Commerciaux et Gestion de la Relation Client », Editions Universitaires Européennes.

(2016), « Des quatre âges de la VPC à la vente omnicanal, Du vendeur au community manager », Chapitre de « Génération Marketing et Sciences de Gestion : Mélanges en l’honneur du Professeur Pierre-Louis Dubois », avec Anne Sophie Cases, Christophe Fournier et Régine Vanheems, coordonné par Véronique Des Garets et Christophe Fournier.

(2013), « Le management de la marque employeur », Chapître du « Management transversal de la marque », Dunod, avec Eric Pezet et Anne Pignault, coordonnée par Géraldine Michel.

(2010), « Sales Force Recruitment and Selection », Chapître de « Sales Force Management : An European Perspective », Sage Publication, avec Christophe Fournier, coordonnée par Paolo Guenzi.

(2008 et 2010), « Analyse de données avec SPSS », 1ère 2ème édition, Pearson Education, avec Manu Carricano et Laurent Bertrandias.

**4. Encadrement doctoral et scientifique**

***Comités et encadrement de thèses***

Membre de comités de thèse :

- Jean-Laurent Rodriguez, « L'encastrement social de la relation marchande et son impact sur la performance du vendeur - Le cas du secteur de la vente directe », soutenue en novembre 2011 sous la direction du Professeur Christophe Fournier.

- Pauline Folcher, « Responsabilité et Engagement Economique du Consommateur dans l'achat de roduits «Made in France », soutenue le 11 décembre 2015 sous la direction du Professeur Gilles N’Goala.

- Melissa Benbelgacem, thèse en cours : « Stratégies et performance marketing dans les structures alternatives », sous la direction du Professeur Philippe Aurier.

Encadrement de thèses :

- Michel Klein, Thèse sur le Travail Emotionnel des Commerciaux (co-direction avec Christophe Fournier).

- Christophe Czuly, Thèse sur le Mindfullness en Management Commercial.

***Encadrement de mémoires de Master***

Depuis 2007, encadrement de 200 mémoires de Master 2 : 3 mémoires de Master 2 Finalistes des Trophées des Etudes Synthec - Catégorie Master Professionnel et Recherche en 2012, 2013 et 2014.

***Cours de méthodologie en programme Doctoral***

- Ecole Doctorale d’Economie et de Gestion de Montpellier - Méthodes quantitatives.

- Programmes doctoraux EDBA - Executive Doctorate in Business Administration (EDBA): Tsinghua University, Pékin et Jiao Tong University, Shanghai - Méthodes quantitatives.

**5. Diffusion des travaux, Rayonnement et Expertise**

***Articles managériaux et Conférences professionnelles***

Nous sommes régulièrement sollicitée pour participer à des conférences professionnelles et interviewée en tant qu’experte du management commercial et de l’analyse des données :

- « Pour lutter contre les emplois non pourvus, communiquons sur « l’image métier » » pour The Conversation, 17 aout 2017.

- « Com’ : Les créatifs d’ici en panne d’inspiration ! » pour La Gazette, juillet 2017.

- « L’expérience client dans le luxe » pour *Survey-Magazine*, octobre 2016.

- « Indispensables pour améliorer la qualité des études quantitatives : Les échelles de mesure et leur test » pour le *Survey-Magazine*, mars 2016.

- « Optimiser sa force de vente : Le digital en marche », pour *Point de vente,* 6 décembre 2015.

- « Commerce: les secrets du phénomène Nespresso », pour *La Gazette*, 21-27 novembre 2013.

- “Un outil de stimulation : le challenge commercial, dossier spécial : « Le renouveau de la vente » pour *Economie et Management*, 137, p.33-36, 2010.

- « Que le meilleur gagne! », pour *L’Express*, 4 mai 2006.

- Conférence : « Comment évaluer et rétribuer l'esprit de service ? » Journée de l'ANVIE, Association Nationale pour la Valorisation Interdisciplinaire de la recherche en sciences de l'homme et de la société auprès des Entreprises, le 12 décembre 2012, Paris.

***Expertise auprès de groupes de recherche***

- Formation à l’analyse des données avec SPSS auprès des enseignants-chercheurs de l’ESCP Paris (2013 et 2014) et à l’Université de Montpellier en 2015.

**6. Responsabilités scientifiques**

***Co-Directrice du Groupe de Recherche en Marketing du laboratoire MRM (2016-2017)***

Animation du groupe de recherche, organisation de séminaires de méthodologie, aide au développement de projets et contrats de recherche, communication.

***Organisation de Conférences, Comités scientifiques et de lecture***

- Membre du comité d’organisation du congrès de recherche de l’Association Française de Marketing qui s’est déroulé Montpellier en 2014 (30 ans de l’AFM).

- Participation à l’organisation de conférences : Conférence *Psychanalyse et Management* (2008), *Journée de recherche en vente* de l’Association Française de Marketing depuis 2003.

- Présidence de sessions: International Conference on Social Science and Management (2015), Congrès de l’Association Française de Marketing (2013), La Londe Conference in Service Management (2008; 2012), European Marketing Academic Conference (2009).

- Comités scientifiques : Global Sales Science Institute Conference ; International Conference on Marketing Studies ; Academy of Marketing Science ; Association Française de Marketing.

- Comités de lecture occasionnel : Recherche et Application en Marketing ; Journal of Service Management ; European Journal of Marketing ; Journal of Selling & Major Account Management ; Journal of Personal Selling and Sales Management, Journal of Business Research.