



Ouvrage dirigé par **Jean-François Trinquecoste**, Professeur des universités (IAE, université Montesquieu Bordeaux IV), directeur du master 2 marketing, directeur de l'équipe de recherche en marketing de l'IRGO et professeur associé à BEM. président de l'Observatoire aquitain des tendances en marketing. Ancien rédacteur en chef de la revue Décisions marketing.

Guillaume Biot-Paquerot, docteur en sciences de gestion, est professeur associé au groupe Sup de co La Rochelle, et rattaché à l'Institut de recherche en gestion des organisations (IRGO) de l'université de Bordeaux IV. Ses axes de recherche relèvent de la gouvernance des organisations publiques, de la mesure de la performance et des approches partenariales en SI. Il est également membre du comité de rédaction de la Revue du Financier.

Huyen Nguyen Thi Thanh, docteur en sciences de gestion, est maître de conférences à la faculté de droit et des sciences économiques et rattachée au groupe d'analyse des itinéraires et niveaux salariaux (GAINS) de l'université du Maine. Ses travaux concernent particulièrement l'analyse et le développement de modèles d'évaluation et des méthodes de mesure de la performance des *hedge funds*.

Frédéric Pichon, docteur en sciences de gestion, est actuellement maître de conférences à l'INP/ENSAT où il enseigne le marketing et le comportement du consommateur. Ses centres d'intérêts sont la communication marketing et la sémiotique.

Emmanuel Renaud, docteur en sociologie, enseigne la sociologie des organisations, la méthodologie et les systèmes d'information au Groupe Sup de co La Rochelle. Il a notamment collaboré au Dictionnaire du MKG chez Hatier. Membre du Cerege, groupe GRH « Gestion des âges ». Il s'intéresse plus particulièrement au thème de la fidélité organisationnelle au sein des organisations.

Jean-Charles Rico est maître de conférences à l'Institut de gestion de l'université de La Rochelle. Ses travaux portent principalement sur le marketing *B to B* et la responsabilité sociale des entreprises.

Didier Roche est chercheur au sein du laboratoire de recherche Crescem de l'ESCEM (école supérieure de commerce et de management) Tours/Poitiers. Docteur en sciences de gestion, responsable du parcours de spécialisation anglophone *International Business Negotiation*, il enseigne le marketing et la gestion des ressources humaines. Ses recherches portent principalement sur la performance des forces de vente.

Sylvie Rolland est maître de conférences à l'Institut de gestion de l'université de La Rochelle et membre du laboratoire Dauphine recherches en management, UMR 7088 CNRS. Elle enseigne le marketing dans le master marketing des services de l'université de La Rochelle et dans le master marketing et stratégie de l'université de Paris-Dauphine. Elle est l'auteur de plusieurs articles et ouvrages sur la gestion de la relation client dans le domaine des services et plus particulièrement sur l'impact des nouvelles technologies sur cette relation.

Isabelle Sueur est maître de conférences à l'université de La Rochelle et chercheur au laboratoire Cerege (EA 1722) des universités de La Rochelle et de Poitiers. Ses travaux de recherche actuels portent sur la fidélisation et la fidélité des clients, en particulier dans les secteurs de la grande distribution, de la banque et du tourisme.

Sébastien Tran est titulaire d'un doctorat en sciences économiques de l'université Paris Dauphine. Il occupe actuellement la fonction de doyen de la faculté de l'école de management de Normandie depuis 2010 et il est également chercheur associé au laboratoire M-Lab de l'université Paris Dauphine. Ses activités de recherche portent sur les stratégies des entreprises, le management de l'innovation technologique et organisationnelle et les systèmes d'Information (SI). Il enseigne la stratégie, le management et le marketing de l'innovation au niveau master.