

CURRICULUM VITAE

LLOSA Sylvie

Date of birth: May 30, 1965

Status :

Professor

(Professeur des Universités : Full tenured Professor)

Aix Marseille GSM - IAE
Chemin de la Quille-Puyricard
13089 Aix-en-Provence Cedex 2

Phone : 04.13 94 26 76

E.mail : Sylvie.llosa@iae-aix.com

EDUCATION

- 2005: Full Professor *AGREGATION DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR EN SCIENCES DE GESTION* (Equivalent to **TENURE**)
- 2004: Accredited Research Supervisor, Habilitation à Diriger des Recherches Aix Marseille GSM - IAE, Graduate School of Management (Université Paul Cézanne Aix Marseille III), France
- 2000: International Teaching Program (I.T.P) organised by STERN NYU (New York)
- 1996: PhD in Management Science, Aix Marseille GSM - IAE, (Université Paul Cézanne Aix Marseille III), France
- 1992 : Masters in Service Management, Aix Marseille GSM - IAE, (Université Paul Cézanne Aix Marseille III), France

Foreign languages (mentioned with an X)

Language	Read	Spoken	Written
English	x	x	x

ACADEMIC ACTIVITIES

Courses given currently at Aix Marseille GSM - IAE

- Service Marketing and management
- Satisfaction
- Markstrat game
- Comprofiles, management of difficult communication

International teaching & research missions

- 2007: Visiting Professor North Carolina State University NCSU, Raleigh (2 months) USA
40 hours of Service Marketing course (Summer session, undergraduate students)
- 2014: Visiting Professor North Carolina State University NCSU, Raleigh (1 week) USA
20 hours of Markstrat game (MGIM students)
- 2017 Visiting professor in HCM Vietnam

Others academic activities outside of Aix Marseille GSM - IAE:

- A service marketing course in Dauphine University, Paris since 2010
- A service and relationship marketing course in La Réunion IAE 2013, 2015, 2017, 2019

Corporate related academic missions :

- Since 2006 service management seminars for SNCF (French, Railway) for high executives
- Seminars for Accor, Orange, Elior, Barrière, Pierre et Vacances, Rainbirds, Générale de santé, Ubisoft, about satisfaction management in service companies

SCIENTIFIC ACTIVITIES & OTHER

- Director of PHD thesis (8), Member of PhD or HDR juries (27)
 - Coordinator (since 2000) of the Aix Marseille GSM - IAE International Research Seminar in Service Management at La Londe les Maures (see www.lalondeconference.org)
 - Member of the administration committee of "Association Française du Marketing"
 - Guest Editor for Journal of Service Management (3 times)
 - Permanent publisher's reader since 1998 and the three best French marketing journals "Recherche et - Applications en Marketing", "Decisions Marketing", Revue Française du marketing.
 - Occasional publisher's reader for : "Journal of Retailing and Consumer Services"

CURSUS (prior to joining Aix Marseille GSM - IAE)

- 1993-1999 : Assistant lecturer, ATER, then, since 1997 senior lecturer at the IAE-Lyon, University Lyon 3
- 1999-2005 : Senior lecturer at the Aix Marseille GSM - IAE (Université Paul Cézanne Aix Marseille III), France
- 2005-2006 Professor in Saint Etienne University
- Since 2006 Professor in Aix Marseille GSM - IAE

RESEARCH AND PUBLICATIONS (More than 1000 quotations in Google Scholar)

Research Awards and Distinctions

1. Llosa S. (1996) Contributions à l'étude de la satisfaction dans les services Ph.D in management science, Aix Marseille GSM - IAE, Université Aix Marseille III, 14th December.
PhD awarded with a "Very Honorable » Distinction, unanimous congratulations of the Jury and encouragements to publish.

Director : Pierre Eiglier, Professor at the Aix Marseille GSM - IAE
Co-director: Jean-Louis Chandon, Professor at the Aix Marseille GSM - IAE

This dissertation received 1st Place of the "Jean Fourastié Award" (Le prix Jean Fourastié) of the research competition organised by the Ministry of Small Businesses, Commerce and Craftsmanship (Minister :J-P Raffarin). The thesis was also awarded a special distinction from the Jury – Best Marketing Thesis 1996/97 - by the FNEGE and the French Association of Marketing (AFM), as well as the Management Thesis Prize for total quality in 1998 from the MFQ (French Quality Movement).

Books

2. 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 (ISBN : 2744076120)
3. 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 : 2717858571)

Chapters in books

4. Camelis C., Llosa S. Maunier C. (2019 à paraître) La satisfaction envers l'expérience touristique, dans Faire de la recherche en management du tourisme, coordonnée par Cécile Clergeau, Vuibert
5. 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* edition ISTE coordonné par N'Goala G, Pez V, Priam-Allaz I. ISBN : 978-1-78405-586-8
6. Nicod, L., Llosa S. (2019) The augmented Customer Relation : the increasing importance of customer's role ? *Augmented Customer Strategy : CRM in the Digital Age* edition ISTE coordonné par N'Goala G, Pez V, Priam-Allaz I. ISBN 978-1-78630-372-1
7. Flambard S., Llosa S. (1999) Marketing relationnel et marketing des services : une profonde complicité Faire de la recherche en Marketing, work under the co-ordination of Bernard Pras, Vuibert, May, chapter 10, 335-355.

8. 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 work under the co-ordination of Bernard Pras, Vuibert, May, chapter 10, 313-334

Articles in refereed journals

9. 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 Classement A HCERES 2015, Classement 2 FNEGE 2016
10. Vo Thi NT , Llosa S (2015) Dynamique de satisfaction et intention de renouvellement d'expériences hédoniques Management et Avenir (à paraître) Classement C AERES 2012, 4 CNRS
11. Camelis C., Llosa S., Maunier C. (2015) Gestion de la satisfaction et de l'insatisfaction des touristes : les apports du modèle Tétracasse, Management et Avenir n° 77 137-162 Classement C AERES 2012, 4 CNRS
12. 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
13. 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.
14. 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)
15. Llosa S., Goudarzi K., Orsingher C. (2009) Guest Editors. Interdisciplinary insights on service activities. Journal of Service Management vol 20, issue 3.
16. Llosa S., Orsingher C. (2007) Guest Editors. Interdisciplinary insights on service activities. International Journal of Service Industry Management Vol 18 n° 5, 449.
17. 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
18. Eiglier P., Llosa S., Orsingher C. (2006) Un'analisi delle esperienze di servizio soddisfacenti attraverso la Critical Incident Technique Mercati e Competitività, *Rivista della Società Italiana di Marketing*, 2nd Quarter, May 61-82
19. 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
20. Bartikowski B., Llosa S. (2004) Customer Satisfaction Measurement: Comparing Four Methods of Attribute Categorizations *Service Industries Journal*, vol 24, n°4, 67-82
21. Dano F., Hamon V., Llosa S. (2004) La qualité des études qualitatives : Principes et pratiques *Décisions Marketing*, n°36, 11-26
22. 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.
23. 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.
24. Llosa S. (1997) L'analyse de la contribution des éléments du service à la satisfaction : Un modèle « tétracasse » *Décisions Marketing*, n°10 Jan-April, 81-88.

Refereed Proceedings Conference Papers

25. 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
26. 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
27. 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

28. 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
29. 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
30. Julienne, E, Llosa S. (2018) Performance relationnelle des vendeurs : les apports du modèle Tétraclasses 34ème Congrès international de l'Association Française de Marketing , Strasbourg, 14-16 mai.
31. 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.
32. 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
33. 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
34. 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 , Lyon, mai
35. 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
36. 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 Etienne Thil* 14-16 Octobre
37. 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
38. 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 Journées Normandes de Recherche sur la Consommation, Rouen, 27-28 Novembre.
39. 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
40. Camelis C., Llosa S., Maunier C. (2014) What elements are important in the construction of tourist satisfaction? *AMA SERVQIG 2014 Conference* Thessalonique
41. 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
42. 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
43. Nicod, L., & Llosa, S (2012). L'aide au client, motivation ou frein à participer en distribution? *Colloque Etienne Thil* 27-30 novembre Lille.
44. 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.
45. 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.
46. Llosa S. (2012) L'influence de la restauration dans la satisfaction du patient hospitalisé et ses déterminants. Utilisation pratique du modèle Tétraclasses de Llosa. 2nde Journée Internationale du Marketing Santé EDHEC Nice , 23 Mars
47. 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.
48. 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
49. 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

50. 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.
51. Vo Thi N.T, Llosa S. (2011) Le rôle des différents moments d'une expérience dans la satisfaction globale du client *10th International Conférence Marketing Trends, Paris 20-22 janvier*
52. Goudarzi K., Guenoun M., Llosa S., Silent service in Public Sector: How to value their marketing performance?, 2009 *European Marketing Academy Conference (EMAC)*, Nantes, France, May 26 -May 29 2009.
53. Camellis C., Llosa S. (2009) Expérience de service et image de marque : implications managériales *25ème Congrès international de l'Association Française de Marketing* Londres, mai
54. 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 *21st International Congress of the Association Française de Marketing*, Nantes, 11 & 12 May.
55. 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.
56. Dano F., Llosa S., Orsingher C. (2003) Evaluer un service : Les mots pour le dire. *19th International Congress of the Association Française de Marketing*, Gammarth Tunisia, May.
57. 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.
58. Bemmaor A., Caru A., Craig S., Llosa S., Martinez J, Shemaker R., Stern P. (2001) An Analysis of Course Evaluation Instruments and the Administration or Course Evaluations I.T.P. Stern School of Business, NYU, July 11
59. Bartikowski B., Llosa S. (2001) De la théorie du poids fluctuant des éléments dans la satisfaction à la mesure. Comparaison empirique de quatre méthodes *17th International Congress of the Association Française de Marketing*, Deauville, May.
60. 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.
61. Lichtlé M.C., Llosa S., Plichon V.(2001) La contribution des éléments d'une grande surface alimentaire à la satisfaction du client, *17th International Congress of the Association Française de Marketing* Deauville, May.
62. 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.
63. Llosa S. Orsingher C. (1998) Small stories of memorable satisfaction in services. 5th International Research Seminar in Service Management, La Londe-les-Maures, 26-29 May 409-439.
64. Llosa S. (1997) Contributions à l'étude de la satisfaction dans les services, *13th International Congress of the Association Française de Marketing*, Toulouse, May, 479 -509. Llosa S. (1997) La construction de la satisfaction dans les services *10th Jacques Cartier conference*, 8 to 9 December, Lyon, Université Jean Moulin.
65. Llosa S. (1996) "Quatre modes de contribution des éléments d'une expérience de service à la satisfaction du client". *Association Française de Marketing "Satisfaction, relationships, fidelity"* 18 October, Pau.
66. Llosa S. (1996) "Introduction d'une dynamique dans la contribution des éléments d'une expérience de service à la satisfaction du client" *2nd Young Reserchers' Day, "Perspectives in Marketing and Consumer Behaviour"*, CERIAM, Chambéry, 24 June 101-124.
67. Llosa S., Chandon J.L. , Orsingher C. (1994) "SERVQUAL. Presentation, criticism and study of scale dimensionality" *3rd International Research Seminar in Service Management*, La Londe-les-Maures, 24-27 May 479-506.
68. Eiglier P., Llosa S., Orsingher C. (1993) "Rôle et implication du personnel en contact: illustration stratégique.", *"Quality in services and training" Seminar*, Modena Italy, 17 May.

2 softwares ETHNOS and SPHINX propose now my Tetraclass methods to companies.