

Sylvie LLOSA-STYLIOS

Professeur des Universités (classe exceptionnelle)
Aix Marseille Université - IAE Aix en Provence
CERGAM EA4225
Membre de la section 06 du CNU



Aix Marseille Université
IAE d'Aix en Provence
Clos Guiot
13540 Puyricard
Téléphone : 04.13.94.26.00
E.mail : Sylvie.llosa@iae-aix.com

FORMATION

- 2005 : **Admise au Premier concours national d'agrégation de l'enseignement supérieur pour le recrutement de Professeurs des Universités en Sciences de Gestion**
- 2004 : **Habilitation à diriger les recherches**, IAE d'Aix en Provence, Université Aix Marseille 3
- 1996 : **Doctorat nouveau régime ès-sciences de gestion**, IAE d'Aix en Provence, Université Aix Marseille 3

DEROULEMENT DE CARRIERE

- Depuis **Professeur des universités Aix Marseille Université, IAE d'Aix en Provence**
- 2006 : **Matières enseignées :**
- ⇒ Marketing des services
 - ⇒ Management par la satisfaction client
 - ⇒ Marketing relationnel
- Publics :** Etudiants en Master professionnel, formation initiale ou continue ainsi qu'en Master Recherche « Sciences de gestion »
- Langues :** Français et Anglais
- 2005 à 2006 : **Professeur des universités à l'ISEAG, Université Jean Monnet Saint Etienne**
- 1999 à 2005 : **Maître de conférences Aix Marseille Université, IAE d'Aix en Provence**
- 1993 à 1999 : **Vacataire, ATER, puis Maître de Conférences en 1997 à l'I.A.E. de Lyon, Université Lyon 3**
- 1988 à 1991 : **Formation des cadres et employés du réseau du Crédit Agricole aux produits et services dont j'étais responsable.**

ANIMATION SCIENTIFIQUE

RELATION AVEC LE MONDE INDUSTRIEL OU SOCIO ECONOMIQUE :

Depuis 1996 : Consultation auprès de nombreuses entreprises de service sur des problématiques liées au management des services, de la satisfaction client, des marques de service, du passage à une culture service.

Depuis 2012 : Membre du Center for Customer Management (C|CM), groupe de recherche international qui mobilise des chercheurs de tous horizons, en écoles ou en universités, qui veulent partager les résultats de leurs recherches et dialoguer avec les managers, consultants et experts en management des clients.

RAYONNEMENT :

PRIX ET DISTINCTIONS SCIENTIFIQUES

Ma thèse a obtenu **le premier prix du concours organisé par le Ministère des P.M.E. du Commerce et de l'Artisanat** (Ministre : J.P. Raffarin), récompensant les recherches sur l'économie et l'emploi tertiaire, **le prix "Jean Fourastié"**.

Elle a également reçu une "Mention spéciale du jury" **au Prix de la meilleure thèse de marketing 1996 / 1997** décerné par la FNEGE et l'AFM ainsi **qu'au Prix de la thèse en Management par la qualité totale 1998** du MFQ et de l'IQM.

COMMITÉ DE REDACTION

- ⇒ Membre depuis 2011 du comité de lecture de la Revue Française du Marketing
- ⇒ Membre depuis 2010 du comité de lecture de Décisions Marketing
- ⇒ Membre 2008-2014 du comité de lecture de Recherche et Applications en Marketing
- ⇒ Membre depuis 2007 du Comité de rédaction de la European Review of Service Economics and Management (ex série "Economie et Gestion des Services" de la revue Economies et Sociétés)
- ⇒ Membre depuis 2014 du Comité Scientifique de l'AFMAT (l'Association Francophone de Management du Tourisme)
- ⇒ Membre du Comité Scientifique des 7èmes Rencontres Internationales de la Recherche en Logistique (RIRL 2008)
- ⇒ Lectrice occasionnelle pour les revues :
 - Journal of Business Research
 - Journal of Retailing and Consumer Services
 - The Service Industries Journal
- ⇒ Lectrice pour l'EMAC depuis 2015
- ⇒ Lectrice pour Congrès International des Tendances du Marketing depuis 2007
- ⇒ Lectrice pour les Rencontres Internationales de la Recherche en Logistique depuis 2006

- ⇒ Lectrice pour le congrès de l'American Marketing Association depuis 2003
- ⇒ Lectrice pour les congrès de l'Association Française de Marketing depuis 1998 ainsi que pour les journées thématiques

Affiliation à des Associations Professionnelles et Scientifiques

- ⇒ Membre du conseil d'administration de l'Association Française du Marketing
- ⇒ Membre du CERGAM, Centre de recherche de l'IAE d'Aix en Provence, Université Paul Cézanne, Aix Marseille III
- ⇒ Membre du CCM, Center for Customer Management

ORGANISATION DE CONFERENCES

Coordonnatrice depuis 2000 du Séminaire de recherche internationale en management des activités de service de la Londe, AMU, IAE en Provence. qui a lieu tous les deux ans à La Londe les Maures (« La Londe Conference »). Ce séminaire rassemble des chercheurs de plus de 20 nationalités.

UNIVERSITE ETRANGERE

2007 puis 2014 : **Visiting de deux mois à Raleigh, North Carolina State University NCSU**
 2017 Visiting à l'Université d'Economie et de Droit, Université Nationale du Vietnam-Ho Chi Minh ville

COMMISSIONS NATIONALES

- Depuis 2019 : Membre élue du CNU06
- Depuis 2020 : Présidente de la commission Pédagogique de l'IAE d'Aix Marseille
- Depuis 2010 : Expert HCERES
- Depuis 2007 : Membre du comité attribuant de prix de thèse de l'Association Française de Marketing
- 2007 : Membre du colloque doctoral de l'AFM 2007

LES PUBLICATIONS

Travaux Diplômants

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.

Mention Très Honorable accompagnée des félicitations votées à l'unanimité et de l'encouragement à publication

Cette thèse a obtenu le premier prix du concours organisé par le Ministère des P.M.E. du Commerce et de l'Artisanat, récompensant les recherches sur l'économie et l'emploi tertiaire, le prix "Jean Fourastié".

Elle a également reçu une "Mention spéciale du jury" au Prix de la meilleure thèse de marketing 1996 / 1997 décerné par la FNEGE et l'AFM ainsi qu'au Prix de la thèse en Management par la qualité totale 1998 du MFQ et de l'IQM.

Ouvrage

3. 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
4. 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

Chapitres d'ouvrage

5. 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
6. 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 Labellisé FNEGE « Ouvrage de Recherche Collectif »
7. 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 Labellisé FNEGE « Ouvrage de Recherche Collectif »
8. 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
9. 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

Articles dans des revues à comité de lecture

1. Julienne E, Llosa S. (2021) Comment construire une relation de qualité avec une clientèle d'artisans et commerçants ? Une analyse Tétraclasse Décisions Marketing n°101 (Version anglaise: How to Build a Good Relationship Quality with Artisan and Shopkeeper Customers? A Tetraclass Analysis) **Rang 3 FNEGE**
2. 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> **Rang 2 FNEGE**
3. 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> **Rang 3 FNEGE**
 4. 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
 5. 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 **Rang 3 FNEGE**
 6. 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 **Rang 2 FNEGE**
 7. Vo Thi NT , Llosa S (2015) Dynamique de satisfaction et intention de renouvellement d'expériences hédoniques *Management et Avenir* n°80 155-174 **Rang 4 FNEGE**
 8. 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 **Rang 4 FNEGE**
 9. 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 **Rang 2 FNEGE**
 10. Goudarzi K, Llosa S. et Orsingher C. (2013), Editorial Interdisciplinary insights on service activities, *Journal of Service Management*, vol 22, issue 5, **Rang 3 FNEGE**
 11. 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. **Rang 4 FNEGE**
 12. 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) **Rang 3 FNEGE**
 13. 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 **Rang 2 FNEGE 2019**
 14. 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
 15. 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 **Rang 4 FNEGE**
 16. Bartikowski B., Llosa S. (2004) Customer Satisfaction Measurement: Comparing Four Methods of Attribute Categorizations *Service Industries Journal*, vol 24, n°4, 67-82
 17. Dano F., Hamon V., Llosa S. (2004) La qualité des études qualitatives : Principes et pratiques *Décisions Marketing* , n°36, 11-26 **Rang 3 FNEGE**
 18. 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. **Rang 2 FNEGE**
 19. 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.
 20. 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. **Rang 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 **Rang 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, **Rang 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. **Rang 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. **Rang 3 FNEGE**

Communications publiées dans les actes de congrès internationaux et colloques à comité de lecture

1. 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*
2. 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.
3. 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*
4. 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*
5. 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.*
6. 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
7. 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*
8. 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*
9. 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*
10. 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*
11. 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*

12. 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.
13. 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.
14. 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
15. 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
16. 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
17. 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
18. 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
19. 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
20. 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
21. 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
22. Camelis C., Llosa S., Maunier C. (2014) What elements are important in the construction of tourist satisfaction? AMA SERVSIG 2014 Conference Thessalonique
23. 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
24. 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
25. Nicod, L., & Llosa, S (2012). L'aide au client, motivation ou frein à participer en distribution? Colloque Etienne Thil 27 30 novembre Lille.
26. 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.
27. 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.
28. 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
29. 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

30. 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.
31. 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
32. 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
33. 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.
34. 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*
35. 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.
36. 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
37. 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.
38. 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*.
39. 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.
40. 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.
41. 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.
42. 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.
43. 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.
44. 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.
45. 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.
46. 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.

47. Llosa S. (1997) Contributions à l'étude de la satisfaction dans les services, *13° Congrès de l'AFM*, Toulouse, mai, 4796-509.
48. Llosa S. (1997) La construction de la satisfaction dans les services *10^{ème} Entretiens Jacques Cartier* 8 au 9 décembre Lyon, Université Jean Moulin.
49. 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.
50. 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.
51. Llosa S., Chandon J.L. , Orsingher C. (1994) "SERVQUAL. 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.
52. Eglie 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.

Livres blancs

1. 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
2. C*CM sous la direction de Llosa S, Renaudin V, Jacob F (2019) ,« Recherches en Stratégie client 2019 , 20 idées à découvrir » Livre blanc
3. 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 dans des revues et blogs managériaux (Diffusion des recherches auprès des entreprises)

1. Valéau P., Llosa S. (2020) Qualité de vie au travail. Quels sont les effets de la QVT sur l'engagement ? *Personnel*, n°606.
2. Llosa S. (2019) Mettre en confiance : accompagner les usagers durant leur expérience de service et préserver leur autonomie. *Revue Pouvoirs locaux* n°114, novembre.
3. 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
4. **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
5. **Llosa S.** (2019) Comment créer et maintenir une marque forte dans les services *Fitness Challenge* n° 40 avril mail 12-14
6. **Llosa S.** (2019) Participation au livre blanc « La Relation Client en mutation Comment dompter les nouveaux usages ? » coordonné par Aurélie Poupée pour Kiamo
7. **Llosa S.** (2018) Objectifs d'utilisation de la méthode tétraclasse. *Survey magazine* T2 80
8. **Llosa S.** (2017) Les rôles des co-clients dans la satisfaction *Fitness Challenge* 31 octobre novembre 2017, 36-38
9. **Llosa S.** (2016) What happens between your customers is your concern too ! *Culture service Magazine*
10. **Llosa S.** (2016) Satisfaction client : Agir sur les bons drivers *Fitness Challenge* 21, Février mars 46-47)

11. **Llosa S.** (2016) Ce qui se passe entre vos clients vous concerne aussi ! Partie 1 Les rôles Blog C*CM
12. **Llosa S.** (2016) Ce qui se passe entre vos clients vous concerne aussi ! Partie 2 Les implications managériales Blog C*CM