

Curriculum Vitae - mardi 8 novembre 2005



Christophe Benavent
Né le 4 Aout 1963
Divorcé
22, rue Jeanne d'Arc 64000 Biarritz
<http://christophe.benavent.free.fr>
christophe.benavent.free.fr
+33.623.236.256

Depuis 1998, je suis Professeur à l'Université de Pau et des Pays de l'Adour où je dirige le Centre de Recherche en Gestion .J'y enseigne à l'IAE le marketing, la stratégie, et les méthodes d'études et recherche.

Au centre de mon travail, se trouve une thématique spécifique : le management de la relation-client. Elle est développée au travers de différentes questions telles que celle des modèles de satisfaction, de la gestion des réclamations, l'analyse de l'efficacité des programmes de fidélisation, la gestion de portefeuille de clientèle.

Formation

- Agregation 1995 Paris
- Doctorat déc 1991 Lille
- DEA 1987 Lille
- Maitrise AES 1986 Lille
- Bac C 1980 Hénin Beaumont

Carrière

- 1998-2001 Professeur à l'IAE de Lille
- 1995- 1998 Professeur à l'UPPA
- 1992-1995 Maître de conférences à l'IAE de Lille
- 1990-1991 Ater à l'IAE de Lille

Responsabilités

- Directeur du centre de recherche en gestion de l'UPPA depuis 2003.
- Membre élu du CNU (2004-2007)
- Membre fondateur du Advisory Board for CRM - FEDMA
- Rédacteur en chef de Décision Marketing (1996-2000)

Affiliations

- AFM
- AIMS

Lecteur

Je rapporte régulièrement pour les revues et colloques suivants :

- DM
- RAM
- RFG
- Congrès des IAE
- Congrès de l'AFM
- Journée de Nante (e-marketing)
- Congrès Paris-Venise

Consultance

Je collabore régulièrement, sous une forme libérale, avec des entreprises variées, le plus souvent pour les direction générales et les services marketing sur des projets de consultance qui portent généralement sur le développement de connaissances à partir des bases de données clients : segmentation, analyse des dynamique de clientèle, satisfaction et réclamation, sont quelques uns des sujets traités. Parmi les collaborations de ces dernières années:

- Cincom
- Crédit agricole Pyrénées Gascogne
- Hilton Marketing Europe (avec Injections)
- La Dépêche du midi
- Arvato Business Intelligence
- Le site marketing. com
- EDF R&D Icame
- UCB
- Texas Instrument
- MSD Belgium

Liste des publications

Ouvrages - coordination – Revues

- Management International - Numéro thématique (Automne 2006) : Gestion des entreprises globalisées : une approche par les filiales. Avec Yves Doz (INSEAD)
- Revue internationale de la PME - (2003) [Numéro spécial NTIC et PME](#) avec Louis Raymond - UQAM
- Décision marketing (2002) - numéro spécial : [extension du domaine de l'expérience](#) - Rédacteur en chef invité avec Yves Evrard (HEC).
- Rédacteur en Chef [Décisions Marketing](#) 1997-2001
- Christophe Benavent (1991) "[Les interfaces organisationnelles et les programmes de développement de nouveaux produits : une approche évolutionniste](#)" [\[17.80Mo\]](#)Thèse de doctorat, Lille Déc 1991.

Articles comité de lecture - Chapitres ouvrages collectifs

- Lars Meyer Waarden et C Benavent, (2004) Stratégies de fidélisation : théorie et pratiques - Revue Française de Marketing n°196
- Lars MEYER-WARDEN et Christophe BENAVENT (2003), Les cartes de fidélité comme outils de segmentation et de ciblage. Le cas d'une enseigne de distribution Décisions marketing, n°32

- Benavent, C. Crié D (2000); "[Analyse de l'efficacité des cartes de fidélité, une étude de cas](#)" in Volle " Recherche en Distribution, Economica.
- Benavent, C. (2000), " **Les Ntic et le Marketing Stratégique : les enjeux de la compétition.** ", Revue Française de Gestion, Juillet 2000. ([Version préliminaire](#) non corrigée)
- Benavent C., Verstraete T, "**Entrepreneuriat et NTIC - construction et régénération du Business-model**", dans Verstraete T. (dir.), Histoire d'Entreprendre - les réalités de l'entrepreneuriat, Editions Management et Société, Caen, 2000 (isbn 2-912647-50-9) ([version préliminaire](#))
- Crié, D. et C. Benavent (1998), " [Mesurer l'efficacité des programmes de fidélisation](#)", Décision Marketing, n°15.
- Benavent C. (1995), "Elasticité-prix et structure concurrentielles", Décisions Marketing, sept-Décembre 1995.
- Benavent C. (1995), "[Analyse de portefeuille de clientèle : un exemple au Benelux](#)", Décisions Marketing, Janvier-avril 1995.
- Rueckert, Rao, et Benavent, C. (Traduction/adaptation) (1994), "**Alliances de marques**", Décisions Marketing, Janvier-Avril.
- Benavent, C., Thomas, M. et Bergue, A. (1993), "**Application of Gravity models for the analysis of retail potential**", Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing Vol 1 n°3.
- F.Salerno et Benavent C (1991), "**Une approche cognitive des facteurs de réussite des nouveaux produits**", Recherche et Applications en Marketing, Vol. 6 N°3.

Communications/ conférences

- Benavent, De la Villarmois, Firmanzah (2005), « Apprentissage et contrôle organisationnel : l'analyse au niveau des filiales indonésiennes d'entreprises françaises », Colloque MINT.
- Baillergeau Delphine, Bénavent Christophe (2005), La lettre de réclamation : une expérience de justice, proposition de communication aux 10èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgognes, Dijon, 9&10 novembre.
- De la Villarmois, O, Firmanzah et C Benavent (2005)" [Contrôle et Production de connaissance - le cas des entreprises mondialisées-><http://www.iae.univ-lille1.fr/afc/cd/resumes/57.htm>]", AFC Lille Mai 2005.
- Meyer-Waarden Lars et Christophe Benavent 2005 " efficacité des programmes de fidélisation Congrès de l'AFM mai 2005, Nancy.
- Baillergeau Delphine, Bénavent Christophe (2005), « La lettre de réclamation : une expérience de justice », 4ème Congrès International Tendances du Marketing, Paris, 21-22 janvier.
- Bénavent Christophe, Gammoudi Lofti (2005), « Réputation et comportements d'entreprise : de la pertinence du concept à l'ambiguïté des liens », 5èmes Journées Internationales de Recherche en Sciences de Gestion, ATSG, 10,11 et 12 Mars, Tabarka, Tunisie.
- Benavent C. (2004), « CRM contrôle et apprentissage organisationnel, Séminaire CONDOR, Paris 10 juin 2004.
- Benavent C, et Yami S (2003), " [un cadre pluraliste pour les groupes stratégiques](#)" Séminaire "Stratégies concurrentielles : nouvelles approches, nouveaux enjeux" Marne-la vallée, 4 novembre 2003.

- Cueille, S, et Benavent, C (2003) " Stratégies génériques : test de trois modèles descriptifs et perspectives théoriques", Congrès de l'AIMS, tunis. ([version de travail](#))
- Benavent C. et Chamard C. (2002) "[Qualité : au-delà du produit](#)" Colloque IAE des Pays de l'Adour Egsa
- Meyer-Waarden L., Casteran H et Benavent C (2002) "[L'impact des programmes de fidélisation sur la consommation](#): un effet de sélection et/ou de changement de comportement. Une investigation sur les données de panel single source " Communication proposée au congrès de l'AFM - Lille.
- Battac, J. De La Villarmois O et Benavent C. (2002) "[Interactions stratégie-Contrôle : le cas d'une banque de détail](#)" Communication proposée au congrès de l'AFC Toulouse.
- Benavent C et Lars Meyer (2002) "[Loyalty programs : strategy and practices](#)" Congrès "[Nouvelles Tendances du Marketing](#)" Paris-Venise - ESCP 26-27 Janvier .
- Benavent C et Lars Meyer (2002) "[Loyalty programs : strategy, practices and success factors](#) " [Journée Fidélisation " Après les points?" AFM/AACC](#) - ESCP 17 Janvier .
- Benavent C (2002) "[CRM : Au-delà du matériel, la nécessité de l'intelligence](#)" dans le CRM a-t-il un avenir ? [D-Interactive](#) 17 janvier, paris
- Une [présentation des applications du modèle de Dirichlet](#) donnée au Séminaire de Statistique de l'UPPA le 26 novembre 2002 (Pau)
- Aurier, Benavent, Ngoala (2001) "Discriminant and Predictive validity of the brand relationship components-A chain model tested with a test-retest approach" (e)CRM Workshop - karsruhe.[[slides](#)][[paper \(rough translation\)](#)]
- Meyer-Waarden, L et Benavent, C (2001), " [Loyalty Programs: Strategies et Practices](#)", papier proposé pour le [Education & Research Day, FEDMA](#), Madrid 14 septembre.[[slides](#)]
- C. Benavent (2001) "**New Marketing and the sources of the competitive advantage -How customer-centric orientation and IT remodel the basis of competition**" Conférence à USU - Medan et Atma Jaya -Jakarta, Juin.[[Slides PDF 2,8Me](#)]
- Meyer-Waarden, L et Benavent, C (2001), " [Programmes de Fidélisation : Stratégies et Pratiques](#)", papier accepté pour le congrès de l'AFM, Deauville.
- Aurier P., Benavent, C. et Ngoala (2001)" [Validité discriminante et prédictive des composantes de la relation à la marque](#) " communication acceptée au congrès de l'AFM 2001, Deauville.
- Crié, D, Benavent, C (2001) "[Les produits Fidélisants dans la relation client-Fournisseurs](#)" papier accepté pour le Congrès de l'AFM, Deauville, mai 2001
- Benavent C. (2000), Marketing stratégique et NTICs : les enjeux de la compétition - Colloque Evolution du marketing dans les pays arabes - [impact des NTICS-Beyrouth, 2-3 Novembre 2000](#) ([transparents](#))
- Benavent C (2000), PME et NTic - Table ronde congrès de l'AIRPME, Lille, septembre ([Transparents](#))
- De la Villarmois et Benavent (2000), "[Apprentissage et Contrôle des Réseaux commerciaux](#)", [XVème journées des IAE](#), Biarritz-Bayonne,,5-6 sept 2000.
- C Benavent, C. Crié D et Meyer-Waarden (2000); "[Loyalty programs efficiency : a quantitative case study in the field of retailing](#)" St Malo, Juillet 2000.
- Benavent et Yami (2000) " [Rivalités et groupes stratégiques: une revue de littérature et un cadre stratégique](#) ", Congrès de l'AIMS Montpellier Mai.
- C.Benavent (1999), "**Mesure de l'efficacité des forces de vente - un modèle de panel**", Séminaire Franco-Allemand de Montpellier septembre.

- Benavent et Crié (1998) "[Dynamique et valeurs de clientèles](#)", Congrès des IAEs, Nantes
- Benavent C. (1998) "[détections des clients douteux](#)", Global Database Marketing- 25 septembre 1998, IBM,Heathrow.
- C.Benavent (1997), "[Modèles de panel en marketing](#)", présentation séminaire EREM, décembre. (présentation Power-Point-ZIP)
- Sempé, L. et C. Benavent (1997), "[Modèles confirmatoire de mesure et analyse multi-niveau](#)", présentation club SPSS, Paris Octobre 1997.
- Benavent C. (1998) "[Managing Data Analysis for High-tech Customer Portfolios](#)" Global Database Marketing- mai 1998, IBM,Heathrow
- Benavent C. (1997), "[Organizationnal Learning and Databased Marketing : the case of Banking](#)", Communication to the First Educationnal Seminar, EDMA Forum, April 1997.
- Benavent C. (1996), "[Aspects Ethique et hédoniste de la satisfaction envers les services public](#)", communication Colloque Le Maire Entrepreneur, Biarritz, sept 1996.
- Benavent C. (1996), "**Moderator effects of promotion on price elasticities**", Communication French/German Seminar, Posdam sept 1996
- Benavent, C. (1994) "**Evolution des gammes : quelques problèmes**", Communication au Séminaire Jeunes Chercheurs, Méribel-Chambery, Février 1994.
- Benavent,C., Van Heems R. et Salerno, F. (1993), "**Facteurs de réussite et d'échec des nouveaux produits européens**" Communication au XXème Séminaire International de Recherche en Marketing, 1-4 Juin, La Londe les Maures.

Cahiers de recherche

- Une présentation du [marketing de l'expérience](#) à l'EREM le 29 novembre (Lille) Autour du DM ([Extension du Domaine de l'Expérience](#))
- Vandaele, M., Farissi, D. et Benavent, C. (1994), "Une typologie des marques sur la base des élasticités des variables du mix", novembre, .
- Benavent C. et Salerno F.(1993) "Intérêts et Application de la segmentation concurrentielle", Cahiers de la Recherche de l'IAE de Lille, 93/11.
- Benavent C. (1993): "Implantation d'une méthodologie d'étude de zone de chalandise et application d'un modèle de Huff " Cahiers de la recherche de l'IAE n°10/93.
- Salerno F. et Benavent C. (1991) : "Une approche cognitive des facteurs de réussite des nouveaux produits ", Congrès de l'AFM, la Baule, Avril 91.

Rapports de recherche

- Salerno, Benavent (1999), " Impact des Ntics sur la distribution bancaire- perspectives à 5 ans", CENCEP, Paris.
- Benavent, C. et Ladwein, R (1993), "Segmentation et Catégorie Cognitive dans l'étude des marchés complexes : le cas du marché musical", Rapport au Ministère de la Culture et de la Communication.[[pdf 10,81M](#)]
- Salerno F. et Benavent C. (1991) "[Facteurs de réussite des nouveaux produits européens](#)[[6.80Mo](#)]", Rapport au Ministère de la Recherche et de la Technologie.

Thèses dirigées

- **Fiz Firmanzah (2005) « L'influence du processus de décision sur le lancement des nouveaux produits par les multinationales du secteur des FMCG », février 2005**
- **Anne Helène Simonin : « L'engagement au coeur de la relation coopérative - Le cas Pau Euralis »**
- **Jean- Frisou : « Un modèle eclectique du comportement de fidélité »**
- **Jean-Philippe Galan : « Le rôle de la musique dans la persuasion Publicitaire »**
- **Lars Meyer Warden : « L'efficacité des programmes de fidélisation »**
- **Sam Dvezer – “Aspects internationaux du marketing business to business »**