

Michaël FLACANDJI

Maître de Conférences – IAE Bordeaux – EA 4190 IRGO

35 Avenue Abadie - CS 51412 - 33072 Bordeaux Cedex

☎ : 06.74.85.24.34 | ✉ : michael.flacandji@u-bordeaux.fr

🐦 : m_flacandji

Parcours académique

- 2011 – 2015 **Doctorat en Sciences de Gestion**, spécialité marketing – stratégie, sous la direction des Professeurs Marc Filser et Jean-Luc Herrmann, CERMAB, CREGO EA 7317, Université de Bourgogne. Mention très honorable et félicitations du Jury à l’unanimité.
Titre de la thèse : « *Du souvenir de l'expérience à la relation à l'enseigne. Une exploration théorique et méthodologique dans le domaine du commerce de détail* »
Distinction : prix de thèse AFM – FNEGE 2015
- 2016–... **Membre de l'association Rencontres Etienne Thil-Université Commerce** – Association qui vise à promouvoir et à faciliter les recherches interdisciplinaires sur toutes les problématiques de l'échange marchand et des formes de commerce

Enseignements

- 2011–... Marketing digital ; E-commerce ; Stratégie marketing ; Media planning ; Marketing mix ; CRM ; Méthodologies qualitatives

Publications et communications scientifiques

- Flacandji M. (2016), **De l'expérience au souvenir de l'expérience : étude des invariants et des décalages entre parcours de magasinage et souvenir immédiat**, Management & Avenir, 86, 79-100.
- Flacandji M. (2016), **From the “customer experience management” to the “customer experience memory management” and to the retailer-customer relationship**, 19th AMS World Marketing Congress, July 2016, Paris, France.
- Flacandji M. (2016), **The memory of the shopping experience: scale development and validation**, 19th AMS World Marketing Congress, July 2016, Paris, France.
- Flacandji M. (2016), **Vers une meilleure compréhension du souvenir de l'expérience de magasinage : l'analyse de réseaux comme outil d'analyse de données qualitatives**, 2^{ème} Journée de Recherche en Marketing du Grand Est, 1^{er} Avril 2016, Reims.
- Flacandji M. (2015), **Le pop-up store au service de l'expérience de la marque**, in C. Roederer & M. Filser (coord.), Le marketing expérientiel. Vers un marketing de la cocréation, Magnard-Vuibert, Paris, p.150-151.
- Flacandji M. et Berkowitz H. (2015), **L'analyse de réseaux appliquée aux trajectoires de magasinage, quels enjeux managériaux ?**, 18^{ème} Colloque International Etienne Thil, 15-16 Octobre 2015, Paris.
- Flacandji M. (2015), **The place of memory in the brand relationship: comparison between in-store and online shopping experience**, Doctoral Colloquium, 18th AMS World Marketing Congress, Bari, Italie, 14-18 juillet.

Autres publications

- Flacandji M. (2016), **Quel souvenir garde-t-on d'un magasin ?**, *Stratégies*, n°1877, 27 octobre 2016, p.38.

Autres expériences professionnelles

- Novembre 2009 à avril 2010
(6 mois) **Chargé de projets e-marketing** – Traveutura.com Ltd (*New-Romney – Angleterre*)
Gestion de contenu ; définition et mise en œuvre du plan marketing (SEO, SEA, affiliation) ; suivi du trafic, des ventes et mise en place de tableaux de bord
- Septembre 2008 à août 2009
(12 mois) **Chargé de projets** – SNCF TER Bourgogne (*Dijon*)
Lancement du produit 'i-borne'
Etude de faisabilité, conception, déploiement et administration des bornes ; élaboration, suivi et mise en œuvre du plan marketing du lancement du produit
Gestion du service TER flash trafic
Mise en qualité du service ; fidélisation et recrutement de clients ; mise en place, conduite et analyse des résultats d'enquêtes de satisfaction