

Premier Colloque International
« Le Management de la confiance sur Internet »
27 Juin 2008
IAE d'Aix-en-Provence

APPEL A COMMUNICATION

L'IAE d'Aix-en-Provence et le Centre d'Etudes et de Recherche sur les Organisations et la Gestion, en collaboration avec la Mission Recherche du Groupe La Poste, organisent un colloque réunissant professionnels et universitaires autour du thème du « **Management de la confiance sur Internet** ».

La confiance représente un domaine de recherche important en Marketing et un enjeu majeur de la gestion de la relation client. Aujourd'hui un des principaux défis des entreprises présentes sur le Net est de fidéliser les clients. Cette fidélisation passe notamment par le développement d'une relation à long terme fondée sur la confiance.

Thèmes des communications

Nous vous invitons à présenter une communication originale sur le management de la confiance sur Internet et plus particulièrement sur les thèmes suivants :

- Les facteurs clés de la confiance sur Internet
- La gestion de la relation client sur Internet
- Le comportement du consommateur sur Internet
- Les mesures d'efficacité du média Internet
- L'adaptation des sites Internet aux internautes de différents pays
- Les incidents de service et la reconquête de la confiance sur Internet
- Les échelles de confiance et les enquêtes de confiance sur Internet

Publication des communications

Les communications acceptées et présentées seront publiées sous formes d'Actes.

Comité scientifique

Sous la présidence de Sylvain **SENECAL**, HEC Montréal

Boris **BARTIKOWSKI** – Euromed Marseille Ecole de Management
Gregory **BRESSOLLES** – Bordeaux Ecole de Management
Jean-Louis **CHANDON** – IAE d’Aix-en-Provence, CEROG, Université Paul Cézanne
Mohamed Saber **CHTOUROU** – Université Laval, Québec
David **FORTIN** – University of New Zealand
Jean-Philippe **GALAN** – Université de Toulouse 1
Claire **GAUZENTE** – IAE de Poitiers
Jean-François **LEMOINE** – Université de Nantes
Sarah **MACHAT** – IAE d’Aix-en-Provence, Université Paul Cézanne
Brigitte **MULLER** – HEC, Université de Lausanne
Sylvain **SENECAL** – HEC Montréal
Eric **VERNETTE** – Université de Toulouse 1
Catherine **VIOT** – Université de Bordeaux 4

Calendrier

- Envoi des communications avant le **21 avril 2008** par courrier électronique uniquement, au format Word, en suivant les instructions aux auteurs de la revue RAM, aux adresses suivantes :

Sarah MACHAT : sarah.machat@iae-aix.com et
Rosemary CALAZEL: rosemary.calazel@iae-aix.com

- Retour aux auteurs avec les avis du comité scientifique au plus tard le **12 mai 2008**
- Envoi des communications après modifications pour le **1^{er} juin 2008**

Comité d’organisation

Jean-Louis CHANDON: jean-louis.chandon@iae-aix.com
Rosemary CALAZEL: Rosemary.calazel@iae-aix.com
Sarah MACHAT : sarah.machat@iae-aix.com

Instructions aux auteurs

Les communications retenues seront publiées dans les actes du colloque. Elles peuvent être rédigées en français ou en anglais. Les auteurs doivent se conformer aux instructions aux auteurs de la revue RAM.

Les communications pourront porter sur des avancées théoriques ou comprendre une partie empirique. Nous attirons toutefois l’attention des auteurs sur le fait que ce colloque a pour ambition de susciter également l’intérêt des professionnels du secteur et privilégiera par conséquent les communications intégrant une partie empirique.



Conference
« Trust Management on the Internet »
27th June 2008
Aix en Provence Graduate School of Management, France

CALL FOR PAPER

The Institut d'Administration des Entreprises (IAE) Aix en Provence Graduate School of Management, with the collaboration of the French Postoffice research department, hosts a conference where professionals and academics will debate about « **Trust Management on the Internet** ».

Trust represents an important Marketing research area, especially in long term Customer Relationship Management. Nowadays, one of the main strategic issues for firms operating on the Net is to develop and maintain a loyal customer base. Successful loyalty programs must find ways to develop trust and commitment.

Communications themes

We invite authors to present an original paper on the management of trust on the Internet, and in particular on the following themes:

- Key determinants of trust on the Internet
- Internet Customer Relationship Management
- Consumer behavior on the Internet
- Efficiency measures of the Internet medium
- Internet website adaptation across countries
- Trust scales and trust surveys on the Internet
- Service recovery and trust rebuilding

Publication of the papers

Papers presented will be published in the conference proceedings.



Scientific comitee

Chairman of the conference: Sylvain **SENECAL**, HEC Montréal

Boris **BARTIKOWSKI** – Euromed Marseille Management School

Gregory **BRESSOLLES** – Bordeaux School of Management

Jean-Louis **CHANDON** – Aix en Provence Graduate School of Management, Paul Cézanne University

Mohamed Saber **CHTOUROU** – Laval University, Québec

David **FORTIN** – University of New Zealand

Jean-Philippe **GALAN** – Toulouse University

Claire **GAUZENTE** – Poitiers Graduate School of Management

Jean-François **LEMOINE** – Nantes University

Sarah **MACHAT** – Aix en Provence Graduate School of Management, Paul Cézanne University

Brigitte **MULLER** – HEC, Lausanne University

Sylvain **SENECAL** – HEC Montréal

Eric **VERNETTE** – Toulouse University

Catherine **VIOT** – Bordeaux University

Deadline for submission

- Deadline for submission is April **21, 2008** by e-mail only, in Word format to the following addresses:

Sarah MACHAT: sarah.machat@iae-aix.com and

Rosemary CALAZEL: Rosemary.calazel@iae-aix.com

- Notification of paper acceptance: **12th May 2008**
- Final paper submission: **1st June 2008**

The conference organising team

Jean-Louis CHANDON: jean-louis.chandon@iae-aix.com

Rosemary CALAZEL: rosemary.calazel@iae-aix.com

Sarah MACHAT : sarah.machat@iae-aix.com

Instructions the authors

The accepted papers will be published in the conference proceedings and can be written in French or in English. The authors must follow the instructions to the authors of the french revue RAM (Recherche et Applications en Marketing).

Papers can present theoretical and/or empirical research. However, one of the objective of the conference is to stress managerial relevance and therefore we seek papers including an empirical contribution.