

Fonction : Directrice du département Management, Marketing et Stratégie
Professeure en Marketing

Discipline : Marketing

Nationalité : Française - Britannique

Email : andrea.micheaux@imt-bs.eu

Tél. : +33 1 60 76 45 01

Mobile : +33 6 03 99 23 96

Bureau : E 402

Biographie

Docteur en Sciences de Gestion de l'Université Paris 1 Panthéon - Sorbonne, diplômée du CESEM (NEOMA) et de la Middlesex University, (Londres, Royaume-Uni), experte en Data Driven Marketing, Andrea Micheaux est l'auteure d'un ouvrage de référence "Marketing de Bases de Données" qui a contribué au développement du CRM. Après avoir dirigé une activité de conseil en bases de données marketing dans le secteur de la banque et de l'assurance, elle est devenue Directrice Associée de A.i.D., société spécialisée dans l'hébergement de bases de données marketing et le datamining. Andrea Micheaux a réalisé plus de 500 missions dans plus de 60 entreprises BtoC et BtoB, dont des missions au niveau européen et mondial. Parallèlement à ses activités professionnelles, Andrea Micheaux a développé une carrière académique dans l'enseignement et la recherche à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, puis à l'IAE Lille, publiant des articles dans des revues scientifiques internationales sur les thèmes du Data Driven Marketing, de la pression commerciale et de l'éthique marketing. Qualifiée au corps des Professeurs des Universités en 2015 par le Conseil National des Universités, Andrea Micheaux est enseignante-chercheuse depuis plusieurs années, tout en s'intéressant à l'évolution des plateformes "MarTech" dont les éditeurs ont été ses partenaires. Professeure en Marketing à l'Institut Mines-Télécom Business School, elle dirige le département Management, Marketing et Stratégie.

Actualité

- : -

Formation

2007 :	Doctorat de l'Université de Paris 1- Panthéon-Sorbonne, France, discipline : Sciences de Gestion Intitulé de la thèse : «Perception et comportement du consommateur face à la pression marketing direct : Recherche empirique appliquée dans un contexte d'envois d'emails publicitaires» ; Directeur de Recherche : Alexandre Steyer, Professeur, Université de Paris I ; Jury : Rapporteurs : Dominique Crié, Professeur, Université de Lille I ; Pierre Desmet, Professeur, Université de Paris IX. Suffragants : Pierre-Louis Dubois, Professeur, Université de Paris II ; Claire Opsomer, Professeur, Université de Paris I ; Bernard Siouffi, Délégué Général du Conseil du Commerce de France, Président du Cercle du Marketing Direct ; Mention : Très honorable avec les félicitations du jury
2001 :	Diplôme d'Etudes Approfondies de Sciences de Gestion - Option Marketing, UFR 06, Université Paris 1 Panthéon- Sorbonne, <i>Mémoire</i> : «La présence d'empathie dans la relation écrite client-entreprise favorise-t-elle la qualité de la relation ? Recherche appliquée au traitement du courrier clients d'un opérateur de télévision payante.» Direction du mémoire : Alexandre Steyer, Professeur, Université Paris 1 ; <i>Mention et position</i> : Bien, Major.
1981 :	BA Honors European Business Administration, Middlesex University, Londres, Mention : Très Bien.
1981 :	Diplôme d'Etudes Supérieures Européennes de Management, NEOMA, Options : Marketing, Finances, Mémoire : «Politique de communication et images de l'entreprise ; leur cohérence et leur interaction». Mention : Très Bien.

Expérience professionnelle

2019 – ce jour :	Directrice du département Management, Marketing et Stratégies - Professeure en Marketing, IMT-BS, Evry, France, Discipline : Marketing
2013-2018 :	Professeur des Universités Associé, temps plein, IAE Lille, Université de Lille, France, Discipline : Marketing

	<p>1990-2013 : Responsabilités administratives, gouvernance de sociétés 2012- 30/08/2013 Vice-Présidente du Conseil de Surveillance, A.I.D. SA, groupe Omnicom 2001 – 2012, Membre du Conseil de Surveillance, A.I.D. SA, groupe Omnicom 1998 – 2004, Associée, A.I.D. SA, groupe Omnicom 1999-2012, Gérante majoritaire, Micheaux Consulting SARL (Régime Profession Libérale) 1990 -1993, Director, Datascope Ltd, groupe Aspen Direct (UK)</p>
	<p>1980-2013 : Emplois salariés 2013 – Directrice Marketing, JMM SARL, Paris, exerçant l’activité de conseil en marketing de la société. 1994- 1999 – Directrice Associée, A.I.D. SA, Versailles, France 1987-1994- Réponses Financières, société acquise par Aspen Direct vers 1990. Directrice Générale de l’entité Datascope 1985-1987- Cardmember Travel Services, American Express TRS Co, New York, Etats-Unis. Assistant Manager, puis Manager Business Development, 1982-1985- American Express Voyages France, Paris. Responsable Marketing Adjointe, puis Responsable Marketing, 1980-1982- Gestetner SA, Vitry-sur-Seine, Assistante Marketing (CDD) puis Chef de Produit Junior</p> <p>MISSIONS ET ACTIVITES PROFESSIONNELLES SIGNIFICATIVES Nombre de Missions de conseil exercées depuis 1994 Plus de 500 missions, 60 sociétés dont direction de la mission : 425, collaboration : 43, soutien : 44.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● De 1999 à 2013 : 164 missions, dont 115 marchés de vente directe aux consommateurs, 18 vente aux entreprises, 9 vente indirecte, 22 toutes clientèles. 20 secteurs d’activité différents. ● De 1994 à 1999 : 324 opérations dirigées <p>Parmi les missions significatives réalisées pour le compte d’A.I.D. :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2013/2014 : Banque – Modèle Relationnel Omnicanal – Conception, Segmentation Relationnelle Omni-canal (DIVAF), Etudes Quanti, Méthodologie de création d’indicateurs de pertinence canaux, contenu des messages, temporels en vue de l’optimisation sous contraintes, Bilan ● 2012 /2013 : Cosmétiques (Italie) – Gestion de la pression commerciale CRM-eCRM par indicateur de pertinence – Méthodologie, Modélisation, Etudes Quanti, Plans tests, Bilan ● 2012 : Opérateur Internet - Téléphone Fixe et Mobile – Etude Stratégique des Marchés Pro – Conception et Réalisation du Livrable de l’étude, Direction des Analyses (hors plan d’échantillonnage et estimations) – Conclusions et Conseils Stratégiques ● 2004- 2011 : Constructeur informatique - EMEA (13 pays), WorldWide (2010 – 3 continents) : Mesures de notoriété, de préférence et des intentions d’achat pour les ordinateurs de bureau, segments PME et TPE. Conseils managériaux. Méthodologies d’analyse (dont analyse conjointe MAXDIFF), segmentation selon les bénéfices perçus (échelles sémantiques) positionnement de la marque du constructeur et des marques concurrentes sur la carte perceptuelle. Conseils stratégiques. ● 2003-2012 : Accompagnement d'une Enseigne de Grande Distribution, études de fidélisation clientèle et conseils. Repérage des clients en partance par mise en œuvre d’un modèle stochastique BG/NBD. Analyse des délais inter-incidents et recommandation d’un hiatus pour la relance. ● 2006 : Organisme de crédit - Segmentation de clientèle fondée sur les attitudes envers la consommation, le crédit à la consommation et sur les données comportementales. Recommandations managériales et ateliers. ● 1997 – 2011 : Enseigne de Distribution Spécialisée : Conseils et études relatifs au programme de fidélité et à l’activité des magasins ● De 1994 à 1999 : Développement de l’activité de Data Driven Marketing BtoC d’A.I.D., acquisition de clients, réalisation des missions, gestion d’équipes techniques. <p>De 1987 à 1994 chez Réponses Financières – Aspen Direct</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Création, développement commercial et direction d’un centre de profit « Datascope » dédiée à la création, hébergement, analyse et exploitation de bases de données marketing et aux études comportementales. Lancement de l’entité UK. ● Environ 20 clients, essentiellement secteurs de services financiers, voyages tourisme. Participation à des missions en Grande Bretagne, soutien à des missions pour l’entité NL. <p>De 1985 – 1987 chez American Express TRS Co, New York</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mise en place d’une BDDM, études et analyses de fidélité comportementale conduisant au repositionnement du service et à l’augmentation de 105% du CA (pour atteindre millions) et du taux de réachat des membres d’un service de voyages par téléphone. ● Etude de marché des services de voyages à distance (Remote Access Travel Services), identification des acteurs clés, perspectives stratégiques. <p>De 1982 à 1985 chez American Express Voyages France, Paris</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Planification, gestion, mise en œuvre des opérations marketing et du budget, participation au lancement d’un service à distance de voyages par téléphone. <p>De 1980 à 1981 chez Gestetner SA, Vitry sur Seine</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Assistante chef de produits, chef de produits junior.

Marketing :	Marketing Direct et Digital, Data Driven Marketing, analyse et gestion de la pression commerciale, VRM, analyse et détection de la déception digitale
Management :	Réseaux Sociaux d'Entreprise, Knowledge Sharing, Ethique d'Affaires, Servant Leadership.

Enseignements

Enseignements au sein de l'école pour l'année scolaire en cours.

Cours

Code	Module	Programme
MKT 6512	Data marketing : Automated customer journey	MBA
MKT 3001	Marketing	Programme grande école
MKT 2202	Marketing digital	Programme Bachelor

Coordination

Code	Module	Programme
MKT 6512	Data marketing : Automated customer journey	MBA
MKT 3001	Marketing	Programme grande école
MKT 2202	Marketing digital	Programme Bachelor

Publications

Publications des 3 dernières années.

Liste complète des publications : <https://cvtheque.imt-bs.eu/publi.php?uid=micheaux>

Article dans une revue

Andrea L. Micheaux, Birgit Bosio

Customer journey mapping as a new way to teach data-driven marketing as a service. *Journal of Marketing Education*, SAGE Publications (UK and US), 2019, 41 (2), pp.127 - 140. [10.1177/0273475318812551](https://doi.org/10.1177/0273475318812551)

Andrea L. Micheaux, Dominique Crié, Annabel Martin-Salerno, Daphné Salerno

The importance of being Earnest in social media: juxtaposing Oscar Wilde's script with an empirical case study to examine digital deceit from the blogger's perspective. *Journal of Marketing Trends*, International Marketing Trends Conference, 2018, 5 (1), pp.91-108

PDF: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01828584/document>

Communication dans un congrès

Annabel Martin-Salerno, Andrea L. Micheaux, Valentina Stan

Knowledge sharing through enterprise social network : the key roles of servant leader virtues and eudaimonic well-being. *BAM 2019 Conference (British Academy of Management)*, Sep 2019, Birmingham, United Kingdom

PDF: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02333035/document>

Poster

Andrea L. Micheaux, Valentina Stan, Annabel Martin-Salerno

Towards a conceptual framework for the empirical anchoring of contribution to Enterprise Social Networks as a conversion process to love. *EMAC 2019 : 48th Annual Conference of European Marketing Academy*, May 2019, Hamburg, Germany. EMAC, 2019

Rayonnement scientifique

Evaluations externes et prix :	- 2015 : Qualification au corps des Professeurs des Universités , Section 06.
	- 2008 : Qualification MCF , Section 06.
	- 2007 : Prix du Cercle du Marketing Direct, catégorie thèses
	- 1995 : Médaille de l'Académie des Sciences Commerciales

Langues

Anglais :	Langue maternelle
------------------	-------------------

Contenus

<p>Nombre de publications, ouvrages :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Revues classées HCERES: Journal of Mktg Education, 2019, 1^{ère}/2; Journal of Mktg Trends, 2018, 1^{ère} /4; Journal of Advertising, 2011, 1^{ère} / 1 ● Revues référencées SCOPUS/Scimago: Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 2013; 1^{ère}/1; Interactive Marketing, 2001, 1^{ère}/2 ● Autres revues à comité de lecture : Journal of Database Marketing and Customer Strategy Management, 2006, 2^{ème}/2 ● Ouvrages : <i>Marketing de Bases de Données</i>, Les Editions des Organisations, 1997 – 2^{ème} édition ; Eyrolles, collection Pratique du Marketing Direct, 1994 - 1^{ère} édition ● Chapitres d'ouvrages : Pearson Education, 2007 ; Préfaces : Les Editions Demos, 2004 ● Publications à visée pédagogique ou professionnelle : Bancatique; 1992 (Revue Banque), 1^{ère}/1 <p>Plusieurs conférences académiques internationales - papiers invités. Très nombreuses conférences professionnelles.</p>
--	---