

Ahlem ABIDI-BARTHE

PERSONAL DETAILS

Status: Assistant Professor of Marketing
Appointment: Full Time
Origin: Tunisian
Year joined: 2007
Phone: +33 01 55 18 77 55
Email: ahlemabidibarthe@ebs-paris.com



RESEARCH INTERESTS

E-marketing, Mass-customization and Personalization, E-loyalty, CRM, Web 2.0, Marketing 2.0.

TEACHING

Courses in Marketing Management at Bachelor level.
Courses in e-marketing, Web 2.0, B-to-B marketing and CRM at Master level.

AFFILIATIONS AND MEMBERSHIPS

AFM, French Marketing Association

REVIEW ACTIVITIES

Reviewer for the International Congress of Marketing Trends (Venice-Paris).

ACADEMIC EXPERIENCE

Since 2007: Assistant Professor, EBS-Paris
2007-2008: Marketing Professor, INSEEC Paris.
2005-2007: Marketing Professor, E.S.C.I. (Ecole Supérieure de Commerce International), Fontainebleau-Avon
2002-2004: Vacataire, Université Toulouse I
2000-2002: Attaché Temporaire d'Enseignement et de Recherche, IAE de Toulouse, Université Toulouse I

1998/2000: Vacataire, IAE de Toulouse, Université Toulouse I

PROFESSIONAL AND CONSULTING ACTIVITIES

2003-2005: Consulting activities on e-marketing strategy for SME, Toulouse.

199-1997: Product Manager, TV and VCR (Video Cassette Recorder), SONY, (Ben-arous, Tunisia)

EDUCATION AND QUALIFICATIONS

In Progress : PhD, University of Toulouse 1 Capitole.

1998: DEA (Master in Marketing Research), University of Toulouse 1 Capitole

ADDITIONAL

Languages: Bilingual: French-Arabic; Fluent in English.

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Articles in scientific journals (* = peer reviewed)

(1)* Abidi-Barthe, A./Kaabachi, S. (2010) La co-création d'expériences de consommation par le Web2.0. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15 (2). 1-18.

Conference papers

(13) Abidi-Barthe A. (2010), "French New retail trends: A value creation strategy to a postmodern consumer", with coll. of Souheila Kaabachi, 9th International Conference Marketing Trends, January, Venice, Italy.

(12) Abidi-Barthe A. (2009), "Web 2.0 and co-production of experience", with coll. of Souheila Kaabachi, *ICeP'09: International Conference on eCommerce, ePayment & Applications, September*, Marrakech, Morocco.

(11) Abidi-Barthe A. (2009), "Mass customization experience: a conceptual framework", with coll. of Souheila Kaabachi, *8th International Conference Marketing Trends*, January, Paris.

(10) Abidi A. (2004), « Personnalisation, customisation et fidélité sur Internet marchand, une étude exploratoire des perceptions des consommateurs », *Actes du congrès de l'AFM*, Saint-Malo.

(9) Abidi A. (2004), Customisation versus Personnalisation sur Internet : une étude qualitative des perceptions des cyber-consommateurs, *Journée Nantaise de recherche sur le e-Marketing*, J.-F. Lemoine et F. Rowe eds.

(8) Abidi A. (2003), "Customer Relationship Personalization on the Internet: A conceptual Framework", *2nd International Mass Customization and Personalization Congress*, Munich, Germany.

- (7) Abidi A. (2002), « La quête de la fidélité du consommateur : marketing relationnel, marketing one-to-one et CRM : explorations conceptuelles », *Actes des Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*.
- (6) Abidi A. (2002), La personnalisation sur Internet : un essai de conceptualisation, *Journée Nantaise de recherche sur le e-Marketing*, J.-F. Lemoine et F. Rowe eds.
- (5) Abidi A. (2002), « Etude de l'influence de personnalisation de la relation client sur la fidélité à un site web marchand », *Actes du 2^{ème} colloque doctoral l'AFM*, Lille, 21-22 Mai, p 123.
- (4) Abidi A. et Barthe S. (2002), « Gestion de la relation et orientation individu : un nouveau paradigme d'e-commerce et d'e-management pour fidéliser consommateurs et employés ? », *16^{èmes} Journées Nationales des IAE*, IAE de Paris.
- (3) Abidi A. (2001) « Internet et le Commerce international : une revue de la littérature », *Actes du 6^{ème} colloque de l'Association Information et Management*, Nantes.
- (2) Abidi A. (2001) « Rôle modérateur d'une démarche marketing one-to-one sur le comportement du consommateur sur un site web marchand », *Actes du Tutorat collectif des IAE*, Paris.
- (1) Abidi A. (2000) « Internet, catalyseur d'un nouveau paradigme marketing ? », *Actes du 16ème congrès International de l'AFM*, HEC Montréal.

Working papers

- (1) Abidi-Barthe A. (2008) « Customer Relationship Management and e-commerce: conceptual framework », *Revue IREBS* (revue de l'Institut de Recherche de l'EBS-paris).