



BNP PARIBAS

LAUREATS

Année	Catégorie	Lauréat	Ecole	Travail
2015	<i>Grand Prix</i>	Pierre-Emmanuel de CERTAINES et Amandine CHAUBET	EMLYON Business School	Mémoire commun « <i>Inbound Marketing : la stratégie web de demain ?</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Roxane FAVIER	IAE Toulouse	Mémoire « <i>Consommation culturelle et interprétative : Lady Gaga, la dialectique du sacré et du profane</i> »
2013/2014	<i>Grand Prix</i>	Laurent BUSCA	IAE Toulouse	Mémoire « <i>Community Management : Pratiques et effets d'une gestion du pouvoir des communautés de marque online</i> »
	<i>Prix spécial Thèse</i>	Florian PAILLASSON	Ecole de Management France TELECOM	Thèse « <i>Facteurs explicatifs des actions virales sur un réseau social en ligne : l'analyse des pratiques sur Facebook</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Gauthier CASTERAN	IAE Toulouse	Mémoire « <i>Has brand loyalty declined? A longitudinal analysis of repeat purchase behavior of private label and national brands</i> »
2012	<i>Grand Prix</i>	Laura COHEN	Paris I Sorbonne	Mémoire « <i>Les places de marché électroniques</i> ». Ce mémoire a été édité aux Ed. Kawa sous le titre <i>Marketplaces : l'avenir du e-commerce</i>
	<i>Prix spécial Thèse</i>	Damien RENARD	Paris Dauphine	« <i>Les effets de la participation à une opération de marketing viral sur le capital de la marque : le cas des jeux concours en ligne</i> »

2011	<i>Prix spécial du jury</i>	Alizée HORNOY/Ludivine FURLAN	IAE de Lille	Mémoire commun « <i>La gestion de crise sur les réseaux sociaux</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Nathalie PHAN-PLACE	Paris Sud 11	Mémoire « <i>Données personnelles et consentement : quelles perspectives pour le marketing direct ?</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Claire SULLI	Paris I Sorbonne	Mémoire « <i>La géolocalisation comme outil de fidélisation des marques : le cas de Foursquare</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Paul CORDINA	Sup de Co Reims	Mémoire « <i>Les enjeux des réseaux sociaux (Facebook, Twitter) pour les entreprises et leur intégration dans la sphère marketing</i> ». Ce mémoire a été édité aux Ed Kawa sous le titre « <i>Les Marques et les Réseaux sociaux</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Marie TROCME	Paris X Nanterre	Mémoire « <i>Les bloggeuses influentes : un outil de prescription ?</i> »
2010	<i>Grand Prix</i>	Benjamin FOURNIER MONTGIEUX	Paris I Sorbonne	« <i>Comment utiliser la technologie NFC sur Mobile pour générer du trafic au sein du point de vente d'un distributeur</i> »
	<i>Prix spécial Thèse</i>	Aurélie LAO	IAE Lille	Thèse « <i>Analyse du rôle de l'imagerie mentale et de ses antécédents dans le processus d'achat en ligne</i> »
	<i>Prix spécial du jury</i>	Emilie DAGICOUR	IAE Lille	Mémoire « <i>Le marketing relationnel multicanal des concepts à la pratique... Implications organisationnelles et managériales chez les enseignes click and mortar</i> »
	<i>Grand Prix</i>	Benoît TROTTEIN	IAE Lille	Mémoire « <i>L'affiliation tropartite : une relation annonceur – affilié – plateforme d'affiliation dans le cadre du lancement d'un programme d'affiliation</i> »
	<i>Prix spécial Thèse</i>	Sophie JEANPERT	IAE Lille	Thèse « <i>Réseau de magasins et commerce électronique : analyse des déterminants de l'adhésion du personnel au</i>

2009				<i>multicanal »</i>
	<i>Prix spécial du jury</i>	Rémi LECOMTE	CNAM	Mémoire « <i>Mieux connaître le comportement de l'adhérent France Loisirs suite à la réception du " Livre Vedette " »</i>
	<i>Grand Prix</i>	Vanessa VALOGNES	Sorbonne	Mémoire « <i>Comment Internet change le marketing du point de vente ? »</i>
2008	<i>Prix spécial Thèse</i>	Maryse KOEL	IAE Lille	Thèse « <i>L'influence des bruits sur la qualité de l'écoute du conseiller d'un centre d'appels »</i>
	<i>Prix spécial du jury</i>	Laurent CARPENTIER	IAE Lille	Thèse « <i>Attractivité perçue et propension à répondre aux offres promotionnelles : concepts, mesures et validation à partir d'une classification par les classes latentes »</i>
	<i>Grand Prix CMD</i>	Sandra ABDALLA	Sorbonne	Mémoire « <i>L'évolution du marketing mobile : Comment mieux utiliser le média mobile dans sa stratégie marketing et commerciale »</i>
2007	<i>Grand Prix CMD</i>	Virginie PEZ	IAE Lille	Mémoire « <i>Proposition d'extension des effets des programmes de fidélité aux effets négatifs : application au secteur français de la téléphonie mobile »</i>
	<i>Catégorie Thèse</i>	Andréa MICHEAUX	Sorbonne	Thèse « <i>Perception et comportement du consommateur face à la pression marketing direct : recherche empirique appliquée dans un contexte d'envois d'emailings publicitaires »</i>
	<i>Prix spécial du jury</i>	Laure POISSONNIER	Sorbonne	Mémoire « <i>Le Buzz politique. Comment les techniques du marketing viral investissent les stratégies Web des hommes politiques ? »</i>
2006	<i>Grand Prix CMD</i>	Camille MORELON	Université Panthéon Sorbonne	Mémoire « <i>Le marketing direct politique en France : l'utilisation des nouvelles technologies »</i>
	<i>Prix Spécial du Jury</i>	Emilie BOIN et Mélania DUPONT	IAE Lille	Mémoire commun « <i>Le secteur des cosmétiques sur Internet : qualité des sites et performance de la relation client-prospect ?</i>

2005				<i>Marionnaud VS Sephora »</i>
	<i>Grand Prix CMD</i>	Martin MILLOT	Sorbonne	Mémoire « <i>Le web outil de gestion de la relation et de préparation à la vente pour les constructeurs automobile »</i>
2004	<i>Prix Spécial du Jury</i>	Marine SERRE, Audrey JOLY, Claire TARDY	Magistère de MD et de Vente à Distance à Lille	Mémoire commun « <i>Quelles sont les stratégies de deux entreprises au MD très développé ? analyse comparative du Club des Créateurs de beauté et d'Yves Rocher »</i>
	<i>Grand Prix CMD</i>	Gaëlle LEMAIRE	Sorbonne Paris	Mémoire « <i>Les relations entre entreprises et Internet ou comment une entreprise peut-elle réussir son mariage avec Internet ? »</i>
2003	<i>Prix spécial du jury</i>	Dr Lars MEYER WAARDEN	IAE de Pau	Thèse « <i>Les sources d'efficacité des programmes de fidélisation – une étude empirique sur la base d'un panel single-source »</i>
	<i>Grand Prix CMD</i>	Camille PICARD	Sorbonne	Mémoire de fin de 2 ^{ème} cycle « <i>La femme et le vêtement dans les 3 Suisses »</i>
2002	<i>Grand Prix CMD</i>	Stéphane DEGOR	IAE de Lille	Mémoire de fin de 3 ^{ème} cycle « <i>L'impact de l'utilisabilité des sites marchands sur la confiance de l'internaute »</i>
2001	<i>Catégorie Thèse</i>	Mlle Anne-Sophie CASES	Université de Montpellier II	Travail « <i>La réduction du risque dans le contexte de l'achat électronique sur Internet »</i>
	<i>Grand Prix CMD</i>	Magalie GOZDZICKI	IAE Lille	Mémoire « <i>Etude des facteurs explicatifs de la satisfaction générale à l'égard des cartes de fidélité »</i>
	<i>Prix Spécial du jury</i>	Magalie LEGENDRE	CEFEP/ISMAL	Etude « <i>Quelles politiques de communication les annonceurs en hygiène beauté doivent-ils adopter pour fidéliser leur cible ? »</i>
2000	<i>Thèse</i>	Nathalie ARTS	IAE Lille	Travail « <i>Report d'achat et biais cognitifs, étude de l'effet de cadrage inter temporel »</i>

1999	Grand Prix CMD	Raja JAMLI	DESS Marketing, Panthéon Sorbonne Paris I	Mémoire « <i>L'efficacité de la publicité sur Internet</i> »
	Prix Spécial du Jury	Romain BABEE	Estacom de Bourges	« <i>Le cybermarketing</i> »
	Prix Spécial du Jury	Renaud MARLIERE	3 ^e cycle DMDA de l'IEMD/IAE Lille	Mémoire « <i>Adapter et lancer son catalogue français de VPC sur le marché britannique BtoC différences fondamentales existantes entre les deux marchés</i> »
	Thèse	Dominique CRIE	IAE de Lille	Thèse « <i>Les produits fidélisants dans la relation client fournisseur</i> »
	Grand Prix	Thierry CAZEMAGE	Université Paris I Panthéon Sorbonne	Mémoire « <i>Luxe et marketing direct, est-ce compatible ?</i> »
	Prix spécial du jury	Chloé TORRES	Université Paris X Nanterre	Thèse « <i>L'Internet et la vente aux consommateurs</i> »
	Prix spécial du jury	Carine CELNIK	Université Paris I Panthéon Sorbonne	Mémoire « <i>Internet : enjeux de la mesure d'audience des sites et la recherche d'un outil commun</i> »
1998	Prix spécial du jury	Catherine BONVARLET	IESEG	Mémoire « <i>Les catalogues spécialisés un nouveau défi pour les généralistes de la VPC</i> »
		Eglantine HUBIN	DESS Paris I Panthéon Sorbonne	Mémoire « <i>Quel avenir pour le marketing direct de la cosmétique ?</i> »
		Daisy NOSAL	IPAG	« <i>Le marketing relationnel comment développer ce concept en entreprise</i> »
1997		Carol DUVAL	Université de	Mémoire « <i>Le marketing et la vente directs au sein des</i> »

1996		Paris I Sorbonne	<i>entreprises du secteur touristique : éléments de constat et perspectives d'avenir »</i>
	Christelle BOUE	DESS Marketing Paris I Sorbonne	« <i>Le passage d'un marketing de masse à un marketing relationnel ciblé... les techniques de fidélisation par le MD</i> »
	Claire MAGONE	Université Paris IV Sorbonne Celsa	« <i>Les messages dans la communication des ONG d'urgence à l'épreuve du don</i> »
1995	Leïla TAFAT	IICC Paris	« <i>Le Multimédia clé du développement de la vente à distance</i> »
	Stéphane COCHE et Olivier DUBOIS	DEA Marketing à l'IAE de Lille	Mémoire commun « <i>Contribution à l'utilisation des analyses de survie en marketing dans la définition des politiques de rétention et de fidélisation de clientèle</i> »
1994	Chrissoula TSIKNAKI	Université de Montpellier II	Thèse de doctorat « <i>La structure et le rôle de la base de données en marketing direct, une logique de segmentation</i> »
1993	Claude CHOSSAT	IEMD/IAE Lille	Mémoire « <i>Aspects et environnement juridique du marketing direct dans le cadre des assurances santé</i> »
1992	Sophie MILLION, Laurence VIERA et Olivier DELTEIL	ISMAC	Mémoire « <i>Marketing Direct et luxe, pour quand l'envol ?</i> »
1991	Marc-Lionel GATTO	Diplômé du Magistère de Marketing Direct, DEA de l'Université de Lille Flandre Artois	« <i>Vers un marketing direct européen</i> »
1990	Jean-Michel GAY	Ingénieur des Mines et diplômé du Mastère	Thèse effectuée au sein du cabinet Arthur Andersen : « <i>Le marketing direct dans le domaine des biens d'équipement</i> »

1989		Intelligence Marketing de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales	
	Frédéric BERTHEL	Ecole Supérieure de Commerce de Poitiers	Rapport de stage « <i>Le marketing direct au Crédit Agricole : nouveau canal de distribution, nouvel outil de communication</i> »