



Professeure associée Anna MARDUMYAN

Département de rattachement: Marketing and Retailing

Email: anna.mardumyan@essca.fr

INTÉRÊTS DE RECHERCHE

- Marketing des services
- Gestion de la relation client
- Gestion des réclamations

DOMAINE D'ENSEIGNEMENT

- Data analytics
- Market dynamics
- Gestion de la relation client
- Gestion de l'expérience client
- Marketing des services

FORMATION

Diplôme le plus élevé :

- | | |
|------|--|
| 2018 | Doctorat, Sciences de gestion, Marketing, Université Jean Moulin Lyon 3, France
<i>"Seeking redress from third parties : the role of the mediator in the service recovery process" (in English) under the supervision of Prof. William SABADIE</i> |
| 2013 | Master 2, Etudes et Recherche en Management, Université Jean Moulin Lyon 3, France |
| 2012 | Master 2, Finance-Contrôle-Diagnostic, Université Jean Moulin Lyon 3, France |
| 2010 | Licence 3, Droit, Economie, Gestion, Université française en Arménie, Arménie |

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie et positions académiques

- | | |
|-------------|---|
| Depuis 2024 | Professeure associée, ESSCA School of Management, France |
| 2018 - 2024 | Professeure assistante, ESSCA School of Management, France |
| 2016 - 2018 | Attachée temporaire d'enseignement et de recherche, Université Jean Moulin Lyon 3, France |
| 2013 - 2016 | Doctorante contractuelle, Université Jean Moulin Lyon 3, France |

Vie professionnelle

- | | |
|-------------|---|
| 2012 - 2013 | Gestionnaire de l'expérience client, Orange, France |
| 2011 - 2012 | Contrôleur de gestion, Orange, France |

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Vie professionnelle

2010 - 2011 Conseiller financier, Armenian Software, Arménie

PRIX, DISTINCTIONS ET BOURSES

2023 Journal of Business Research' Editor's Choice 2023, section "Interactive Marketing & Social media": MARDUYAN, A., and SIRET, I. (2023). When review verification does more harm than good: How certified reviews determine customer-brand relationship quality. *Journal of Business Research*, 160, 113756., -

PUBLICATIONS SCIENTIFIQUES

Articles évalués par les pairs

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2024). When a third party is a third chance: The impact of mediation on relationship quality with the firm in the post-recovery stage. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 39(1), pp. 36–58.

MARDUMYAN, A. et SIRET, I. (2023). When review verification does more harm than good: How certified reviews determine customer-brand relationship quality. *Journal of Business Research*, 160, pp. 113756.

Communications (conférences avec comité de sélection)

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2024). The Consequences of Mediator Intervention in Service Failure-Recovery Situations: An Examination of Coalition Effects. Dans: AMS World Marketing Congress. Bel Ombre, Mauritius.

MARDUMYAN, A. et FAVIER, M. (2024). The Effects of Cookie Notice on Customers' Avoidance Behavior: The Role of Perceptual Fluency. Dans: AMS World Marketing Congress. Bel Ombre, Mauritius.

MARDUMYAN, A. et SIRET, I. (2022). You better think twice: when review certification does more harm than good. Dans: Frontiers in Service Conference. Babson College, Wellesley.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2019). Third Party Can Be a Chance for Consumer-Brand Relationships in Service Recovery Context. Dans: 6th International Consumer Brand Relationship Conference. Cancun.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2018). Management des insatisfactions : étude de l'impact de la médiation sur la relation client. Dans: 34e Congrès international de l'Association Française du Marketing. Strasbourg.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2017). Better call the mediator : reasons to get a third party into the relationship. Dans: 26e Conférence Frontiers in Service. New-York.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2017). Gestion des insatisfactions : l'impact de la médiation sur la fidélité. Dans: 33e Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM). Tours.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2016). The role of mediator in customer-firm relations in banking sector. Dans: 19th World Marketing Congress. IÉSEG campus, Paris La Défense.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2016). Why do customers want a mediator? Case of triple deviation. Dans: 25th Conférence Frontiers in Service. Bergen.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2016). The mediation in complaint handling : what motivates customers to turn to the mediator ? Dans: EMAC Annual Conference. Oslo.

Rapports de recherche, rapports d'étude

MARDUMYAN, A. (2023). Enquête de satisfaction de la Médiation pour le groupe Engie 2022. France.

MARDUMYAN, A. (2022). Enquête de satisfaction de la Médiation pour le groupe Engie 2021. France.

MARDUMYAN, A. (2021). Enquête de satisfaction de la Médiation pour le groupe Engie 2020. France.

MARDUMYAN, A. (2020). Enquête de satisfaction de la Médiation pour le groupe Engie 2019. France.

MARDUMYAN, A. (2019). Enquête de satisfaction de la Médiation pour le groupe Engie 2018. France.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2018). Rapport annuel de satisfaction des clients ayant recours au médiateur, pour le Groupe Engie. France.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2018). Rapport d'étude sur le recours au médiateur, pour JCDecaux. France.

MARDUMYAN, A. et SABADIE, W. (2017). Rapport d'étude sur le recours au médiateur, pour JCDecaux.

MARDUMYAN, A., BREAL, M. et SABADIE, W. (2016). Rapport sur les pratiques de gestion des réclamations et leur impact sur l'attitude et le comportement des clients, pour le Crédit Agricole Centre Est. France.

MARDUMYAN, A. (2013). Rapport sur l'impact de la satisfaction post-réclamation des clients sur le taux de churn, pour le groupe Orange. France.

Invité dans une conférence académique

MARDUMYAN, A. (2017). Conférencière invitée, HEC Montréal, Canada.

MARDUMYAN, A. (2016). Conférencière invitée, ASUE, Erevan, Armenia.

ACTIVITÉS DE RECHERCHE

Service à la discipline

Comité scientifique d'une conférence académique

2021 - 2021 Comité d'organisation, Colloque doctoral, Association Française du Marketing (AFM), France

2017 - 2017 Présidence de session, 26e Conférence, Frontiers in Service, Etats-Unis d'Amérique

2016 - 2016 Comité d'organisation, Colloque doctoral, Association Française du Marketing (AFM), France

Membre adhérent à une association académique

Depuis 2015 Adhésion professionnelle, Association Française du Marketing (AFM), France

Depuis 2015 Adhésion professionnelle, Academy of Marketing Science (AMS), Etats-Unis d'Amérique

Depuis 2015 Adhésion professionnelle, European Marketing Academy (EMAC), Belgique