

**Raphaëlle
Butori**

**Professeur
Associé,
Département
Marketing**



Contact

✉ **Mail:**
butori@essec.fr
✉ Avenue Bernard
Hirsch.
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Formation

2009 PhD in Management - University Paris Dauphine
2007 Degree in Psychology - University Paris V René Descartes
2006 Master of Science in Marketing Research - University Paris Dauphine
2005 Master of Science in Management - HEC School of Management
2005 Master of Science in International Management - Università
Commerciale Bocconi (Milan, Italy)

Thèmes de recherche

CRM - Relationship marketing
Teenage consumption
Research methodology - Survey biases

Publications

✉ Publications académiques

Ouvrages

Méthode expérimentale: analyses de modération et médiation. (avec R. Cadario, B. Parguel). Louvain-la-neuve (Belgique) : Deboeck, 2017

Principes de Marketing. (avec E. Le Nagard, T. Lardinois, D. Dion, F. Oble). Paris (France) : Pearson, 2016

Articles

"The determinants of approval of online consumer revenge" (R. Butori, G. De Campos Ribeiro, E. Le Nagard), *Journal of Business Research*, mars 2018, Vol. 88, Numéro 4, p. 212-221

"Le côté sombre de la pression exercée sur les consommateurs par les programmes de fidélité : enjeux éthiques et pratiques" (R. Butori), *Recherche et Applications en Marketing*, juil. 2017, Vol. 32, Numéro 3, p. 76-89

"Se considérer comme un client fidèle affecte-t-il l'évaluation des bénéfices reçus ?" (R. Butori, G. De Kerviler), *Recherche et Applications en Marketing*, oct. 2015, Vol. 30, Numéro 4, p. 4-24

"Because I'm worth it: The impact of given versus perceived status on preferential treatment effectiveness" (R. Butori, V. Pez, G. De Kerviler), *Journal of Business Research*, juin 2015, Vol. 68, Numéro 2, p. 2477-2483

"The impact of visual exposure to a physically attractive other on self-presentation" (R. Butori, B. Parguel), *International journal of research in marketing*, déc. 2014, Vol. 31, Numéro 4, p. 445-447

"How national culture impacts teenage shopping behavior: Comparing French and American consumers" (E. Gentina, R. Butori, G. Rose, A. Bakir), *Journal of Business Research*, avr. 2014, Vol. 67, Numéro 4, p. 464-470

"Unique but integrated: The role of individuation and assimilation processes in teen opinion leadership" (E. Gentina, R. Butori, T. Heath,), *Journal of Business Research*, févr. 2014, Vol. 67, Numéro 2, p. 83-91

"So You Want to Delight Your Customers: The Perils of Ignoring Heterogeneity in Customer Evaluations of Discretionary Preferential Treatments" (R. Butori, A. De Bruyn), *International Journal of Research in Marketing*, déc. 2013, Vol. 30, Numéro 4, p. 358-367

"Le traitement de faveur comme outil de recrutement de clientèle : le problème de la résistance du consommateur" (R. Butori, V. Pez), *Recherche et Applications en Marketing*, déc. 2012, Vol. 7, Numéro 4, p. 39-51

"Pour une meilleure utilisation du traitement de faveur: une approche individuelle" (R. Butori), *Recherche et Applications en Marketing*, mars 2010, Vol. 25, Numéro 1, p. 33-57

"The Consumer Entitlement Inventory: Proposition for a better measurement scale" (R. Butori), *Psychology and Marketing*, févr. 2010, Vol. 27, p. 285-397

Chapitres

Jagdish Sheth, de la psychologie à l'économie et de la théorie à la pratique. In: *Les grands auteurs en marketing.* Cormelles-le-Royal (France) : EMS, EMS. 2016, p. 80-100

Satisfaction, fidélité, réclamation : Trois concepts au coeur des paradoxes des consommateurs. In: *Les paradoxes de la gestion des entreprises.* Paris (France) : Vuibert, F. Bournois et J. Thépot. 2009

Autres publications

Communications publiées

"When students give biased responses to researchers: An exploration of traditional paper vs. computerized self-administration", avec B. Parguel. In : *Proceedings of the 39th Conference of the European Marketing Academy*, EMAC Conference. Copenhagen (Denmark) : EMAC, 2010.

"Les biais de réponse : Impact du mode de collecte des données et de l'attractivité de l'enquêteur", avec B. Parguel. In : *Proceedings of the 26th Congress of the French Marketing Association (AFM)*, AFM. Le Mans (France) : Association Française du Marketing, 2010.

"Le traitement de faveur comme outil de recrutement de clientèle : le problème de la résistance du consommateur", avec V. Pez. In : *Proceedings, 14th Marketing Research Seminar of Burgundy.* Dijon (France) : , 2009.

"Quels traitements de faveur accorder à quels consommateurs ? Une analyse conjointe dans le secteur de l'hôtellerie", In : *Proceedings, 25th Congress of the French Marketing Association (AFM).* London (Royaume Uni) : , 2009.

"For a better use of special treatment: Proposition for a measurement scale", In : *Proceedings, 38th Conference of the European Marketing Academy.* Nantes (France) : , 2009.

"La réticence du consommateur à se plaindre", avec V. Guillard. In :

Proceedings, 7th International Congress on Marketing Trends. Venice (Italy) : , 2008.

"Pourquoi les individus n'organisent-ils pas leurs obsèques ?", avec V. Guillard. In : *Proceedings*, 2nd International Conference on Time. Brest (France) : , 2008.

"Le traitement de faveur : un terrain glissant pour les entreprises", In : *Proceedings*, 24th Congress of the French Marketing Association (AFM). Paris (France) : , 2008.

Articles de presse

"Taux de réponse et qualité des données déclaratives: L'impact conjoint du sexe et de l'attractivité physique de l'enquêteur". *Survey Magazine*, 01 avr. 2015, p. 15-16

Enseignement

▾ Enseignement à l'ESSEC

International Marketing

Consumer Behavior

Marketing Research

Introduction to Marketing

▾ Autres activités pédagogiques

2006 - 2009 : Teaching Assistant at University Paris Dauphine - Marketing Management - Research in Management - Marketing Communication

Autres activités

▾ Expérience professionnelle

2005 : Consulting, Redcats (Pinault Printemps Redoute Group) - Paris - Market research in the Arts & Crafts industry in Europe and the United States

2004 : Marketing, Unilever - Paris - Brand Manager assistant in the ice-cream department

2003 : Audit/Consulting, Ernst & Young - Paris - In charge of a study for the European commission on European cultural cooperation - Audit missions