

# Éditorial

Depuis 2012, « **Question(s) de management** » valorise les recherches portant sur l'impact des transformations sociétales sur le management des organisations. Les titres des articles indépendants et des cahiers spéciaux illustrent la diversité des thèmes traités dans les 15 premiers numéros : « Question(s) de **changement** » (N°0, septembre 2012), « Question(s) d'**engagement** » (N°1, décembre 2012), « Les business models en question(s) » (N°2, mai 2013), « Le changement en questions » (N°3, septembre 2013), « Question(s) de **risque** » (N°4, décembre 2013), « Question(s) de **Transmission** » (N°5, mars 2014), « Question(s) de **Génération**s » (N°6, Juillet 2014), « Question(s) de **Change Digital** » (N°7, septembre 2014), « Question(s) de **confiance** » (N°8, décembre 2014), « Question(s) de **responsabilité** » (N°9, mai 2015), « Le **changement agile** en question » (N°10, septembre 2015), « Question(s) de **négociation** » (N°11, décembre 2015), « Question(s) de **management en Afrique** » (N°12, juin 2016), « **L'innovation managériale** en question(s) » (N°13, septembre 2016) et « **L'identité** en question(s) » (N°14, novembre 2016).

Dans ce seizième numéro (N°15, décembre 2016), le cahier spécial a pour thème « **Le client en question(s)** ». Il a bénéficié du précieux concours d'Haithem NAGATI qui a accepté d'en assurer la responsabilité éditoriale. Haithem NAGATI présente dans son éditorial le thème et les cinq articles retenus pour ce cahier. Les thèmes traités par Maggie SCORDEL, Philippe FACHE et Mathias WAELLI, Ben BOUBAKARY et Romain ZERBIB, Esther SLEILATI et Benoît AUBERT ainsi qu'Éric ENREGLE illustrent la diversité et la richesse des recherches menées sur la gestion de la relation clients. Cette diversité et cette richesse apparaît également à travers la revue des thèses réalisée par Maria-Giuseppina BRUNA qui a sélectionné neuf thèses abordant le thème de la relation clients soutenues en 2015 et 2016 en sciences de gestion (8) et en sciences de l'ingénieur (1).

Devenir une « **entreprise magnétique** » est aujourd'hui un objectif stratégique. La « **symétrie des attentions** » s'impose pour devenir une entreprise magnétique qui attire et fidélise les meilleurs clients et les meilleurs collaborateurs. La qualité de la relation avec les collaborateurs « doit être la même que celle avec les clients. La gestion de la relation avec les collaborateurs (ERM) ne saurait être négligée au profit de la relation avec les clients (CRM). Se mettre au service de ses équipes permet d'améliorer le service aux clients. L'ouvrage de Vineet Nayar (« Les employés d'abord, les clients ensuite », 2010) a contribué à cette prise de conscience.

La qualité de « **l'expérience client** » et celle de « **l'expérience collaborateur** » sont indissociables. « Question(s) de Management » a donc proposé à des praticiens, experts et enseignants-chercheurs de répondre à la question suivante : « **Entre "Customer first" et "People first", quelles postures managériales l'entreprise doit (ou peut)-elle adopter ?** » Gérard AGBOTA, Alain AKANNI, Hervé AZOULAY, Nehmé AZOURY, Éric BACHELLEREAU, Isabelle BARTH, Zeineb BEN AMMAR MAMLOUK, Laila BENRAISS-NOAILLES, Charles-Henri BESSEYRE DES HORTS, Alfred BIAOU, Mireille BLAESS, Natalia BOUROVA, Marc François BRAZIER, Jacques BROUILLET, Maria Giuseppina BRUNA, Fabrice COMLAN, Patrick DAMBRON, Richard DELAYE, Isabelle do-REGO, Jean Marie DUMAZERT, Patrice EYRAUD, Anne Marie FRAY, Baï Judith

GLIDJA, Sana HENDA, Hubert LANDIER et Nadejda POKROVSKAIA ont apporté leur regard. Merci pour la qualité dans la diversité de leurs regards.

Ce numéro propose également 5 articles académiques indépendants, Celui de Jocelyne ABRAHAM, Franck BRILLET, Annabelle HULIN, Typhaine LEBEGUE & Jean-Yves SAULQUIN intitulé « Les experts en question(s) : représentations et pratiques de la fonction ressources humaines » enrichi notre connaissance de la perception de la fonction par ses clients. Les travaux de recherche présentés sont menés dans des contextes nationaux variés. C'est ainsi que Doha SAHRAOUI nous permet de comprendre le plafond de verre au Maroc (« Getting to the top: Breaking through the glass ceiling in Morocco? ») et Lassana TIOTE présente une recherche sur « La fidélité des cadres de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire à l'épreuve de l'équité organisationnelle ».

L'entreprise magnétique, pour attirer et fidéliser, doit veiller à sa réputation sur les réseaux sociaux. Laïla BENRAÏSS-NOAILLES, Dhiba LHAJJI, Amina BENRAÏSS, Bouchra BENRAÏSS explorent l'« Impact de l'e-réputation sur l'attractivité des entreprises ». Stimuler les comportements extra-rôle des salariés est devenu un objectif important dans un contexte complexe et mouvant. L'article de Bernard GANGLOFF sur « Le statut normatif des comportements de citoyenneté organisationnelle » apporte d'intéressants enseignements.

Nous espérons que les lecteurs, enseignants-chercheurs et praticiens, trouveront matière à alimenter leurs recherches, leurs réflexions et leur action dans ce seizième numéro riche de dix articles. Leurs observations, critiques et suggestions sont les bienvenues afin de faire de « **Question(s) de management** » une revue académique de référence au service de l'innovation managériale.

Jean-Marie PERETTI  
Professeur à ESSEC Business School  
Titulaire de la chaire ESSEC du changement  
Président de l'IAS  
Président d'honneur de l'AGRH  
Rédacteur en chef de « Question(s) de Management »