

Ministère de L'Enseignement Supérieur & de la Recherche Scientifique

Université Abou Bekr Belkaid -Tlemcen

Faculté Des Sciences Économiques, Commerciales & des Sciences

de Gestion

Laboratoire de recherche MECAS

"Management des Entreprises et du Capital Social"



ORGANISE UN COLLOQUE NATIONAL (PRÉSENTIEL / A DISTANCE) SUR :

LE MARKETING DIGITAL DANS LE SECTEUR DES SERVICES : DÉFIS ET PERSPECTIVES



Le 06 Février 2025



COMITÉ D'HONNEUR

Président d'honneur :

Pr. MEGHACHOU Mourad - Recteur de l'Université

Superviseur Général :

Pr. BENLADGHEM Fethi - Doyen de la Faculté

Coordonnateur Général :

Pr. BENHABIB Abderrezzak

Directrice du Laboratoire MECAS :

Pr. GRARI Yamina

Présidente du Colloque :

Dr. TALEB LACHACHI Meriem

Président du Comité Scientifique :

Pr. BENACHENHOU Sidi Mohammed

Président du comité d'organisation: Dr. DERRAR Arslan

PRÉAMBULE DU COLLOQUE

Problématique du colloque:

À l'ère de la transformation digitale et de la révolution numérique, l'ensemble des secteurs économiques, en particulier celui des services, se voit contraint de repenser ses pratiques. L'adoption des nouvelles technologies a bouleversé les modèles d'affaires traditionnels, redéfinissant la manière dont les entreprises interagissent avec leurs clients et optimisent leurs processus. La digitalisation, aujourd'hui incontournable, impacte à la fois l'environnement interne des entreprises de services, en transformant leurs organisations et leurs collaborateurs, et leur environnement externe, notamment à travers leur présence en ligne et sur les réseaux sociaux.

Le secteur des services, moteur essentiel de l'économie mondiale, a subi des mutations profondes, avec une digitalisation croissante qui permet des interactions plus fluides, une diffusion massive de l'information, et des pratiques de gestion plus agiles. Des secteurs tels que les banques, autrefois dominés par des agences physiques, ont progressivement migré vers des canaux numériques comme les sites web, les applications mobiles, et les centres d'appel, redéfinissant ainsi leur relation avec les clients.

En Algérie, bien que la digitalisation dans le secteur des services soit encore en phase de croissance, des avancées notables ont été réalisées ces dernières années. Toutefois, des défis persistent, notamment en termes de moyens de paiement électronique, de législation lacunaire en matière de e-commerce et de systèmes d'information et de gestion des TIC, entre autres. L'enjeu réside dans la capacité des entreprises à adapter leurs stratégies face à une clientèle de plus en plus connectée et exigeante, tout en optimisant la performance à travers l'usage des outils numériques.

Objectifs du Colloque :

Ce colloque se propose donc de mettre en lumière les apports de la révolution induite par la digitalisation dans le secteur des services et d'explorer les stratégies adoptées par les entreprises pour réussir cette transformation, tout en relevant les défis actuels et futurs. En des termes plus détaillés.

Ce colloque a pour ambition de :

- 1. Analyser l'impact de la transformation digitale** dans le secteur des services, en mettant en évidence les mutations profondes des modèles économiques traditionnels et les nouveaux enjeux liés à l'intégration des technologies numériques .

- 
2. **Comprendre les stratégies adoptées par les entreprises de services** pour réussir leur transition numérique, en identifiant les meilleures pratiques en matière de marketing digital et de gestion de la relation client.
 3. **Identifier les défis actuels et futurs du marketing digital** dans un contexte de plus en plus compétitif, tout en explorant les opportunités que ces transformations apportent, tant pour les entreprises que pour les consommateurs.
 4. **Étudier le comportement du e-consommateur** face à la digitalisation des services, en tenant compte des différences culturelles, générationnelles, et technologiques, avec un focus particulier sur le marché algérien.
 5. **Mettre en lumière les innovations et les cas pratiques réussis** de digitalisation dans le secteur des services, en prenant en compte des expériences nationales et internationales.
 6. **Favoriser l'échange et le partage d'expériences** entre les universitaires, les professionnels, et les étudiants sur les pratiques du marketing digital, et encourager des collaborations dans la recherche et l'application de ces nouvelles pratiques.
 7. **Contribuer au développement du secteur des services en Algérie**, en sensibilisant les entreprises locales aux enjeux et aux avantages du marketing digital et en explorant des pistes d'amélioration pour mieux répondre aux attentes des clients.

Axes du colloque :

1. Approche théorique du marketing digital : transition technique et mutation des pratiques (*Le passage du marketing traditionnel au marketing Digital*) .
2. Concepts, Stratégies et Perspectives du Marketing Digital dans les Services.
3. Marketing Digital & Gestion de la Relation Client (CRM) dans le secteur des services.
4. Le comportement du e-consommateur dans le secteur des services.
5. Outils et technologies du Marketing Digital dans les Services : les réseaux sociaux, e-mail marketing, le marketing du contenu, le marketing mobile, intelligence artificielle...
6. Défis et opportunités du Marketing Digital dans les Services.
7. Cas pratiques et innovations en matière de Marketing Digital dans les Services surtout dans le domaine de la Finance, la santé, le tourisme, l'éducation...
8. Impact du Marketing Digital sur la performance durable des entreprises de services

Conditions de participation

- La communication doit être originale et n'ayant jamais été publiée ou présentée lors d'un quelconque événement scientifique.
- Le nombre de contributeurs pour une même communication ne doit pas dépasser deux chercheurs, et il n'est pas permis pour un même auteur de figurer dans deux communications différentes.
- Le résumé doit être rédigé dans la langue de l'article et ne dépassant pas 250 mots. Il doit également contenir au moins 4 mots-clés et le code JEL.
- L'introduction doit contenir un préambule, une problématique, des objectifs, la méthodologie adoptée.
- Le texte de la communication ne doit pas dépasser 20 pages (page de couverture, annexes et bibliographie incluses). Quant au fichier Powerpoint, il doit contenir entre 10 et 15 diapos au maximum.
- La citation des références dans le corps du texte doit se faire selon la norme APA, et les conditions de probité scientifique se doivent d'être respectées.
- Les communications en arabe doivent être rédigées avec la police Calibri, taille 13. Pour les communications en langues étrangères, l'utilisation de la police Times New Roman, taille 12 est fortement recommandée.

Public cible du Colloque

Ce rendez-vous scientifique cible les catégories suivantes:

- Les institutions et organismes publics et privés.
- Les Enseignants
- Les doctorants.
- Les hommes d'affaires et les propriétaires d'entreprises économiques



Date importantes :

SAVE!
THE DATE

- Date du Colloque : **6 février 2025**
- Début de réception des communications : **1er décembre 2024**
- Date limite de soumission des candidatures complètes : **31 décembre 2024**
- Réponse aux candidatures acceptées : **15 janvier 2025**

Pour toute demande de renseignements, veuillez contacter :



marketingdigitalcolloque@gmail.com

Lien pour soumettre la candidature :

 **LINK**

<https://forms.gle/sWUe83Xgvg9jp4Bv5>

**Ou soumettez vos candidatures en
scannant rapidement le code QR**



SCAN ME