



MARKETING

Ilaria Dalla Pozza

Professeure Titulaire HDR en Marketing

Contact

Email: ilaria.dallapozza@ipag.fr

Phone: +33 1 5363 3600

Campus: Paris

Biographie

Ilaria Dalla Pozza est professeur de marketing à l'IPAG Business School, où elle est responsable du développement des activités de recherche pour le marketing dans le secteur de l'assurance et de la bancassurance. Elle est titulaire d'un master en ingénierie et d'un doctorat en marketing du Politecnico di Milano, Italie. Avant de rejoindre l'IPAG, elle était professeure assistante à l'Université du Connecticut (États-Unis). Ilaria développe des recherches dans les domaines de la gestion de la relation client digitale et omnicanale et de la valeur client. Elle est spécialisée en marketing de l'assurance. Elle est conférencière sur des sujets de marketing dans l'industrie de l'assurance. Elle est la fondatrice de l'Association for Insurance Marketing, un réseau international de chercheurs en marketing d'assurance.

Éducation

2006: Doctorat en Marketing, Politecnico di Milano, Italy

2002: Master Degree en Management Economics and Industrial Engineering, Politecnico di Milano, Italy

Teaching Areas

Principles of Marketing, Customer Relationship Management, Marketing Innovation, Digital Marketing

Research Areas

Digital and omnichannel customer relationship management, Social media, Churn, Insurance marketing

Professional experiences

Ilaria est membre du comité de rédaction de l'International Journal of Bank Marketing.

Chaque année, elle organise l'International Conference for Marketing in the Insurance industry (ICMI), qui accueille des chercheurs du monde entier travaillant dans le domaine du marketing dans le secteur de l'assurance.

Elle travaille régulièrement sur des projets de recherche avec les principaux groupes d'assurance français

Selected publications

Kumar, V., Rajan, B., Gupta, S., & Dalla Pozza, I. (2019). Customer engagement in service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 138-160. (RANG 1 CNRS)

Dalla Pozza, I., Texier, L., & Robson, J. (2018, June). Creating Customer Value through Multichannel Service Delivery: A Study of the French Insurance Market: An Abstract. In *Academy of Marketing Science World Marketing Congress* (pp. 443-444). Springer, Cham.

Dalla Pozza, I., Goetz, O., & Sahut, J. M. (2018). Implementation effects in the relationship between CRM and its performance. *Journal of Business Research*, 89, 391-403. (RANG 2 CNRS)

Dalla Pozza, I., Brochado, A., Texier, L., & Najjar, D. (2018). Multichannel segmentation in the after-sales stage in the insurance industry. *International Journal of Bank Marketing*.

Dalla Pozza, I., & Texier, L. (2017). Vers un nouveau concept de proximité dans la relation conseiller-client: le cas de la banque et de l'assurance. *Gestion 2000*, 34(1), 141-156.

Dalla Pozza, I., Heitz-Spahn, S., & Texier, L. (2017). Generation Y multichannel behaviour for complex services: the need for human contact embodied through a distance relationship. *Journal of Strategic Marketing*, 25(3), 226-239.

Wang, C., & Dalla Pozza, I. (2015). Evaluate and understand customer lifetime duration: an example from telecom. *Gestion 2000*, 32(2), 79-101.

Dalla Pozza, I. (2014). Customer experiences as drivers of customer satisfaction. *Gestion 2000*, 31(3), 115-138.

Ilaria, D. P. (2014). Multichannel management gets "social". *European Journal of Marketing*, 48(7), 6-7.

Dalla Pozza, I., & Texier, L. (2014). Managing multichannel strategies in the service sector: the example of the French insurance industry. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 30(3), 863-868.

Kumar, V., Dalla Pozza, I., & Ganesh, J. (2013). Revisiting the satisfaction–loyalty relationship: empirical generalizations and directions for future research. *Journal of retailing*, 89(3), 246-262.
