



Concevoir un concept d'outil numérique pour le dialogue interentreprises en utilisant une approche orientée client

Le cas des services de restauration

Type de publication : Article de revue

Revue : [European Review of Service Economics and Management](#) [Revue européenne d'économie et management des services](#)

2020 - 1, n° 9. varia

Auteurs : Sarkkinen (Eliisa), Pöyry-Lassila (Päivi)

Résumé : Cet article explore ce qu'est l'orientation client dans un contexte de service B2B et il rend compte d'une étude de cas empirique pour un outil numérique de relation client construit en utilisant la conception de service et la « customer-dominant logic ». La conclusion est que l'orientation client dans le contexte B2B nécessite une interaction multidirectionnelle : comprendre le monde du client et transformer ses défis et ses besoins en un système holistique. Le concept résultant forme une sphère commune pour l'orientation client en comprenant les problèmes réels du client B2B en leur trouvant des solutions.

Pages : 17 à 52

Revue : [Revue Européenne d'Économie et Management des Services](#)

Thème CLIL : 3306 -- SCIENCES ÉCONOMIQUES -- Économie de la mondialisation et du

développement

EAN : 9782406106043

ISBN : 978-2-406-10604-3

ISSN : 2555-0284

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-10604-3.p.0017

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 06/05/2020

Périodicité : Semestrielle

Langue : Anglais

Mots-clés : Orientation client, services interentreprises, outil numérique de relation client, conception de services, services de restauration

[Afficher en ligne](#)