

Anthony CHUNG CHAI MAN

School: ESCE International Business School

Main department: Marketing

Email: achung@esce.fr

Country of citizenship: Mauritius and France

BIO

Director of MSc Programmes at **ESCE International Business School**
Country of origin: Mauritius
PhD in Marketing from iaelyon School of Management, Université Jean Moulin Lyon 3

RESEARCH INTERESTS

- Relationship Marketing
- Customer Satisfaction
- Customer Win-back
- CSR Communication
- Web3
- Labels
- Quantitatives Methods

TEACHING AREAS

ESCE International Business School

- Capstone – *English* - **1st year PGE**
- Digital Communication – *English and French* – **1st year PGE**
- Marketing Decrypting – *English* – **1st year PGE**
- Negotiation Champions League – *English* - **2nd year PGE**
- International Marketing – *English and French* - **3rd year PGE**
- Customer Relationship Management – *French* - **4th year PGE**
- Integrated Marketing Communication – *English* – **4th year PGE**
- Marketing Research Methods – *English* – **4th year PGE**
- Quantitative Methods – *English and French* - **4th year PGE and MSc**
- Relationship Marketing – *English* - **4th year PGE and MSc**
- Marketing for Sustainable Business – *English* – **5th year PGE and MSc**
- Négociation Complexe – *French* – **5th year PGE**
- Nouvelles Technologies Appliquées – *French* - **5th year PGE**
- Parcours Client et Retail – *French* - **5th year PGE**
- Final These Methodology – *English and French* – **5th year PGE**

Shandong University of Finance and Economics

- Digital and Relationship Marketing – *English* – **Postgraduate**

EMLV

- Relationship Marketing, Customer Loyalty and Dissatisfaction Management – *English* – **4th year**

iaelyon School of Management, Université Lyon III

- Operational Marketing (lectures and tutorials) – *English* - **Undergraduate (L3)**
- Relationship Marketing (tutorials) – *French* – **Master (M1)**
- Introduction to Research in Marketing (tutorials) – *French* – **Master (M1)**
- Quantitative Marketing (tutorials) – *French* – **Master (M1)**

EDUCATION

2022 - Doctorate, Economics and Social Sciences, Marketing, **Université Jean Moulin Lyon III, France**

WORK EXPERIENCE

Academic

Since 2026 Director of MSc Programs, **ESCE International Business School, Omnes Education**, Paris, France

2022 - 2026 Assistant professor, **ESCE International Business School, Omnes Education**, Paris, France

2021 - 2022 Research Assistant, **Université Jean Moulin Lyon III**, Lyon, France

Professional

2017 - 2018 Assistant Chef de Projets Marketing, **EDF Entreprises**, Lyon, France

RESEARCH RELATED ACTIVITIES

Academic Articles

Chung Chai Man, A., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2026). Impact des formes d'écriture inclusive sur les consommateurs. *Revue française de gestion*. ***(FNEGE 2)*** (Accepted)

Chung Chai Man, A., Lick, E., and Motzel, S. (2026). A winemaker's tease: Quick Response codes on wine labels as an interactive communication tool in phygital wine retailing. *Journal of Consumer Behaviour, 1-23.* https://doi.org/10.1002/cb.70191 ***(ABS 2, FNEGE 3)***

Chung Chai Man, A. (2026). The role of Decentralized Autonomous Organizations (DAOs) in enhancing customer loyalty through relationship marketing strategies. *Electronic Markets*, vol. 36, n° 48. https://doi.org/10.1007/s12525-026-00902-2 ***(ABS 2, FNEGE 3)***

Chung Chai Man, A. (2026). Why customer complaints matter more than compliments for word-of-mouth? *International Journal of Retail & Distribution Management,* vol. 54, n° 4, p. 441-455. https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2025-0310 ***(ABS 2, FNEGE 3)***

Chung Chai Man, A., Bellini, B., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2025). Brands and ethical premium: Is the textile Eco-score a lever for responsible consumption? *Décisions Marketing (English Version)*, vol. 120, n° 4, p. 355-378. https://doi.org/10.3917/e.dm.120.0355 ***(FNEGE 3)***

Conference proceedings

Godek, M., Ben Dahmane Mouelhi, N., Brunel, O., **Chung Chai Man, A**. (2026). International entrepreneurship and the export of mid-range products : Bridging the resource-based view and the composition-based view. *8th Workshop on Export Management*, Dunkirk, France.

Chung Chai Man, A., and Bellini, B. (2024). The Impact Of The Ecoscore On The Willingness To Pay A Price Premium For Sustainable Clothes. *Academy of Marketing Science*, 2024, Bel Ombre, Mauritius.

Chung Chai Man, A., and Kim, W. (2023). Decentralized Autonomous Organizations (DAOs): completing or threatening Customer Relationship Management (CRM)? New emerging hybrid models in marketing. *Webmarketing*, Paris, France

Chung Chai Man, A., and Sabadie, W. (2022). How to win back customers who left after a service failure? *Association Française de Marketing*, Tunis, Tunisie.

Reviewing activity

Journal of Retailing and Consumer Services ***(ABS 2, FNEGE 4)***.
Qualitative Market Research ***(ABS 2, FNEGE 4)***.

Scientific Committee Participation

3rd International Conference on Digital Transformation and Management (ICDTM) (2026). Sustainable Digital Transformation in the Public Sector: Imperatives, Challenges, and Public Value Creation. Hammamet, Tunisia, 22nd-23rd May 2026.

Invited speaker at academic conferences

Chung Chai Man, A. (2023). Navigating the Digital Landscape: Transforming Marketing in the Supply Chain. *The 1st International Conference on Management Frontiers and Innovation (ICMFI)*. Nanjing, China. **Keynote speaker**.

Case Studies

Ben Dahmane Mouelhi, N., **Chung Chai Man, A**., Godek, M., and Daou, S. (2026). Stratégie d'exportation en Europe de l'Est et sélection d'un marché cible. **CCMP**. https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-manar-thon-strategie-d8217exportation-en-europe-de-l8217est-et-selection-d8217un-marche-cible

Chung Chai Man, A., and Giffard, P-O. (2026). Service Innovation and Cross-selling in the Silver Economy. **The Case Centre**.

https://www.thecasecentre.org/products/view?id=215103

Ben Dahmane Mouelhi, N., **Chung Chai Man, A**., and Godek, M. (2026). ManarThon - Marketing case study. **The Case Centre**. https://www.thecasecentre.org/products/view?id=214242

Giffard, P-O., and **Chung Chai Man, A**. (2026). BAZILE : Le marketing des services dans la silver economy. **CCMP**. https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-bazile-le-marketing-des-services-dans-la-silver-economy

Chung Chai Man, A., and Giffard, P-O. (2026). Negotiation Challenge: The French Baby Food Popote. **The Case Centre**. http://casecent.re/p/212910

Giffard, P-O., and **Chung Chai Man, A**. (2026). Popote : Comment activer les bons leviers de communication auprès des jeunes parents ? **CCMP**. https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-popote-comment-activer-les-bons-leviers-de-communication-aupres-des-jeunes-parents

Chung Chai Man, A., Giffard, P-O., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2025). PikkoPay : Préparer, convaincre et vendre dans le commerce BtoB de demain. **CCMP**. https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-pikkopay-preparer-convaincre-et-vendre-dans-le-commerce-btob-de-demain

Chung Chai Man, A., Giffard, P-O., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2025). PikkoPay: The QR Code That Helps Avoid Checkout Lines. **The Case Centre**. https://www.thecasecentre.org/products/view?id=208002

Chung Chai Man, A., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2025). QR Box – Quand le digital et le QR code font renaître l'histoire. **CCMP**. https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-qrbox-quand-le-digital-et-le-qr-code-font-renaitre-lhistoire

Chung Chai Man, A., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2024). Stratégie digitale de Pastel : Coup de pouce pour la seconde main. **CCMP**. https://www.ccmp.fr/collection-ccmp/cas-strategie-digitale-de-pastel-coup-de-pouce-pour-la-seconde-main

Media

Chung Chai Man, A., and Giffard, P-O. (2026). Le silence client : un signal faible aux conséquences fortes. **FNEGE Médias.** https://fnege-medias.fr/fnege-video/le-silence-client-un-signal-faible-aux-consequences-fortes/

Zeroual, T., **Chung Chai Man, A**., and Giffard, P-O. (2026). Aujourd'hui, peut-on vendre et être responsable ? **FNEGE Médias.** https://fnege-medias.fr/fnege-video/aujourdhui-peut-on-vendre-et-etre-responsable/

Chung Chai Man, A., and Giffard, P-O. (2026). Quand le silence des clients devient un vrai risque commercial. **The Conversation.** https://theconversation.com/quand-le-silence-des-clients-devient-un-vrai-risque-commercial-275482

Giffard, P-O., **Chung Chai Man, A**., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2026). Influenceurs virtuels IA : opportunité ou menace ? **ActionCo**.

Ben Dahmane Mouelhi, N., **Chung Chai Man, A**., and Zouari, S. (2026). Carmat, Ynsect… quand les pépites industrielles françaises tombent dans le gouffre de Moore

? **The Conversation**. https://theconversation.com/carmat-ynsect-quand-les-pepites-industrielles-francaises-tombent-dans-le-gouffre-de-moore-275757

Chung Chai Man, A., Giffard, P-O., and Zeroual, T. (2026). Les jeunes commerciaux face à l'infobésité. **ActionCo**.

Chung Chai Man, A., Bellini, B., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2026). Pourquoi l'affichage environnemental textile pourrait-il changer nos habitudes d'achat ? **The Conversation**. https://theconversation.com/pourquoi-laffichage-environnemental-textile-pourrait-il-changer-nos-habitudes-dachat-271414

Chung Chai Man, A., and Giffard, P-O. (2026). TikTok, moteur de performance commerciale pour le prêt-à-porter. **ActionCo**.

Chung Chai Man, A., and Giffard, P-O. (2026). La reconnaissance managériale, un levier sous-estimé. **ActionCo**.

Giffard, P-O., and **Chung Chai Man, A**. (2025). IA et développement commercial : un copilote inspirant plutôt qu'un remplaçant. **ActionCo**.

Giffard, P-O., **Chung Chai Man, A**., and Zeroual, T. (2025). Jeunes commerciaux, entre performance et conscience environnementale ? **ActionCo**.

Chung Chai Man, A., Bellini, B., and Ben Dahmane Mouelhi, N. (2025). L'Eco-score sur les vêtements : quelle utilité ? **FNEGE Médias**. https://fnege-medias.fr/fnege-video/leco-score-sur-les-vetements-quelle-utilite/

ESCE marketing group research meetings
Co-organiser of research meetings

EDUCATION RELATED ACTIVITIES

Master's Thesis Supervision

2025 – 2026
Beranger, S., and Buvanendiran, A. (2026). Le vécu du télétravail par les salariés en matière de bien-être, d'engagement et de différences générationnelles. *Master's thesis at ESCE*.

Berkani, A., and Stampfli, M. (2026). L'intégration de l'IA générative dans la prospection B2B et son impact sur la (dé)qualification des ingénieurs d'affaires dans les entreprises de services. *Master's thesis at ESCE*.

Boultam, S., and Diakhaby, D. (2026). Les déterminants de la confiance des consommateurs dans les plateformes E-Commerce. *Master's thesis at ESCE*.

Chaussivert, L-A., and Meas, J. (2026). Générations et motivation au travail. *Master's thesis at ESCE*.

Galloux, C., and Mostowfi, K. (2026). Perception de l'image de marque d'une entreprise en fonction de son type de financement. *Master's thesis at ESCE*.

Karamoko, Z., and Tiémélé, C. (2026). African Fashion and Global Luxury: Cultural Narrative versus Institutional Validation as Drivers of Brand Legitimacy. *Master's thesis at ESCE*.

Karimi, M., and Oster, P. (2026). Le paradoxe du Made in France. *Master's thesis at ESCE*.

Nicot Thorigny, V., and Giry, E. (2026). L'événementiel premium comme levier stratégique d'influence. *Master's thesis at ESCE*.

2024 – 2025

Abardouz, A., and Robert, A. (2025). L'automobile européenne face à l'essor asiatique : l'image de marque comme nouvel enjeu central. *Master's thesis at ESCE*.

Ben Salem, T., and Kouyaté, S. (2025). L'impact de l'intelligence artificielle sur le developpement commercial. *Master's thesis at ESCE*.

Bignon, C., and Hage, M. (2025). Entre valeur perçue et réalités humaines sur le terrain, tout le monde en parle, mais qui l'adopte ? Enquête sur un défi silencieux au coeur des organisations. *Master's thesis at ESCE*.

Hassan Assaf, N., and Simondi, L. (2025). Dans quelle mesure la personnalisation de l'expérience client à travers l'utilisation de l'IA influence-t-elle la satisfaction des consommateurs. *Master's thesis at ESCE*.

Le Phuoc Que, A., and Oubid, I. (2025). L'intégration de l'intelligence artificielle au cinéma : vers de nouvelles perspectives. *Master's thesis at ESCE*.

Levé, C., and Undreiner, C. (2025). Le drive dans la grande distribution : enjeux de perception et adaptation stratégique. *Master's thesis at ESCE*.

Mariette, N., and Perez, C. (2025). Le bien être en entreprise et la performance commerciale. *Master's thesis at ESCE*.

2023 - 2024

Bastero Anegon, M., and Jarru, L. (2024). L'impact de la communication digitale des événements sportifs sur les consommateurs. *Master's thesis at ESCE*.

Diallo, M., and Faurie, L. (2024). Évolution des programmes de fidélité : Transitions du Web 2.0 vers le Web 3.0. *Master's thesis at ESCE*.

Fievez, J., and Vappereau, E. (2024). L'Ère des Chatbots : Révolutionner le Parcours d'Achat des Consommateurs. *Master's thesis at ESCE*.

Gilet, M., and Bouraima, E. (2024). Les strategies de vente immobilière face au déséquilibre offre-demande. *Master's thesis at ESCE*.

Morgado, F., and Bellot, M. (2024). Sponsoring sportif dans l'industrie des boissons énergisantes : éclairages sur l'image de marque. *Master's thesis at ESCE*.

Paris, M., and Raache, F. (2024). Théâtralisation du point de vente et comportement d'achat en grande distribution. *Master's thesis at ESCE*.

Squivee, M., and Rodriguez, H. (2024). Impact des Chatbots à Intelligence Artificielle sur l'Expérience Utilisateur et l'Image de Marque : Une Étude comparative des Chatbots Textuels et à IA. *Master's thesis at ESCE*.

2022 - 2023

Duvillard, E., and Valas, J. (2023). L'industrie du luxe confrontée à l'émergence de la durabilité comme critère d'achat des consommateurs. *Master's thesis at ESCE.*

Gritti, L., and Penaespino, R. (2023). La gestion d'image de marque et d'engagement des communautés pour les clubs de Foot en situation d'objectif non atteint. *Master's thesis at ESCE.*

Labrie, M., and Bouchet-Bonhomme C. (2023). Pourquoi le sport féminin n'a-t-il pas été aussi représenté médiatiquement que le sport masculin jusqu'ici et dans quelle mesure il tend à être plus médiatisé au fil du temps en Occident ?. *Master's thesis at ESCE*.

Lantairès, A., and Crosson E. (2023). Le greenwashing comme perturbateur du comportement des consommateurs dans le secteur du prêt-à-porter. *Master's thesis at ESCE*.

Perennec, P., and Dupuis, E. (2023). La digitalisation du parcours client. *Master's thesis at ESCE*.

2021 - 2022
Biau, E. (2022). Le lien entre Marketing d'influence et image de marque. *Master's thesis at iaelyon*.

Gaze, W. (2022). Pratiques des vendeurs B2B sur LinkedIn aidant leur activité commerciale. Mise en application de l'étude de Schmitt, Casenave et Pallud (2021) chez EDF Direction Commerce Auvergne Rhône-Alpes. *Master's thesis at iaelyon*.

Leblanc, C. (2022). L'intégration du langage épicène dans le marketing numérique des start-ups et la séduction de nouveaux prospects*. Master's thesis at EMLV*.

Piquet-Gauthier, A. (2022). L'impact du marketing digital sur la vente de billets. Le cas d'un club de basket, LYONSO Basket. *Master's thesis at iaelyon.*

Ponchon, M. (2022). Comment générer des leads qualifiés dans un contexte d'ouverture de cible ? Le cas des médecins généralistes pour Santé Académie. *Master's thesis at iaelyon.*

Pedagogical activities

Négociation Champions League. Negotiation Business Game across three different campuses.

International Mission Jury. International Business Game.

Interview teacher x student. Students ask their teachers questions about their job.

Webinar. Which job after a business school?

Les dossiers de l'ESCE. Pedagogical Innovation – Digital Learning. Les dossiers de l'ESCE – L'ère des influenceurs IA

Démarquez-vous: Winning strategies from iconic brands in a digital and immersive format. Pedagogical Innovation – Digital Learning. Démarquez-vous ! - YouTube

Students Admissions

Admissions for MSc students. Oral admissions for 4th and 5th year students.

Immersive courses on open days. Influencer and Viral Marketing.

Admissions concours SESAME. Oral admissions for 1st year students.

Admissions concours AMBITIONS +. Oral admissions for 3rd year students.

Admissions concours AST. Oral admissions for 5th year students.