

**Pierre
Desmet**

**Professeur,
Département
Marketing**



Contact

✉ **Mail:**
desmet@essec.fr
✉ Avenue Bernard
Hirsch
BP 50105
95021 Cergy Pontoise
cedex
FRANCE

Formation

Agrégé des Facultés en Sciences de Gestion.
Ph.D., ESSEC.
ITP, London Business School.
Doctorat d'Etat ès Sciences de Gestion, Université Paris IX-Dauphine.
Doctorat de 3e Cycle, Université de Lille I.
Diplôme IESEG.

Thèmes de recherche

Thèmes

Prix, Marketing direct, Promotion des ventes

Secteurs

Industrie, Services, Distribution.

Publications

✉ Publications académiques

Livres

Numéro spécial Produit. (with A. JOLIBERT). 2006

Marketing direct. Concepts et méthodes. 3 edition. Paris (France) : Dunod, 2005, 380 p.

Actes du 4ème Colloque Doctoral AFM. 1 edition. Cergy-Pontoise (France) : Editions Groupe ESSEC, 2004, 281 p.

Marketing Direct. : Dunod, 2004

Actes du 3ème Colloque Doctoral AFM. (with P. AURIER). 1 edition. Cergy (France) : Editions du Groupe ESSEC, 2003, 223 p.

Market. Etudes et recherches en marketing. (with Y. EVRARD, B. PRAS, E. ROUX, A. DUSSAIX, G. LILIEN). 3 edition. Paris (France) : Dunod, 2003, 699 p.

Actes du 2ème Colloque Doctoral AFM. (with P. AURIER). 1 edition. Cergy (France) : Edition Groupe ESSEC, 2002, 231 p.

La promotion des ventes. Du 13 à la douzaine à la fidélisation. 2 edition. Paris (France) : Dunod, 2002, 381 p.

Promotion des ventes. : Dunod, 2002

Actes du 1er Colloque Doctoral AFM. (with P. AURIER). Deauville (France) : Edition Groupe ESSEC, 2001, 187 p.

Marketing direct - concepts et méthodes. 2 edition. Paris (France) : Dunod,

2001, 360 p.

Marketing Direct. : Dalloz, 1999

Promotion des ventes. : Dalloz, 1999

Le CD-ROM - Porte du multimédia pour le marketing. (with A. ZEYL). Paris (France) : Economica, 1997, 112 p.

Le prix - de l'analyse conceptuelle aux méthodes de fixation. (with M. ZOLLINGER). Paris (France) : Economica, 1997, 244 p.

Marketing direct - Concepts et méthodes. Paris (France) : Editions Nathan, 1995, 350 p.

Promotion des ventes - Du 13 à la douzaine au marketing direct. Paris (France) : Editions Nathan, 1992, 253 p.

Analyse des décisions marketing avec Lotus 1-2-3 (G.LILIEN, ed. - P.DESMET, trad.). Paris (France) : Economica Série Gestion, 1987

Articles

"Valeur et sincérité perçues d'une promotion multi-mécanismes", With P. de Pechpeyrou, B. Parguel, A. Mimouni. *Recherche et Applications en Marketing*, 2007 vol. 21, Issue 4, p. 25-39

"Differential Effects of Price-beating Versus Price-matching Guarantee on Retailers' Price Image", With E. LE NAGARD-ASSAYAG. *Journal of Product and Brand Management*, 2005 vol. 14, Issue 6

"Effet signal d'une réduction promotionnelle de prix : concept et expérimentation". *Recherche et Applications en Marketing*, 2004 vol. 19, Issue 1, p. 25-37

"Effetti segnaletici della promozione sull'accettazione di un prodotto di largo consumo". *Micro Macro Marketing*, 2004, Issue 3

"Les déterminants du prix et la représentation mentale du consommateur". *Revue de la Concurrence et de la Consommation*, 2004, Issue 140

"Ask and Ye Shall Receive: The Effect of the Appeals Scale on Consumers' Donation Behavior". *Journal of Economic Psychology (The)*, 2003 vol. 24, Issue 3, p. 349-376

"Promotion des ventes et capital marque". *Revue Française de Gestion*, 2003 vol. 29, Issue 145

"A study of the Potential Effects of the Conversion to Euro". *Journal of Product and Brand Management*, 2002 vol. 11, Issue 3, p. 134-144

"Les prix en euro : questions, méthodes et premiers résultats". *Décisions Marketing*, 2002 vol. 1, Issue 25, p. 7-16

"Effet du passage à l'euro sur les marques de distributeurs : une réplification partielle de l'étude de Diller et Ivens", With C. GASTON-BRETON. *Recherche et Applications en Marketing*, 2001 vol. 16, Issue 4, p. 47-56

"Buying behavior study with basket analysis : Pre-clustering with a Kohonen map". *European Journal of Economics and Social Systems*, 2001, p. 17-30

"Politiques de prix sur Internet". *Revue Française du Marketing*, 2000 vol. 3

et 2, Issue 177 et 178, p. 49-68

"Hedonic Prices and Colinearity: An Empirical Comparison of Statistical and Neuronal Solutions". *Fuzzy Economic Review*, 2000, Issue 1, p. 61-78

"La relation prix-qualité dans l'automobile : comparaison de méthodes d'estimation des prix hédoniques", With F. HENDAOUI. *Revue Française du Marketing*, 2000 vol. 5 et 4, Issue 179 et 180, p. 167-179

"Les méthodes de mesure de l'importance des critères de satisfaction", With P. WINDAL. *Revue Française du Marketing*, 2000 vol. 5 et 4, Issue 179 et 180, p. 167-179

"Relative Performance of the Statistical Learning Network: An Application of the Price-quality Relationship in the Automobile". *European Journal of Economic and Social Systems*, 2000 vol. 14, Issue 1, p. 69-79

"Asking for Less to Obtain More". *Journal of Interactive Marketing*, 1999 vol. 13, Issue 3, p. 55-65

"Le Lot Virtuel : une application d'un marketing interactif de masse". *Décisions Marketing*, 1999, Issue 16, p. 61-66

"The Impact of Mail Order on Subsequent Donations: An Experiment". *Financial Accountability & Management*, 1998 vol. 14, Issue 3, p. 203-214

"La promotion des ventes préfigure-t-elle l'avenir du marketing?", With G. LAURENT. *Numéro spécial Décisions Marketing*, 1998

"Estimation of Product Category Sales Responsiveness to Allocated Shelf Space", With V. RENAUDIN. *International Journal of Research in Marketing*, 1998, Issue 15

"L'Euro : conversion de prix ou remise en cause des stratégies marketing ?", With M. ZOLLINGER. *Décisions Marketing*, 1998, Issue 13

"La Promotion des Ventes en France : Evolution et révolutions", With P. BERNARDET, P. CHANDON, F. FARGETTE, F. GUILBERT, G. LAURENT, C. OUSTLANT, M. TOPORKOFF, P. VOLLE. *Décisions Marketing*, 1997, Issue 12

"Rédacteur en Chef Invité", With G. LAURENT. *Décisions Marketing*, 1997, Issue 12

"Challenges and Pitfalls for Direct Mail Across Borders : The European Example", With D. XARDEL. *Journal of Direct Marketing*, 1996 vol. 10, Issue 3, p. 48-60

"Comparaison de la prédictivité d'un réseau de neurones à rétropropagation avec celles des méthodes de régression linéaire, logistique et AID pour le calcul des scores en marketing direct". *Recherche et Applications en Marketing*, 1996 vol. 11, Issue 2, p. 17-28

"Intérêt et limites de la vente par catalogue en collecte de fonds". *Revue Française du Marketing*, 1996 vol. 4, Issue 159, p. 23-32

"Etude empirique des effets de substitution de l'achat au don en collecte de fonds". *Revue Française du Marketing*, 1996

"Merchandising and the Life Cycle of Books Sold by Mail". *Journal of Direct Marketing*, 1995 vol. 9, Issue 3

"Promotion des ventes : tendances et interactivité", With J. BERNARDET.

Décisions Marketing, 1995, Issue 5, p. 79-83

"Pour un média-planning promotionnel", With J. BERNARDET. *Décisions Marketing*, 1994, Issue 3, p. 7-14

"Strategies for a European Catalog", With D. XARDEL. *Journal of Direct Marketing*, 1994 vol. 8, Issue 3, p. 62-73

"Editeur invité d'un numéro spécial", With P. DUBOIS. *Recherche et Applications en Marketing*, 1994 vol. 9, Issue 3

"Portée et limites de l'utilisation du modèle Logit pour l'étude des comportements d'achat". *Recherche et Applications en Marketing*, 1993 vol. 8, Issue 3, p. 67-82

"Catalog Space Allocation at the Department Level". *Journal of Direct Marketing*, 1992 vol. 7, Issue 2, p. 7-18

"Estimation de la relation surface-vente pour la vente par catalogue". *Recherche et Applications en Marketing*, 1991 vol. VI, Issue 2, p. 67-82

"Mesurer les effets promotionnels par l'utilisation de la zone d'expérimentation Scannel", With I. LE ROY. *Recherche et Applications en Marketing*, 1991 vol. VI, Issue 1, p. 27-52

Chapitres

Politique de prix. In : DUFOUR B.. *MBA*. Paris (France) : Les Editions d'Organisation, 2005

Marketing Direct et Promotion des ventes. Objets de recherche traditionnels, mais en pleine évolution : promotion et échange, renouveau du prix, marketing direct. In : PRAS B.. *Faire de la recherche en marketing ?*. Paris (France) : Vuibert, 1999, p. 235-252

Marketing direct. In : LE DUFF R.. *Encyclopédie de la Gestion et du Management - E.G.M.* Paris (France) : Dalloz, 1999, p. 788-790

Promotion des ventes. In : LE DUFF R.. *Encyclopédie de la Gestion et du Management - E.G.M.* Paris (France) : Dalloz, 1999, p. 1284-1286

Yield Management. In : LE DUFF R.. *Encyclopédie de la Gestion et du Management - E.G.M.* (with M. ZOLLINGER). Paris (France) : Dalloz, 1999, p. 1290-1292

La politique de prix. In : Universités Francophones. *Manuel de Gestion* (with M. ZOLLINGER). : Ellipses/AUF, 1999, p. 379-396

La vente et le Marketing Direct. In : Universités Francophones. *Manuel de Gestion* (with S. NYECK). : Ellipses/AUF, 1999, p. 467-472

Comparison of the Predictability of a Neural Network with Retropropagation with Those using Linear Regression, Logistic and A.I.D. Methods for Direct Marketing Scoring. In : AURIFEILLE JM, DEISSENBERG C.. *Bio-Mimetic Approaches in Management Science*. Dordrecht (Pays-Bas) : Kluwer Academic Publishers, 1998, p. 61-75

Le temps, composante de la valeur et du prix.. Valeur et Management (with M. ZOLLINGER). : Foileau Ed. / Economica, 1998

Prix et information géographique.. Géographie et Gestion (with M. ZOLLINGER). 1970

▸ Working Papers

"Estimating Shelf-space Elasticity for Product Categories : A Preliminary Step to Hierarchical Space Allocation in Stores Belonging to a Chain" (with V. RENAUDIN). Essec Research Center, DR-96054 sept. 96, 21 p.

"Fréquentation des points de vente : analyse descriptive préliminaire" (with P. VOLLE). Essec Research Center, DR-94049 déc. 94, 15 p.

"Towards a Transnational Index of Customer Satisfaction : A Conceptual and Methodological Exploration" (with M. AGRAWAL). Essec Research Center, DR-94041 nov. 94, 20 p.

"Strategies for a European Catalog" (with D. XARDEL). Essec Research Center, DR-93047 sept. 93, 24 p.

"Catalog Space Allocation at the Department Level : Empirical and Normative Rules" Essec Research Center, DR-92035 août 92, 24 p.

"Logit Model of Consumer Purchases : Application on a French Data Set." Essec Research Center, DR-92034 août 92, 29 p.

"Normative Segmentation and Customer Classes in Fund Raising" Essec Research Center, DR-92012 mars 92, 36 p.

"Mesurer les effets promotionnels par l'utilisation de la zone d'expérimentation Scannel" (with I. LE ROY). Essec Research Center, DR-91008 mars 91, 31 p.

"Utilisation des processus markoviens pour l'élaboration du plan d'action commerciale en marketing direct" Essec Research Center, DR-91002 févr. 91, 17 p.

"Estimation de la relation surface-vente pour la vente par catalogue" Essec Research Center, DR-90007 mars 90, 11 p.

"Promo-impact : un modèle de mesure des effets promotionnels sur données scanner au niveau du point de vente" (with I. LE ROY). Essec Research Center, DR-90006 janv. 90,

▸ Autres publications

Communications publiées

"Valeur et sincérité perçues d'une promotion multi-mécanismes", With P. DE PECHPEYROU, B. PARGUEL, A. MIMOUNI. In : *Actes du 5ème Congrès International. Université Foscarì/ESCP-EAP.Venise (Italie) : Université Foscarì/ESCP-EAP, 2006*

"Etude de l'effet de signal de la promotion sur l'acceptation d'achat d'un produit de grande consommation". In : *3ème Congrès International Tendances en Marketing.Venise (Italie) : ESCP-EAP - Università Ca' Foscarì Venezia, 2003*

"Pratique des réseaux de neurones en marketing". In : *ACSEG. Approches connexionnistes en sciences économiques et de gestion. 10ème Rencontre Internationale.Nantes (France) : I.A.E. Nantes, 2003*

"Analyse des paniers d'achat avec une typologie par une carte de Kohonen". In : *7ème Rencontre Internationale - ACSEG (Approches Connexionnistes en Sciences Economiques et de Gestion).Paris (France) : CNRS,*

SAMOS-MATISSE, CEREG, DMSP, 2000

"Relative Performance of the Statistical Learning Network: An Application of the Price-quality Relationship in the Automobile". In : *Proceedings ANZMAC 2000 - Visionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge*. Gold Coast (Australie) : Griffith University, 2000

"Experimental Study of the Effect of the Switch to the Euro on the Intention to Buy Private Label Brand", With C. GASTON-BRETON. In : *Proceedings of the 29th EMAC Conference (CD-Rom)*. Rotterdam (Pays-Bas) : Erasmus University of Rotterdam, 2000

"Perception of a Price Increase According to its Expression in Francs or Euros". In : *Marketing and Competition in the Information Age-28th EMAC Conference*. Berlin (Allemagne) : Humboldt-Universität zu Berlin, 1999

"Modeling Reaction to a Pricing Scale: An Application to Requests for Charitable Donations". In : *ANZMAC98*. Dunedin (Nouvelle Zélande) : University of Otago, 1998

"Performance relative des réseaux statistiques à apprentissage : application à la relation prix-qualité dans l'automobile". In : *Cinquième Rencontre Internationale*. ACSEG. Louvain La Neuve (Belgique) 1998

"Asking for Less in Order to Obtain More. Is it Really that Simple?". In : *Frontiers in Direct Marketing Research*. San Francisco (Etats-Unis) : John Wiley and Sons, Inc., 1998

"Behavioral Consequences of the Coherence between Motivations and Distribution Channels : A fundraising Experiment.". In : *Workshop on the Management of non-profit Organisations*. Bruxelles (Belgique) : EIASM, 1997

"Estimating Shelf-Space Elasticity for Product Categories : a Preliminary Step to Hierarchical Space Allocation in Stores belonging to a Chain.", With V. RENAUDIN. In : *Marketing Progress Prospects Perspectives*. Warwick (Grande-Bretagne) : Warwick Business School, 1997

"Rupture de la relation commerciale et comportement d'achat", With S. MACE. In : *Troisième Rencontre Internationale / Approches Connexionnistes en Sciences Economiques de Gestion ACSEG*. Nantes (France) : Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, 1996

"The Modelling and Assessment of Store Loyalty Performance with a Simple-effect Gravitational Model", With P. VOLLE. In : *Marketing for an Expanding Europe - Proceedings of the 25th EMAC Conference*. Budapest (Hongrie) : Budapest University of Economic Sciences, 1996

"Apport des réseaux de neurones pour le scoring en marketing direct". In : *Approches Neuronales en Sciences Economiques et de Gestion - 2e Rencontre Internationale*. Poitiers (France) 1995

"Promo-impact : un modèle de mesure des effets promotionnels sur données scanner au niveau du point de vente", With I. LE ROY. In : *Actes du 6e Congrès l'Association Française du Marketing*. La Baule (France) : IAE et ESC Nantes, 1990

Recension d'ouvrage

"Optimiser ses prix". *Manageris*, 2003,

Autres activités

▸ Activités scientifiques

Membre d'un comité de lecture

Recherche et Applications en Marketing, (2005), vol. 20
dm compact, (2005),

Décisions Marketing, (2004),

Recherche et Applications en Marketing, (2004), vol. 19

Décisions Marketing, (2003),

Recherche et Applications en Marketing, (2003), vol. 18

Décisions Marketing, (2002),

Recherche et Applications en Marketing, (2002), vol. 17

Recherche et Applications en Marketing, (2001), vol. 15

Recherche et Applications en Marketing, (2000), vol. 15

Recherche et Applications en Marketing, (1999), vol. 14

Recherche et Applications en Marketing, (1998), vol. 13

Recherche et Applications en Marketing, (1997), vol. 12

Recherche et Applications en Marketing, (1996), vol. 11

Recherche et Applications en Marketing, (1995), vol. 10

Recherche et Applications en Marketing, (1994), vol. 9

Recherche et Applications en Marketing, (1993), vol. 8

Communications présentées à des conférences

"Pourquoi le marketing sportif peut-il être utilisé pour le lancement de nouveaux produits ?", (with T. LARDINOIT, E. LE NAGARD-ASSAYAG). ASAC 2006, Canada, 03 juin 2006

"Asking for Less in Order to Obtain More. Is it Really that Simple? An Experimental Study on the Impact of the Level of Appeal", DMEF Educators' Conference, USA, 11 oct. 1998

"Giving or Buying : is There any Substitution Effect in Fund-Raising ?", DAM-DMEF, États-Unis, 05 oct. 1997

"BERTENGUT : A Multimedia Case", (with N. MOTTIS). International Teachers Programme, Grande-Bretagne, 09 juil. 1996

"Challenges and Pitfalls for Direct Mail across Borders : The European Example", (with D. XARDEL). DMA - DMEF Direct Marketing Association, USA, 01 oct. 1995

"Fréquentation des points de vente : analyse descriptive préliminaire", (with P. VOLLE). Journée Régionale de Recherche, France, 13 oct. 1994

"The Catalog Merchandising and Life Cycles of Books", (with D. XARDEL). DMA-DMEF Annual Conference, USA, 01 oct. 1994

"Catalog Space Allocation at the Department Level", Direct Marketing Educational Conference, USA, 25 oct. 1992

"Normative Segmentation and Customer Classes in Fund Raising", Direct Marketing Educator's Conference, USA, 01 nov. 1991

"A Multi-stage Methodology for the Estimation of Price Promotion Elasticities by Regression Method on Scanner Data with a Reduced Bias", ORSA/TIMS Special Interest Conference on New Frontiers in Scanner Research, USA, 17 janv. 1991

"Estimation de la relation surface-vente pour la vente par catalogue", Congrès Marketing et Econométrie.", France, 27 avr. 1990

Desmet P. et Le Nagard E., 2005, "Price matching guarantee: effects of offering discrepancy discounts", Annual congress EMAC, Milan (Italy)

Desmet P., 2004, "Effect of price matching guarantee on attitude toward the store: the moderating effect of price search", Fordham Pricing Conference, New York (USA)

Desmet P., 2004, "Negative effect of the promotion signal on reference price", Annual congress EMAC, Murcia (Spain)

Desmet P., 2003, Réseaux de neurones et Marketing, Conférence invitée, Rencontres internationales ACSEG, Nantes

Desmet P., 2003, Mesures d'audience sur Internet: à la croisée des chemins entre approche publicitaire et marketing direct (avec de Pechpeyrou P. et A. Goudey), Journée de recherche sur le e-marketing, Nantes.

Desmet P., 2003, Effet signal d'une promotion sur l'acceptation/rejet d'un achat, Tendances du Marketing, Venise (Italy)

Desmet P., 2000, "Analyse des paniers d'achat avec les cartes de Kohonen", Ed. M. Cottrell, Rencontres Internationales ACSEG, Paris, France, 14-15 décembre.

Desmet P., 2000, "Relative performance of the Statistical Learning Network: An application of the price-quality relationship in the automobile", Annual ANZMAC conference, Gold Coast (Australia).

Desmet P. and Gaston-Breton C., 2000, "Experimental study of the effect of the switch to the euro on the intention to buy a private label brand", Proceedings of the 29th Annual EMAC Conference, Rotterdam (Netherlands).

Desmet P., 1999, "Colinéarité et Prix hédoniques : comparaison de solutions statistiques et neuronale", Rencontres Internationales ACSEG, Reus, Espagne, 10 décembre.

Desmet P., 1999, "Perceived Effects of Psychological Price Thresholds according to the Monetary Unit", Annual ANZMAC Congress, Sydney, Australia.

Desmet P. and Zollinger M., 1998, "Le temps, composante de la valeur et du prix", XIVèmes Journées Nationales des IAE, Nantes, 28-29 avril.

Desmet P. and Gaston-Breton C., 1998, "Perception of a Price Increase According to its Expression in Francs or Euros", Proceedings of the 27th annual EMAC conference, Berlin (Germany).

Desmet P., 1998, "Modeling Reaction to Requests for Charitable Donations", Annual ANZMAC Congress, Dunedin, New Zealand.

Desmet P., 1997, "Behavioral Consequences of the Coherence between Motivation and Distribution Channels: a Fundraising Experiment", Proceedings of the Workshop on Management of Non-Profit Organizations,

EIASM, Bruxelles.

Desmet P. et Macé S., 1996, "Rupture de la relation commerciale et comportement d'achat : une application des réseaux neuronaux", Colloque Connectionism Approaches in Management, Nantes.

Desmet P. and Mottis N., 1996, "Teaching Project: Bertengut Multi-Media Case", International Teaching Programme, London Business School, London, July.

Desmet P. and Renaudin V., 1996, "Estimating Shelf-Space Elasticity for Product Categories", Channel Productivity: Efficiency in Retailing & Merchandising, A. Bultez et L. Parsons Ed., FUCAM, 4-6 October.

Desmet P., 1996, "The Modelling and Appraisal of Store Loyalty with a Simple-Effect Gravitational Model", Proceedings of the 25th Annual EMAC Conference, Budapest (avec P. Volle).

Desmet P., 1995, "Apport des réseaux de neurones pour le scoring en marketing direct", Colloque international de l'ANSEG, Poitiers, octobre.

▾ Affiliations et activités académiques

Vice-Président de l'AFM, Chargé de la Recherche (04-06)

Vice-Président de l'AFM, Directeur des Publications (RAM - DM)

Organisateur du Colloque Doctoral de l'AFM

Membre du jury du Prix de thèse FNEGE (2002)

Membre de l'AFM

▾ Conseil

Membre du Comité de Lecture, Recherche et Applications en Marketing.

Membre du Comité éditorial, Décision Marketing.

Reviewer for AFM, EMAC, ANZMAC

▾ Expérience professionnelle

Professeur à l'Université de Paris - Dauphine, 1996 - present.

Directeur, <http://www.mastermarketingdauphine.com>

Professeur à l'Université du Maine-Le Mans, 1993-1995.

Visiting Researcher, Monash University, Australia

Visiting Scholar, Duke University, NC, USA.

Chercheur-consultant, CRESGE, 1977-1985.