

UNIVERSITE PAUL CEZANNE AIX MARSEILLE III
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES

Gabrielle Pinchaud, doctorante
Jean-Louis Chandon, Professeur
CERGAM, Université Paul Cézanne Aix Marseille

La confiance modère t-elle de manière identique la relation entre la qualité de service et la satisfaction ainsi que la relation entre qualité de service et fidélité comportementale ?

Résumé

Dans les services, la satisfaction et la fidélité de la clientèle sont des points particulièrement sensibles. Dans la téléphonie mobile, un mot a même été créé pour exprimer le pourcentage de perte de clients (taux de churn). Cette recherche explore, de la manière la plus fine possible, le lien entre la qualité des éléments de service et la satisfaction d'une part et la fidélité comportementale d'autre part, en supposant que ces relations puissent être modérées de façon différentielle par le degré de confiance vis-à-vis du fournisseur.

L'objectif de cette communication est d'appréhender le rôle modérateur de la confiance dans les relations directes et indirectes entre la qualité de service, la satisfaction et la fidélité comportementale. La confiance, joue t-elle ou non un rôle modérateur entre les trois variables précédemment citées ? Si ce rôle modérateur est avéré, est-il identique pour la satisfaction et pour la fidélité comportementale ? Après une revue de la littérature sur le rôle de la confiance dans l'évaluation des services, nous examinons les hypothèses de modération au moyen d'un modèle d'équations structurelles sur des données réelles d'un opérateur téléphonique permettant un suivi des clients à six mois d'intervalle.