

REVUE MAROCAINE DE RECHERCHE EN MANAGEMENT ET MARKETING

**Volume 1, Numéro 18,
Janvier-Juin 2018**

**GESTION DE LA RELATION-
CLIENT A L'ÈRE DES RÉSEAUX ET
MÉDIAS SOCIAUX**

**REVUE MAROCAINE DE RECHERCHE EN
MANAGEMENT ET MARKETING
Volume 1, Numéro 18, Janvier-Juin 2018**

- Directeur et responsable de publication :

Abdellatif CHAKOR

Docteur en marketing et management stratégique, Professeur de l'Enseignement Supérieur à la Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales-Souissi, Université Mohammed V de Rabat

Dépôt légal : 2008 PE 0106

Dossier de presse : 10/2008

ISSN : 2028 – 5175

e-ISSN : 2458 – 665X

- Administration et Rédaction :

B.P. 6666, MADINAT AL IRFANE, 10101, SOUISSI, RABAT

Fixe : 0537 77 15 29 - Fax : 0537 67 17 51 - GSM : 0661 13 49 13

Adresses E-mail :

a.chakor@um5s.net.ma

abdellatif.chakor@um5s.net.ma

chakor70@yahoo.fr

chakor70@gmail.com

Site Web :

<http://revues.imist.ma/?journal=REMAREM> Ou www.remarem.ac.ma

- Abonnement : Tarif annuel (2 numéros)

	Tarif au Maroc	Tarif à l'étranger
Institutions	400 dh	600 dh
Enseignants chercheurs	350 dh	500 dh
Étudiants et doctorants	250 dh	400 dh
Abonnement de soutien	Nom limité	

Prix de vente à l'étranger : 15 Euros (France, Italie, Espagne, Suisse, Tunisie, Algérie ...)

- Impression :

Editions SOLPRINT Imprimerie SARL, Conception-CTP-Impression-Finition

Adresse : Lot N° 84, Zone 12, Z.I. Ain Chkef - Fès – Maroc

Téléphone : +212 5 35 61 29 52 - **Fax :** +212 5 35 61 29 52

NB. Les articles publiés par la REMAREM n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs

Comité scientifique et de lecture de la REMAREM

Membres des comités	Qualité	Etablissement d'appartenance
DESMET PIERRE	Professeur des universités	Université Paris-Dauphine
DUPUIS MARC	Professeur émérite	ESCP EUROPE
LEMOINE JEAN FRANÇOIS	Professeur des universités	Université Paris 1 Panthéon Sorbonne - ESSCA Ecole de Management
DECAUDIN JEAN-MARC	Professeur des universités	Institut d'Administration des Entreprises, Toulouse
ALIOUAT BOUALEM	Professeur des universités	Université de Nice Sophia Antipolis
JALLAIS JOËL	Professeur des universités	Université de RENNES1
CHERIET FOUED	Maître de Conférences	Montpellier SupAgro, UMR 1110 MOISA
SIDMOU MOHAMED LARBI	Professeur de l'enseignement supérieur	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, Université Cadi AYYAD, Marrakech
TOUZANI MOURAD	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	NEOMA Business School
DEKHILI SIHEM	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	EM Strasbourg - Université de Strasbourg-
ACHABOU MOHAMED AKLI	Professeur de l'enseignement supérieur	IPAG Business School, Paris
PAILLER DANIELLE	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Université de Nantes
TRIKI ABDELFAHATTAH	Professeur des universités	Institut Supérieur de Gestion de Tunis, Université de Tunis
BAHOUSSA ABDELAZIZ	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Ecole Supérieure de Technologie de Salé, Université Mohammed V de Rabat
BENRACHED-SAIED KAOUTHER	Professeur des universités	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Tunis
HAMADI CHAKIB	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Ecole Nationale de Commerce et Gestion, Marrakech
ATTOUCH HICHAM	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales-Souissi, Université Mohammed V de Rabat
MAKLOUL YOUSSEF	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Ecole Nationale de Commerce et Gestion, Marrakech

ASSADI DJAMCHID	Professeur de l'enseignement supérieur	Groupe ESC Dijon Bourgogne
ZIADI JAMELEDDINE	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion de Sfax
ABDERRAZAK GHARBI	Professeur des universités	Faculté des Sciences Economiques et de Gestion, Tunis
FRIKHA AZZA	Professeur des universités	Ecole Supérieure de Commerce de Tunis
LEBZAR BOUCHRA	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Ecole Nationale de Commerce et Gestion, Marrakech
KHALBOUS SLIM	Professeur des universités	Institut des Hautes Etudes Commerciale de Carthage
ABDELLAH HOUSSAINI	Professeur de l'enseignement supérieur	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales, Kenitra
RIM JALLOULI	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Ecole Supérieure d'Économie Numérique, Université de Manouba
BOUJENA OTHMAN	Professeur Associé	NEOMA Business School
BOUCHRA BENNANI	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de AIN SEBAA, Casablanca
AZDIMOUSSA HASSAN	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Ecole Nationale de Commerce et Gestion, Kenitra
AZOUAOU HASSAN	Professeur habilité à diriger les travaux de recherche	Faculté des Sciences Juridiques, Economiques et Sociales de Kenitra

SOMMAIRE

EDITORIAL.....	VII
ETUDE DE L'IMPACT DE L'INNOVATION SUR LA FORMATION EN CONTEXTE PME: CAS DES ENTREPRISES DE LA RÉGION DE MARRAKECH BRAHIM TIGUIN, HOSNA HOSSARI	1
LES FACTEURS DÉTERMINANTS DE L'INTENTION D'ACHAT EN LIGNE EN TUNISIE FAOUZIA SAHLI, SONIA ABDELLAOUI, ELYES SMIDA	24
NOUVELLES PRATIQUES ORGANISATIONNELLES POUR L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL : LE CAS DU COWORKING MUSTPHA BACHIRI	45
L'INFLUENCE DE L'ENGAGEMENT ORGANISATIONNEL SUR LA RÉTENTION DES EMPLOYÉS : L'EFFET MODÉRATEUR DE LA CONGRUENCE DES VALEURS INDIVIDUELLES ET ORGANISATIONNELLES SINDA BEN SEDRINE DOGHRI	57
THE IMPACT OF THE PERCEPTION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON CONSUMER LOYALTY : AN EXPLORATORY STUDY NOURA HALHAL, ABDELLAH HOUSSAINI.....	78
LA GESTION DE LA RELATION CLIENT À L'ÈRE DES MÉDIAS SOCIAUX: CAS DES ENTREPRISES MAROCAINES MUSTAPHA EL KORAICHI.....	97
LA CONTRIBUTION DES ÉLÉMENTS DE L'ENVIRONNEMENT PHYSIQUE A LA SATISFACTION EXPONENTIELLE DANS LES SERVICES : CAS DES HÔTELS CLUBS D'AGADIR LAHOUCINE ABOUDRAR, MOHAMED ADRDOUR, AZIZ EL OUARDI	115
UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES AU NIGER: QUELLES VALEURS AJOUTÉES POUR LES PETITES ENTREPRISES? MOCTAR NABA BOUKARI, MOUSTAPHA MIJITABA MAMAN	135
LES SUKUK : FONDEMENTS, ETATS DES LIEUX ET PERSPECTIVES FATIMA EL MORABIT, FATIMA ZAHRA ACHOUR, MOHAMED BOUSSETTA .	154
IMPACTS DE L'INFORMATISATION DES SERVICES FINANCIERS UNIVERSITAIRES SUR LA GOUVERNANCE DES DENIERS PUBLICS : CAS DE L'UNIVERSITE MOULAY ISMAIL MEKNES KHALID LALI, ABDELLATIF CHAKOR, YOUSEF FARHAOUI	177
LA GESTION DU RISQUE PÉNAL DANS L'ENTREPRISE LOUBNA EL OUAZZANI CHAHDI	196
LE CLIENT PATIENT DES STRUCTURES HOSPITALIERES PRIVEES EST-IL ROI ? CHRISTIANE NGA NKOUMA TSANGA ROSALIE	213

PEUT-ON REUSSIR L'IMPLANTATION D'UNE BANQUE ISLAMIQUE AU MAROC ? UNE ENQUÊTE NATIONALE SUR LES ATTENTES DE L'OPINION PUBLIQUE LOTFI BOULAHIR	233
IMPACT DES CARACTERISTIQUES INDIVIDUELLES D'UN CYBERCONSOMMATEUR ET DE LA CONFIANCE SUR L'INTENTION D'ACHAT EN LIGNE : UNE ETUDE QUANTITATIVE ISSUE DU CONTEXTE NORD AFRICAINE KAOUTHER JRIDI, AMEL CHAABOUNI, FATMA BAKINI, EMNA ADOUANI ...	254
MESURER L'ACHAT IMPULSIF DES PRODUITS ALIMENTAIRES : UTILISATION DE LA MODÉLISATION D'EQUATIONS STRUCTURELLES AMEL GRAA, FATIHA HOUARI	274
L'IMPACT DES PRODUITS DE LA RESTAURATION RAPIDE SUR LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR MAROCAIN ISMAIL BOUSHABA, MOUNA HILMI	292

EDITORIAL

La Revue Marocaine de Recherche en Management et marketing est une revue à caractère managérial, dont la vocation est à la fois marocaine, africaine et internationale. Elle vise la publication d'articles originaux, qui se situent dans le champ de la recherche théorique ou empirique et qui ont pour objectif de faire avancer les connaissances en matière des sciences de gestion. Elle est destinée particulièrement aux professionnels du marketing et management désireux de s'informer des toutes dernières méthodes et de prendre du recul par rapport aux pratiques.

Les articles publiés traitent des concepts et des méthodes utiles à la prise de décision marketing et managérial, ainsi que des problématiques et des stratégies qui y sont rattachées (innovation, communication, internationalisation, distribution...). Les articles permettent également de faire connaître des pratiques émergentes (marketing de l'expérience, commerce électronique, gestion des marchés d'occasion, marketing sensoriel...). La revue accueille volontiers des articles avec des points de vue théoriques et stratégiques originaux ou qui analysent de façon critique les concepts, les méthodes et les pratiques.

Son objectif est de permettre aux praticiens et aux chercheurs de communiquer, d'échanger et de soumettre à la critique leurs réflexions et leurs recherches sur l'entreprise et les disciplines de gestion, mais aussi de s'adresser à un large public de gestionnaires désireux de se tenir au courant de l'évolution des sciences et des techniques de gestion.

Pour la **Revue Marocaine de Recherche en Management et marketing**, le management concerne tous les secteurs d'activité, de l'économie et du monde, aussi bien le privé que le public, les grandes que les petites entreprises, le secteur marchand ou le secteur de l'économie sociale, les organisations des pays développés ou des pays en développement. Plus encore, ce raisonnement managérial s'applique aussi bien aux disciplines directement économiques qu'aux aspects humains de l'entreprise.

Première revue marocaine dans le domaine des études et de la stratégie marketing et management, la **Revue Marocaine de Recherche en Management et marketing**, diffusera au Maroc et à l'étranger à raison de deux numéros par an.

La revue contient à la fois les conclusions des praticiens et les résultats de travaux de recherche ou d'enseignants.

On y trouve :

- Des articles présentant des résultats de recherche et leurs implications théoriques et pratiques.
- Des articles présentant des expériences ou des cas concernant des entreprises ou des marchés, rattachés à un cadre conceptuel de référence et conduisant à des applications de portée générale.
- Des articles de réflexion et de synthèse sur un problème donné, s'appuyant sur des concepts connus et des exemples concrets.
- Des articles de synthèse bibliographiques pouvant servir de référence aux chercheurs, enseignants, doctorants et managers.
- Des articles courts de réflexion ou d'opinion pour nourrir un débat ou formuler des propositions.

Les articles publiés sont inédits et d'une grande qualité scientifique. Ils sont sélectionnés après une évaluation anonyme et rigoureuse effectuée par deux rapporteurs membres du comité de lecture désignés en fonction de leur domaine de spécialité et la langue dans laquelle l'article est rédigé : français ou anglais.

La composition des comités scientifique et de lecture est représentative d'une grande variété de choix méthodologiques, de paradigmes, de thématiques de recherche et d'établissements universitaires et de grandes écoles, tant marocains qu'internationaux. Cette rigueur a pour objectif de faire de la **Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing** une tribune scientifique reconnue, dont la politique éditoriale privilégiera la **diversité**, la **tolérance** et la **rigueur scientifique**.

Les champs disciplinaires abordés touchent le management stratégique, la gestion commerciale, marketing et comportement de l'utilisateur, la gestion et théorie financières et comptables, des systèmes d'information, juridique et fiscale, des personnels, des ressources humaines et des relations professionnelles, les méthodes et techniques quantitatives appliquées à la gestion, l'approche globale de l'entreprise, les affaires internationales, le système industriel, les organisations de service public, la théorie de l'entreprise et la méthodologie et épistémologie.

Ce nouveau numéro de la **REMAREM**, qui a pour thème central « **Gestion de la relation-client à l'ère des réseaux et médias sociaux** » propose un certain nombre d'études et de réflexions et ce, à travers des articles qui approchent les principales problématiques suivantes :

- Les facteurs déterminants de l'intention d'achat en ligne
- L'utilisation des réseaux sociaux numériques
- L'impact des caractéristiques d'un cyberconsommateur sur l'intention d'achat en ligne
- l'impact des produits de la restauration rapide sur le comportement du consommateur marocain

Abdellatif CHAKOR, Fondateur de la REMAREM et Directeur de Publication