

**DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE LILLE****NOM/PRENOM DU CANDIDAT : DEBAERE / STEVEN**

Ecole doctorale : Ecole Doctorale SESAM  
Laboratoire : LEM  
Discipline : Science économique  
Si cotutelle, établissement partenaire :

**JURY :**

- Directeur(s) de thèse : Dr. Kristof COUSSEMENT
- Rapporteurs : Dr. Annouk LIEVENS et Dr. Wouter VERBEKE
- Examineurs : Dr. Dominique CRIÉ

**SOUTENANCE: IESEG School of Management, 17/5/2018 à 16h****TITRE DE LA THESE :**

Gestion proactive de la participation inférieure des membres dans les communautés innovantes

**RESUME :**

Aujourd'hui, des entreprises reconnaissent de plus en plus les avantages des communautés d'innovation en ligne (IC) pour injecter des connaissances externes dans des procédures d'innovation. Malgré les avantages des ICs, garantir la viabilité pose deux défis importants. Premièrement, les ICs sont des environnements de données volumineux qui peuvent rapidement submerger les gestionnaires de communauté lorsque les membres communiquent par messages, créant ainsi des données substantielles (volumiques), rapidement extensibles (vélocité) et non structurées pouvant contenir des combinaisons linguistiques, vidéo, image et audio (variété). Deuxièmement, la plupart des communautés en ligne ne parviennent pas à générer de bons résultats car elles sont souvent incapables de tirer de la valeur des membres individuels de l'IC en raison de la participation inférieure des membres. Cette thèse doctorale s'appuie sur des stratégies de gestion de la relation client pour relever ces défis et ajoute de la valeur en introduisant un cadre proactif de gestion de la participation inférieure des membres pour réduire de manière proactive la participation inférieure des membres tout en gérant efficacement l'environnement IC. Cela prouve que la participation inférieure des membres peut être identifiée de manière proactive en analysant le style d'écriture des acteurs de la communauté. Il montre que les dépendances entre les comportements de participation des membres peuvent être exploitées pour améliorer les performances de prédiction. À l'aide d'une expérience sur le terrain, il démontre qu'une campagne d'email ciblée proactive permet de réduire efficacement la participation inférieure des membres.

**DOCTORAT DE L'UNIVERSITE DE LILLE****NAME/SURNAME OF THE CANDIDATE:** DEBAERE STEVEN

Doctoral School : Ecole Doctoral SESAM

Laboratory : LEM

Discipline : Science économique

In case of co-tutorial thesis, provide the partner institution :

**THESIS COMMITTEE :**

- Thesis supervisor(s) : Dr. Kristof COUSSEMENT
- Referees : Dr. Annouk LIEVENS et Dr. Wouter VERBEKE
- Examiners : Dr. Dominique CRIÉ

**DEFENSE: IESEG School of Management, 17/5/2018 at 16h****TITLE OF THE THESIS :**

Proactive inferior member participation management in innovation communities

**ABSTRACT :**

Nowadays, companies increasingly recognize the benefits of innovation communities (ICs) to inject external consumer knowledge into innovation processes. Despite the advantages of ICs, guaranteeing the viability poses two important challenges. First, ICs are big data environments that can quickly overwhelm community managers as members communicate through posts, thereby creating substantial (volume), rapidly expanding (velocity), and unstructured data that might encompass combinations of linguistic, video, image, and audio cues (variety). Second, most online communities fail to generate successful outcomes as they are often unable to derive value from individual IC members owing to members' inferior participation. This doctoral dissertation leverages customer relationship management strategies to tackle these challenges and adds value by introducing a proactive inferior member participation management framework for community managers to proactively reduce inferior member participation, while effectively dealing with the data-rich IC environment. It proves that inferior member participation can be identified proactively by analyzing community actors' writing style. It shows that dependencies between members' participation behaviour can be exploited to improve prediction performance. Using a field experiment, it demonstrates that a proactive targeted email campaign allows to effectively reduce inferior member participation.