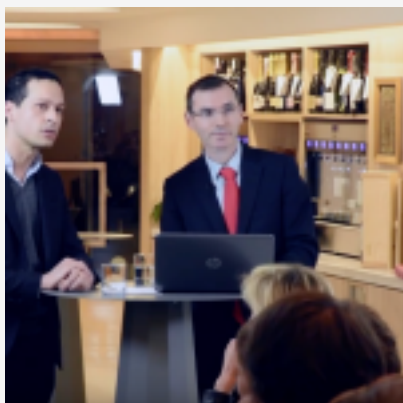




Stratégies d'influence : quels impacts pour nos entreprises ?



Si le marketing, la communication ou les ressources humaines sont des outils de management clairement identifiés par les organisations, « l'influence » elle, est rarement vue comme telle. Mal perçue en France, l'influence tout comme le lobbying ou les relations publiques, sont des « outils » mieux utilisés dans les pays Anglo-saxons. Comment se construit une stratégie d'influence ? Quels résultats en attendre ? Romain Zerbib aborde ce sujet avec beaucoup de pédagogie et en évitant tout aspect polémique ...

Réponse en image ...

Pour répondre à ces questions, nous avons reçu mercredi 27 janvier, lors de la première soirée ActuEntreprise,

Romain Zerbib, Docteur en sciences de gestion. Romain ZERBIB est enseignant-chercheur en management stratégique au sein du LARA/ICD.



Invitée : Romain Zerbib, enseignant-chercheur en management stratégique

Animateur Stratégie et Intelligence économique : Jérôme Bondu, Dirigeant d'Inter-Ligere

Production : Franck Herbault & Bernard Berge (Yodise TV)

Réalisation : Bernard Berge (Yodise TV)

Rédaction : Franck Herbault

Animateur Expert de cette soirée : Jérôme Bondu, animateur de l'émission Stratégie et intelligence économique sur ActuEntreprise.

Jérôme est par ailleurs fondateur du cabinet de conseil en intelligence économique Inter-Ligere.fr. Précédemment il a dirigé l'Institut Français d'Intelligence

Economique, et a été responsable marketing-communication chez un éditeur de solution de veille. Il est ancien auditeur de la session IE de l'IHEDN (Institut des Hautes Etudes de Défense Nationale), préside le Club IES (IAE de Paris Alumni) au sein duquel il a organisé depuis 15 ans plus de 120 conférences, et est auteur du livre "Voyage aux pays des réseaux humains". Il est titulaire d'une triple formation (DEA d'histoire contemporaine, DESS de Gestion à l'IAE de Lille, Mastère en intelligence économique à l'ESIEE).



Présentation de l'invité : Romain Zerbib est Docteur en sciences de gestion. Il est enseignant-chercheur en management stratégique au sein du LARA/ICD (groupe IGS), et expert en intelligence économique, en stratégies d'influence, co-auteur de « INFLUENTIA » l'ouvrage référence concernant ces thématiques aux éditions Lavauzelle.