

# L'INTERVENANT en MARKETING, STRATEGIE COMMERCIALE et COMMUNICATION

## Jacques Robert MOULINET

**Professeur HEC, Département Marketing**



### **CENTRES D'INTÉRÊT**

Accompagnement stratégique de Directions Générales, en particulier pour s'assurer de l'alignement managérial des unités opérationnelles.

Validation des décisions de marketing stratégique et adéquation en termes d'organisation et d'action marketing.

Transformation des organisations, et renforcement des performances commerciales.

### **PRINCIPALES REFERENCES**

#### **Formation**

Responsable conception et coordination de programmes HEC en Stratégie Marketing, Développement Commercial et Communication. Animation de séminaires dans les principaux programmes d'HEC Exécutive Education, réalisation de conférences à la 'Grande Ecole' et interventions dans le MBA .

Réflexions sur la performance managériale : montage de séminaires majeurs centrés sur le marketing management, à l'intention de groupes de premiers plans (Microsoft Marketing Academy, SanofiAventis, Colas, BMW France).

#### **Interventions en entreprise**

Intervention, conseil et accompagnement auprès de Dirigeants (ou de Comités Exécutifs) d'entreprises « globales » d'origine française et européenne, leaders sur leurs marchés.

Accompagnement de PME ayant de forts enjeux de développement, liés à la question de la « Création de Valeur pour leurs clients ».

#### **Ouvrage**

« Formation au management et intégration des étudiants à l'entreprise », éditions CNOF.

### **FORMATION**

MBA - Kellogg Graduate School of Management (Chicago)

Lauréat de la FNEGE - Fondation Nationale pour l'Enseignement de la Gestion des Entreprises

**Langues** : anglais, espagnol

### **ACTIVITES**

Président Fondateur de STRATEX Associés, cabinet créé il y a une douzaine d'année.

Fondateur Associé DE L'ESTREE ASSOCIES créé il y a près de 25 ans.

Formateur-intervenant, depuis 30 ans, dans la formation professionnelle destinée aux dirigeants et cadres supérieurs, en Marketing et Stratégie Commerciale

Pionnier de la méthode dite de la « Formation-Action » appliquée avec succès et efficacité auprès de grands groupes en particulier dans la distribution, et les organisations en réseau.