

Sylvie Lacoste, ESCP EUROPE,

Doctorat, HDR.

sylvie.lacoste@profecogest.com

06 66 25 15 41

Région bordelaise

<https://www.linkedin.com/in/sylvie-lacoste-b656124/>

Profil

Diplômée de l'ESCP, j'ai d'abord eu une première carrière en entreprise dans des fonctions de direction dans le développement commercial à l'international, avec des gestions d'équipes de cadres internationaux – je suis devenue membre des CODIRs des 2 derniers groupes pour lesquels j'ai travaillé.

J'ai ensuite obtenu une agrégation d'économie-gestion puis un doctorat, puis une HDR* dans le cadre d'une deuxième carrière dans l'enseignement supérieur, où je suis reconnue pour mes enseignements et travaux de recherche sur la gestion de clients stratégiques et la **transformation digitale en BtoB**.

* *Habilitation à Diriger des Recherches*

ENSEIGNEMENT (Français/ Anglais)

Niveaux Bachelor/ Master & MSc / Executive Education

- Marketing BtoB
- Achats / Procurement
- Digital transformation in BtoB
- Commercial / Sales / Gestion des clients stratégique (Key Account Management).
- Leadership in customer-facing roles

<http://www.profecogest.fr/courses/>

FORMATION

- ⇒ Diplôme de l'ESCP Europe.
- ⇒ Agrégation d'économie et de gestion commerciale (2004).
- ⇒ Doctorat en sciences de gestion (2010 - Université de La Sorbonne Paris I et HEC)
- ⇒ *Habilitation à diriger des recherches (2017 - Université d'Aix-Marseille)

Publications professionnelles

Passer de commercial terrain à responsable grands compte : <https://www.actionco.fr/Thematique/pilotage-commercial-1215/Breves/Passer-commercial-terrain-responsable-grands-comptes-328444.htm>

Publication d'une chronique, « Faut-il utiliser les réseaux sociaux avec vos clients importants ? », sur le site de Harvard Business Review France : <http://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2016/03/10373-comment-utiliser-les-reseaux-sociaux-avec-vos-clients-importants/>



PARCOURS PROFESSIONNEL

Quest International (Intégré à Givaudan - Leader dans les parfums et arômes).

- Directeur Commercial Grand Compte Monde - « Global Key Account Director » - Membre du « Foods Europe Management Team » - 08/2000 à 11/2003

SCA PACKAGING (intégré à DS SMITH Packaging - Leader européen de l'emballage en carton ondulé).

- Directeur Développement Commercial FRANCE – Membre du comité de Direction - 11/1997 à 07/2000
- Responsable Grands Comptes Européens (siège européen en Belgique) - 01/1995 à 10/1997

PECHINEY

- Responsable Marketing - Département Filage, Bâtiment, Distribution - 04/1992 à 12/1993
- Chef de Marché Grande Exportation - Département Pêchiney Emballage Alimentaire – 01/1987 à 03/1992

Carrière académique

- En poste au sein du groupe Excelia – Professeur (full professor) & Directrice du pôle Marketing.
- Professeur invitée à HEC Lausanne (depuis 2012).
- Professeur à Kedge BS (2017 – 2020) - Coordinatrice de la Majeure digitalisation Kedge Global Executive MBA.
- Professeur associée à l'Ecole de Management Léonard de Vinci (2015 – 2017) – Responsable du groupe de recherche « Business ».
- Professeur associée à Neoma Business School (2011-2015).

PUBLICATIONS académiques (les plus récentes)

Lacoste S., Zidani K. & Marcos-Cueva J. (2022). Lateral collaboration and boundary-spanning from a global leadership perspective: the case of global account managers. *Journal of World Business*, 57(3), 101288.

Lacoste S, Ben Abdelaziz F. Youssef M. "Addressing how small suppliers cope with large customers: using the dual dimension of a product portfolio and customer buying center", *JBIM*, in press.

Johnsen, R. E., Lacoste, S., & Meehan, J. (2020). Hegemony in asymmetric customer-supplier relationships. *Industrial Marketing Management*, 87, 63-75.

Appio, F. P., & Lacoste, S. (2019). B2B relationship management in complex product systems (CoPS). *Industrial Marketing Management*, 79, 53-57.

Lacoste, S. (2018). From selling to managing strategic customers-a competency analysis. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 38(1), 92-122.

Lacoste, S. (2016). Perspectives on social media and its use by key account managers. *Industrial Marketing Management*, 54, 33-43.

Lacoste, S. (2016). Sustainable value co-creation in business networks. *Industrial Marketing Management*, 52, 151-162.

Lien vers publications académiques : <https://orcid.org/0000-0002-9313-7721>