

Mme/M.Kaabachi Souheila

PERSONAL DETAILS



Status: Professor of ...Marketing
Appointment: Full time
Origin: French
Year joined: 2006.....
Phone: +33 (0)...610949837.....
Email: Souheilakaabachi.....@.ebs-paris.com.....

RESEARCH INTERESTS

Experiential Marketing, Relationships Marketing, Food Retailing Strategy, Senior Marketing, consumer behavior, bank marketing

.....
.....

TEACHING (EBS)¹

.....
Courses in Strategic Marketing and experiential Marketing at graduate level
Courses in Marketing at undergraduate level

.....
.....
.....

AFFILIATIONS AND MEMBERSHIPS

.....
.....

REVIEW ACTIVITIES (selection)

.....

ACADEMIC EXPERIENCE

Since 2006 Professor of Marketing , European Business School Paris

¹ Specify the year (1 – 2 – 3 – 4 – 5)

2005-2006 Professor of Corporate Communication, Ecole supérieure de commerce et de Marketing (ISTEC)
Professor of Statistics, European School of Advanced Management (ESAM)
Professor of Strategic Marketing, INSEEC PARIS
2002-2004 Research and Academic Assistant University of Paris I, La Sorbonne.
2002-2005 PhD Student, University of Paris I, La Sorbonne.

PROFESSIONAL EXPERIENCE

Since (Year) :

.....

EDUCATION AND QUALIFICATIONS²

2005 Doctorate, (PhD) of University of Paris I, La Sorbonne
1999 Master's Degree in University of Paris I, La Sorbonne

ADDITIONAL

Languages

Fluent in French and Arabic.
Everyday Competence in English.

.....
.....

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Articles in scientific journals (blind peer review)

Kaabachi, S. and Obeid, H. (2016 forthcoming) "Determinants of Islamic banking adoption in Tunisia: Empirical analysis Bank-Insurance", *International Journal of Bank Marketing*, vol.34, issue7.

Kaabachi, S. (2014) and Obeid, H., (2014), "La banque islamique en Tunisie: freins, motivations et attentes de la clientèle bancaire" *Banque & Stratégie*, 323, pp.41-50.

Kaabachi, S (2015) les facteurs d'adoption des services bancaires islamiques en Tunisie", **Management et Sciences Sociales**, n°17, juillet-décembre 2015 (revue émergente dans le classement fnége .

Kaabachi S.(2015), L'influence des caractéristiques perçues des services bancaires islamiques sur leur adoption par la clientèle bancaire Tunisienne, *Cahiers de la finance Islamique*, , les Cahiers de la Finance Islamique, N°8.

Kaabachi, S.(2015), Le comportement du consommateur envers les banques islamiques : une méta-analyse des perceptions, des attitudes et des critères de choix des individus, *les Cahiers de la Finance Islamique*, N°8.

Kaabachi, S.(2015), Les facteurs d'adoption des services bancaires islamiques en Tunisie, *Management et Sciences Sociales*, N°17.

Gallouj, C./Nekka, H./Kaabachi, S./Alliouat, B. (2013) Les pratiques de GRH entre convergence et spécificité : Une analyse à partir du cas des prestataires privés de l'emploi au Maroc. *Business Management Review*, 2 (2), 78-95.

² Equivalence : DESS/DEA = Master

- Kaabachi, S. (2012) Marketing participatif et intégration du consommateur dans le processus d'innovation des enseignes. *Marché et organisation*, (15), special issue "Management de la distribution", 49-66.
- Gallouj, G./Kaabachi, S. (2011) La Place des Services Aux Entreprises Dans Les Politiques D'Aménagement Et De Développement Regional: Typologies, Interrogations Et Contradictions. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, (2), 389-409.
- Gallouj, G./Kaabachi, S. (2011) Pourquoi la consommation de services à la personne ne se développe-t-elle pas (autant qu'elle le devrait) ? *Économies et Sociétés*, no. 12/3, 535-559.
- Gallouj, G./Kaabachi, S./Laïb; N. (2010) Seniors, Commerce et Distributions: Une revue de la Littérature. *Gérontologie et Société*, (135), 55-82.
- Kaabachi, S. (2010) Entrepreneuriat Et Création D'Entreprise Dans Les Services Aux Personnes Agées. Le Cas de Pro-Senior. Entretien avec Fabrice Viguier. *Gérontologie et Société*, (135), 341-353.
- Abidi-Barthe, A./Kaabachi, S. (2010) La co-crédation d'expériences de consommation par le Web2.0. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15 (2). 1-18.
- Kaabachi, S./Wald, A. (2014) Das Carsharingmodel Autolib' als Wegbereiter der E-Mobilität in hochverdichteten Agglomerationszonen. *Zeitschrift für die gesamte Wertschöpfungskette Automobilwirtschaft*, 17 (2), 22-25.
- Kaabachi, S./Obeid, H. (2014) La Banque Islamique en Tunisie: Freins, Motivations et Attentes de la clientèle bancaire. *Banque & Stratégie*, (323), 41-50.
- Kaabachi, S. (2012) Construire sa stratégie sensorielle. *Marketing-Professionnel.fr*, (12), <http://www.marketing-professionnel.fr/tribune-libre/construire-strategie-marketing-sensoriel-201212.html>.
- Kaabachi, S. (2012) Quel avenir pour le supermarché virtuel en France ? In: *Cercle Les Echos*. Online : <http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/services/distribution/221158435/quel-avenir-supermarche-virtuel-france?>
- Kaabachi, S. (2012) Halte à la nouvelle révolution commerciale. In: *Le Cercle Les Echos*. Online : <http://lecercle.lesechos.fr/entreprises-marches/services/distribution/221145200/halte-a-nouvelle-revolution-commerciale>
- Kaabachi, S. (2012) La grande distribution à l'ère du consommateur collaboratif : entre révolution et précaution. In: *Le Cercle Les Echos*. Online : <http://lecercle.lesechos.fr/entrepreneur/marketing-communication/221144402/>
- (Kaabachi, S. (2012) Facebook, un ami qui vous veut du bien : mythe ou réalité pour les acteurs de la grande distribution alimentaire? In: *Journal du Net*. Online: <http://www.journaldunet.com/expert/>

Books and edited volumes

- Kaabachi, S. (2014) La confiance des clients à l'égard de la grande distribution: Réalité ou fiction ? Presses Académiques Francophones: Sarrebruck.
- Kaabachi, S./ Vigliano, M. H. (2011) Le marché de la santé et la place des usagers". Brignon , J./Gallouj, C. (eds) Précis de santé publique et d'économie de la santé. Paris: Editions Lamarre, 209-215.
- Kaabachi, S. (2014) Autolib : vers une mobilité intelligente. Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP).
- (4) Kaabachi, S. (2012) Nesfluid : *Chronique d'un échec annoncé*. Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP).
- (3) Kaabachi, S. (2011) *La marque Michel et Augustin : une aventure à partager*. Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP).
- (2) Kaabachi, S. (2009) *Le lancement de la Twingo II par Renault*. Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP).
- (1) Kaabachi, S. (2009) *Le diagnostic stratégique de Renault*. Centrale de Cas et de Médias Pédagogiques (CCMP).

Working papers

- Kaabachie, S./Lombardot, E. (2013) Paroles de Philippe Moati, auteur de l'ouvrage "La révolution commerciale" livre à nos collègues Souheila Kaabachi, (European Business School Paris) et à Eric Lombardot (U.Paris 1).
- Kaabachi, S. (2006) A relational Approach of consumer Loyalty in Retailing context. L'ISTEC Paris.

Kaabachi,S. (2006) The antecedents and consequences of trust, EBS Paris.

Further publications (selection)

.....

Professional conferences

Obeid, H, and Kaabachi, S. (2016), « Les facteurs d'adoption des services bancaires islamiques en Tunisie » in "7th Global Islamic Marketing Conference "The best marketing conference in the world: Alternative Marketing""Casablanca 4-6 May 2016. (accepted)

Obeid, H, and Kaabachi, S. (Jan 2016) "Empirical Investigation into Customer Adoption of Islamic Banking Services in Tunisia" in "the 15th International Marketing Trends Conference" Venise January, 21-23, 2016.

Kaabachi S. et Obeid H, (2015), La Finance islamique en Tunisie : Réalités et Perspectives, the 6th Global Islamic Marketing Conference, Istanbul.

Kaabachi, S./Obeid, H. (2013) Les banques islamiques en Tunisie. Colloque international Finance islamique : pratiques, défis et perspectives. L'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion d'Agadir, 30-31 octobre 2013, Agadir.

Kaabachi, S./Barthe-Abidi A. (2010) French New retail trends : A value creation strategy to a postmodern consumer. Paper presented at the 9th International Congress Marketing Trends 2010, Venice.

(Barthe-Abidi, A./Kaabachi, S (2009) Co-creating Experience through the Web 2.0 . Paper presented at *ICeP'09: International Conference on eCommerce, ePayment & Applications, Marrakech, Morocco, 2009.*

(6) Barthe-Abidi, A./Kaabachi, S (2009) Mass customization experience: a conceptual framework. Paper presented at the *8th International Congress Marketing Trends, 2009.*

Kaabachi, S. (2009) Strategic value in Retailing context. Paper Presented at *Research Seminar CREDOC.*

(Kaabachi, S. (2007) Relationship perceived value in Retailing Context. Paper presented at *2th IRIS Seminar, University of Lyon 3).*

Kaabachi, S. (2007) Consumer's trust in Grocery Shop: the moderating role of age relationship. Paper presented at *10th conference Etienne THIL, La Rochelle.*

(Kaabachi, S. (2007) A Relationship Marketing Chain Reviewed in Retailing Context. Paper presented at *International Congress AFM, Aix-les Bains.*

Kaabachi, S. (2006) A relational Approach of consumer Loyalty in Retailing context: *the essential role of Trust.* Paper presented at *4th International meeting of Tunisian Marketing Research, Tunisia.*

Media

.....