

Art De Lenchatement Comment Influencer Les C Rs Les Esprits

Ikigaï est un terme japonais qui peut se traduire par "sens", "raison d'être". C'est ce qui vous pousse à vous lever le matin, ce qui donne le sens à nos actions, la raison pour laquelle nous les faisons. Aujourd'hui très utilisé en développement personnel, c'est la premi ère fois qu'il est utilis é ici par un coach de dirigeants pour une application dans le domaine de l'entreprise.

Ce guide pratique au ton très personnel aidera les dirigeants, les RH et les employé s à créer le sentiment d'appartenance qui fait l'attractivité de la culture des organisations gagnantes. L'enthousiasme et la conviction de Marylène Delbourg-Delphis vont vous donner des idées pour transformer votre entreprise et la rendre enchantée ! Cependant, ne vous leurrez pas, il ne s'agit pas de bonnes paroles sur "l'humain en entreprise", vous allez devoir couvrir un programme sérieux qui passe en revue la façon de recruter, la manière dont les employé s vivent leur activité professionnelle et les signes qui indiquent qu'une entreprise est au bord du déclin.
« Un plaisir immense pour remettre l'humain au centre du management. » Peter Cappelli, Professeur de Management à la Wharton School et directeur du Wharton's Center for Human Resources.
« Ce livre est formidable. Il vous aidera à recruter des personnes exceptionnelles, et, mieux encore, à vous assurer qu'elles aiment leur travail.Et lorsque vous aurez atteint cet objectif, votre seule limite sera le ciel ! » Guy Kawasaki, auteur, conférencier, entrepreneur.
« Une approche claire et opérationnelle, universelle et avant-gardiste de la vie des entreprises, et ce, à quelque stade qu'elles en soient de leur développement. » Gilles-Noël Poirieux.
Président d'EVH, ancien DG de Sodexo et du Sodexo Management Institute.
« Le guide d'icigaï est idéal pour accompagner le futur du travail et construire l'infrastructure humaine qui engage les employé s et établit une culture durable de la confiance. » Dan Farber, SVP Strategic Communications, Salesforce.

To change the world, change work: Bringing the human element back into management isn't some feel-good, idealistic goal; it's a financial imperative. The new industrial revolution is automating labor-intensive processes the same way for all companies. So what will your competitive differentiator be? More than ever: your employees. You had better make sure that they love their job! And, believe it or not, they want to. After all, who likes to waste a big chunk of the day? Is giving people a job they can love possible? Yes. Will it be easy? It depends, but where there's an executive will, there's a way. However, you may need to change your thinking. Companies must reinvent themselves over and over to keep their market-relevance. The same goes if they want to further their sociological congruity and stop bleeding fortunes in employee disenchantment and turnover. In other words, they must breathe new life into their most powerful asset, their human infrastructure. Everyone Wants to Love Their job shows us how the energizing culture of the start-up world can be imported to even the biggest organizations. A powerful case for bringing the human element back into management. Peter Cappelli, Professor of Management at the Wharton School and director of Wharton's Center for Human Resources.
Marylene Delbourg-Delphis has written the definitive guidebook for navigating the future of work and building the 'human infrastructure' that engages the hearts and souls of employees, and establishes enduring cultures of trust. Dan Farber, SVP Strategic Communications, Salesforce. This is a GREAT book. It will help you understand how to recruit great people and, even better, how to ensure that they love their job. And when you have great people who love their job, not even the sky is the limit.
Guy Kawasaki, Author, Speaker, Entrepreneur, Chief Evangelist of Carva, Brand Ambassador for Mercedes-Benz and Executive Fellow of the Haas School of Business (UC Berkeley).
A must-read for businesses large and small. Marylene's insights into the new workplace are spot on with current and future trends in this tight talent market. This book gives you a roadmap to helping your workforce love their job.
Jessica Miller-Merrell, Founder/CEO of Workology, HR Leader, Author, Speaker.
A clear, operational, universal, and forward-looking approach to the art of working, regardless of a company's stage of development.
Gilles-Noël Poirieux, President of EVH and former General Manager at Sodexo Poland and Russia, and head of the Sodexo Management Institute.

Byron et le romantisme
français, essai sur la fortune et l'influence de l'oeuvre de Byron en France de 1812 à 1850

Revue D'histoire Comparée

Business

Consuming the Past

Bergson and His Influence

Beaux-arts

Gazette spéciale de l'instruction publique

First published in 2003 Consuming the Past covers pilgrimages to popular festivals, from modern spectacles to advertising, from the work of avant-garde painters to the novels of Emile Zola, and explores the complexity of the fin-de-siècle French fascination with the Middle Ages. The authors map the cultural history of the period from the end of the Franco-Prussian war to the 1905 separation of Church and State illuminating the powerful appeal that the medieval past held for a society undergoing the rapid changes of industrialisation.

This 1976 book outlines the main themes of the philosophy of Henri Bergson and investigates how operative a role he played.

The Möbius Strip

Révélations d'un vendeur à succès

Revue Internationale de la Musique Et de Theâtres Lyriques

Everybody Wants to Love Their Job

L'Art de l'enchantement

Le Nouveau Manager

Pour piloter une entreprise (ou un projet) dans un contexte plus difficile que jamais, il faut de nouvelles qualités de stratège, de meneur d'hommes et de gestionnaire financier. Les dirigeants et cadres dirigeants exploiteront le changement en restant ouverts sur leur environnement et en gérant au mieux leurs ressources financières. Mais le véritable défi pour eux est d'ordre humain : c'est de mobiliser leurs collaborateurs pour qu'ils agissent en entrepreneurs et de les aider ainsi à leur entreprise et à la placer dans une logique de succès, mais aussi à dynamiser toute notre société, tout en créant un nouveau type de management. Ce livre stimulant, conçu comme un manuel, avec une synthèse à la fin de chaque partie et un glossaire en annexe, vous permettra d'acquérir et de compléter les connaissances indispensables pour piloter et développer votre entreprise ou de votre projet.

Vous rêvez d'entreprendre, de partir à l'autre bout du monde ou d'assumer, enfin, votre projet artistique. Oui, mais... Est-ce le bon moment ? Comment trouver l'argent nécessaire ? Qui vous aidera à surmonter votre manque d'expérience ? Comment vous ferez-vous connaître ? Stop au syndrome du « oui, mais... » ! Thibaud Clément, jeune entrepreneur de 25 ans, vous aide à surmonter les obstacles qui vous empêchent de vous lancer. Des solutions concrètes existent et sont accessibles. Consommons collaborative, de la publicité ciblée sur les réseaux sociaux, comment optimiser vos prises de contact, créer un site et mettre en valeur votre créativité. Les outils pour concrétiser votre projet de vie sont déjà entre vos mains. Il n'y a pas de meilleur moment pour vous lancer !

"Cet ouvrage est donc conçu comme un "exercice d'insurrection informationnelle" et/ou comme un "exercice de contre-propagande", spécifiquement non militaire, non étatique et anti-... impériale contre nos "merveilleuses républiques fédérales" toujours plus schizogéniques, toujours plus autoritaires et, surtout, toujours plus "sécuritaristes" où l'information est devenue "info-guerre", élément clé des pouvoirs étatiques contemporains, des "giga-fortunes" actuelles d'une infime minorité, élément clé de l'énigmatique soumission civile mondialisée actuelle." Mettre à jour les forces obscures à l'oeuvre dans nos sociétés, décrypter les stratégies sournoises mises en place à l'encontre des masses, révéler les objectifs des puissants et leur plan pour nous... voici ce à quoi s'emploie l'essai, terrible et intransigeant, de C. Nots. Avec la verve qu'on lui connaît, il signe ainsi un texte apocalyptique à plus d'un titre. Apocalyptique car il repose sur un processus (ici presque doublé) certaine conception de l'humanité que met en évidence cette somme qui emprunte aussi bien à la psychiatrie qu'à la politique. Apre, éloquent, subversif, un ouvrage une nouvelle fois détonnant !

A Reassessment

Comment influencer les cœurs, les esprits et les actes

Mettez votre ikigaï au service de votre réussite professionnelle

chronique des arts et de la curiosité

Vers une culture d'entreprise partagée

Guide pratique des Marketing

Intégrer la vidéo dans sa stratégie marketing est indispensable : près de 80% du trafic global d'Internet est issu des vidéos. Comment intégrer la vidéo dans une stratégie marketing? Comment construire un contenu efficace? Quel matériel choisir? Comment être bien référencé pour développer son audience? Comment monétiser sa vidéo? Cette boîte à outils propose une soixantaine d'outils pour créer ses vidéos et gérer ses chaînes sur les réseaux sociaux (YouTube, Instagram, Facebook...). De nombreuses interviews et vidéos accompagnent les outils.

Comment attirer les visiteurs et les transformer en clients grâce à des contenus simples, non intrusifs, intéressants, voire amusants ? L'Inbound Marketing est la nouvelle approche du marketing qui vise à gagner l'attention du consommateur connecté grâce à un contenu de qualité. Quant au growth hacking, il s'agit de cette technique qui consiste à détourner des systèmes intelligemment pour produire beaucoup avec peu de moyens. Bien menées, ces deux approches combinées proches se répondent et cumulent leurs effets pour donner de bien meilleurs résultats que les techniques marketing traditionnelles qui reposent sur l'interruption de l'activité des cibles.

Découvrez tous les conseils de Milo Bozic pour améliorer vos techniques de vente ! Êtes-vous en contact avec la clientèle ? Aimez-vous la vente par des exemples ? Ce livre vous enchantera. Milo Bozic, vendeur émérite au sein d'une société leader en Suisse, vous dévoile ses récits inspirants et ses techniques vertueuses pour améliorer votre conseil et accroître vos revenus. Pour son premier ouvrage, l'auteur vous livre sans tabou et de manière pratique un point de vue original et personnel sur le succès commercial. À PROPOS DE L'AUTEUR Né à Lausanne, Milo Bozic se passionne pour le développement personnel. Titulaire d'un Master en Management de l'Université de Fribourg (Suisse), il transmet avec enthousiasme son savoir-faire aux entreprises désireuses d'exceller dans la vente et de placer la satisfaction de leurs clients au cœur de leur stratégie.

Art et décoration (Paris)

Revue Canadienne

Aesculape

Le Nouveau Manager

Bibliographie D'histoire de L'art

revue de l'enseignement secondaire et primaire

Vois, 3- include Bulletin of the Czechoslovak Oriental Institut, no. 1-

Alors que leur profession s'apprête à connaître un bouleversement dans les cinq années à venir, 75% des responsables marketing et communication estiment qu'ils ont besoin d'acquérir de nouvelles expertises et des compétences supplémentaires. En constante évolution, le marketing devient en effet de plus en plus complexe et hybride. Pour répondre à ces nouveaux défis, cet ouvrage propose un inventaire de techniques adaptées: à des cibles (génération Y, BtoB, éco-responsables...), à des marchés spécifiques (médicaments, alcool, immobilier...), à l'usage de la digitalisation comme base commune de développement. Définitions, informations spécifiques, conseils d'usage de nouvelles tendances, pistes de lectures complémentaires... Explorant les logiques originelles, actuelles et futures de la profession, enrichi d'exemples de campagnes et d'applications, ce guide clair et complet s'impose comme la bible

du marketing moderne, apte à accompagner la révolution numérique.

La facilitation consiste à favoriser le travail en groupe et l'intelligence collective dans une organisation, un atelier ou un workshop. A la fois médiateur et animateur, le facilitateur est là pour faire émerger les idées et fluidifier les échanges. La Boîte à outils de la Facilitation propose les outils indispensables pour créer, animer, debriefer et améliorer ses ateliers et workshops. Il aborde notamment la posture du facilitateur (son état d'esprit, l'éthique attendue, le langage non-verbal, la gestions des personnalités et des conflits), le design thinking, la pensée systémique, l'intelligence collective et la facilitation graphique. Des études de cas, des interviews de professionnels (facilitateurs en entreprises ou en collectivités locales) ainsi que des auto-évaluations viennent compléter et approfondir certains outils.

Totalitarismes et Oligarchismes du GB entre 2014 et 2045

comment influencer les cœurs, les esprits et les actes

Art & décoration

Claude Monet and the Painting of the Water Lilies

Adam International Review

Bibliothèque Choisie de Littérature Française

Nous avons tous le pouvoir de vivre une vie qui nous enchante ... avec les bonnes clés et en nous mettant en route. Ce livre donne les moyens de la faire. Coach et consultant, l'auteur a puisé à une grande diversité de sources et outils pour que chacun puisse (re)trouver le pouvoir d'enchanter sa vie et entretenir cette flamme tout au long de son existence. Le livre décrit une démarche rodée par de nombreux séminaires. Vivant et chaleureux, il est enrichi de nombreux "exercices" pour que chaque lecteur puisse trouver sa voie et transformer sa vie au quotidien.

Découvrez dans ce livre les nouvelles tendances du marketing internet et non conventionnel de demain (ambient, ambush, stealth et viral) ainsi que de précieux conseils pour optimiser votre campagne de street marketing et le buzz qui l'accompagne. Le Street marketing offre des opportunités pour tout manager désireux de promouvoir son offre à moindre frais et auprès d'un client à la fois toujours plus difficile à séduire et à séduire. Les recherches sur le marketing ont été réalisées avec l'aide de Bernard Cova, professeur à l'Kedge Business School.

From bestselling author Ross King, a brilliant portrait of the legendary artist and the story of his most memorable achievement. Claude Monet is perhaps the world's most beloved artist, and among all his creations, the paintings of the water lilies in his garden at Giverny are most famous. Monet intended the water lilies to provide "an asylum of peaceful meditation." Yet, as Ross King reveals in his magisterial chronicle of both artist and masterpiece, these beautiful canvases belie the intense frustration Monet experienced in trying to capture the fugitive effects of light, water, and color. They also reflect the terrible personal torments Monet suffered in the last dozen years of his life. Mad Enchantment tells the full story behind the creation of the Water Lilies, as the horrors of World War I came ever closer to Paris and Giverny and a new generation of younger artists, led by Henri Matisse and Pablo Picasso, were challenging the achievements of Impressionism. By early 1914, French newspapers were reporting that Monet, by then seventy-three, had retired his brushes. He had lost his beloved wife, Alice, and his eldest son, Jean. His famously acute vision--what Paul Cezanne called "the most prodigious eye in the history of painting"--was threatened by cataracts. And yet, despite ill health, self-doubt, and advancing age, Monet began painting again on a more ambitious scale than ever before. Linking great artistic achievement to the personal and historical dramas unfolding around it, Ross King presents the most intimate and revealing portrait of an iconic figure in world culture.

Archiv orient à In

L'Art et les artistes

Avec mod ères, outils, fiches pratiques, schémas...

Tout le monde veut aimer son travail

La boîte à outils du marketing vidéo

La boîte à outils de la Facilitation

Connaissez-vous les 3 différentes techniques de gestion humaine ? Les 6 façons de se faire aimer d'autrui ? Les 12 façons de convaincre les gens d'adopter vos idées ? Les 9 façons de faire changer d'avis sans irriter ni froisser votre interlocuteur ? Ces trucs - applicables aussi bien dans la sphère professionnelle que dans la sphère privée - permettent de devenir plus persuasif, de réduire le stress au travail, d'exploiter notre potentiel de leadership et de communiquer avec efficacité, diplomatie et tact. Publié en 1936, ce classique (disponible au Livre de poche) a été entièrement revu et augmenté pour coller à notre époque, celle des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn...), des blogs, des smartphones et autres tablettes numériques. Selon le Dale Carnegie Training Institute, 99 % des participants se déclarent satisfaits de la formation dispensée, fondée sur les préceptes développés dans ce livre.

Pratique et base sur l'expérience, ce guide opérationnel complet présente en 100 fiches les outils performants et gagnante Elaborer et piloter un plan marketing Innover et créer de la valeur : sur les marques et pour les clients Intégrer le digital et le webmarketing Optimiser l'expérience client et construire une relation durable Exploiter les leviers opérationnels actuels Motiver, animer et valoriser les talents de son équipe Configuration requise pour les compléments à télécharger : PC avec processeur Pentium, 32Mo de RAM, système d'exploitation Windows 9x, ou supérieur. Macintosh avec processeur PowerPC ou Gx, 32 Mo de RAM, système d'exploitation MacOS 9.2, ou supérieur. Avec le logiciel Adobe Reader (.pdf) et PowerPoint (.ppt).

Avec l'apparition du digital et des nouveaux comportements des consommateurs, impossible de ne compter que sur les techniques de marketing traditionnelles. L'Inbound Marketing est une nouvelle approche du marketing centrée sur le comportement du consommateur connecté. Elle propose une vision 360° de toutes les interactions que l'entreprise peut avoir avec le consommateur sur les différents canaux digitaux. Comment attirer les visiteurs et les transformer en clients? C'est ce à quoi répond l'Inbound Marketing qui propose de nouvelles techniques pour générer plus de prospects et plus de ventes avec moins de ressources, grâce à des taux de transformation et de conversion beaucoup plus élevés que ceux du marketing traditionnel. L'ouvrage présente et explique cette nouvelle méthode, et accompagne ainsi l'entreprise dans sa transformation digitale.

Art International

Street Marketing

L'art de l'enchantement

Se lancer sans attendre

Génération d'entrepreneurs

Comment se faire des amis à l'ère numérique

Vois, for 1953-56 include section: Colonnade [a journal of literature and the arts].

Aujourd'hui, un bon produit ne suffit plus à faire le succès d'une entreprise : la clé de la réussite réside dans la relation client. Enchanter son public permet d'exercer sur lui une influence considérable, de gagner sa sympathie, son intérêt et sa confiance. Au fil des pages, l'auteur dévoile les clés essentielles pour créer et faire durer cet enchantement, ainsi que de nombreux conseils pour déjouer ses détracteurs. « Lisez ce livre pour créer une entreprise aussi magique qu'Apple ! » Steve Wozniack, cofondateur d'Apple.
« Croire en une idée qui offre au client quelque chose d'absolument unique est d'une importance capitale, mais c'est aussi tout un art, dont ce livre capture l'essence même. Une très bonne idée qui a le pouvoir de transformer le marché, de révolutionner l'expérience de chaque client. Le lecteur trouvera ici quantité de conseils inestimables pour permettre à son entreprise d'exploiter son potentiel. » Sir Richard Branson, Fondateur de Virgin.
« S'assoise au volant d'une BMW, toucher l'écran d'un iPad, entrer dans un magasin Sephora, acheter des chaussures sur Zappos : autant d'expériences uniques. Guy Kawasaki vous livre ses secrets pour parvenir au même degré d'enchantement que ces marques célèbres. » Robert Scoble, blogueur sur Rackspace.

Gérer le changement

Inter textual Turns in Raymond Queneau's Le Chiendent

Rebuilding Trust and Culture

Marketing de rue et objets connectés - Un buzz dans la ville !

Le Guide Musical

Gazette de l'instruction publique