SOFFIEN BATAOUI
Associate Professor

Grenoble IAE
525 avenue centrale, 38400 Saint Martin d'Hères
www.grenoble-iae.fr
Email: Soffien.Bataoui@grenoble-iae.fr
Research lab: CERAG

RESEARCH INTERESTS

- Marketing
- Digital marketing
- Human-computer interactions
- Online social presence

TEACHING DOMAINS

- Data analysis
- Digital Marketing
- Market research
- Marketing

QUALIFICATIONS AND DEGREES

Title

Since 2018	Associate Professor, Grenoble IAE Graduate School of Management, France
2016 - 2018	ATER, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

Degrees

Highest degree :

2017	Doctorate, Business administration, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France *Vers une forme d'humanisation des interfaces digitales : transposition du concept d'hospitalité au commerce électronique et impact de ses dimensions sur les réactions affectives, l'absorption cognitive et les comportements des consommateurs*
2013	Master, Business administration, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France
2012	Master, Business administration, Marketing, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

ACADEMIC POSITIONS AND ACTIVITIES

Academic activities

Since 2021	Program manager - Master 2 Marketing Digital et Consommateur Connecté, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

Since 2018 Program Manager - Master in Marketing (1st year), Grenoble IAE Graduate School of Management, France

ACTIVITIES WITHIN THE SOCIO-ECONOMIC WORLD

Other professional experience

Since 2022 Head of research group, CERAG, Grenoble IAE Graduate School of Management, France

Contributions for the socio-economic world

GERARD, J. and BATAOUI, S. (2019). 'Mégots jetés au sol : quand l'effet des nudges par en fumée'. The conversation, France.

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Peer-reviewed Articles

BATAOUI, S. and BOCH, E. (2023). The role of socially rich photos in generating favorable donation behavior on charity websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, pp. 103429.
(CNRS: 3, FNEGE: 3)

BATAOUI, S., GERARD, J. and MARTIN LACROUX, C. (2022). Quand l'hospitalité du site internet d'une PME l'aide à attirer des candidats. *Décisions Marketing*, 106(2), pp. 73-89.
(CNRS: 3, FNEGE: 3)

MARTIN LACROUX, C., LACROUX, A., BATAOUI, S. and GERARD, J. (2022). Le défi de l'attractivité pour les PME : le rôle du site internet institutionnel sur le soutien organisationnel anticipé et les intentions de postuler. *Revue de Gestion des Ressources Humaines*, 124(2), pp. 24-44.
(CNRS: 2, FNEGE: 2)

BATAOUI, S. and BOCH, E. (2022). Favoriser les dons d'argent en ligne : rôle de la distance sociale perçue à travers les facteurs sociaux des sites internet d'associations. *Management & Avenir*, N° 129(3), pp. 15-36.
(CNRS: 4, FNEGE: 3)

BATAOUI, S. (2022). When e-commerce becomes more human by transposing the hospitality concept to merchant websites. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, pp. 102831.
(CNRS: 3, FNEGE: 3)

RIVARD, M., GERARD, J., BATAOUI, S. and MARTIN-LACROUX, C. (2021). Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. *@GRH*, 40(3), pp. 61-88.
(CNRS: FNEGE: 3)

BATAOUI, S. and GERARD, J. (2020). L'adoption de comportements responsables grâce aux nudges : le rôle médiateur de l'inférence de manipulation. *Revue Française de Gestion*, 288(3), pp. 129-143.
(CNRS: 3, FNEGE: 2)

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2019). Rendre le commerce électronique plus humain et moins marchand en considérant les sites internet marchands comme des espaces d'hospitalité. *Management & Avenir*, 2019/7(113), pp. 83-103.
(CNRS: 4, FNEGE: 3)

Presentation at a conference with proceedings

CARTON, S., BATAOUI, S. and CORBETT ETCHEVERS, I. (2024). (In) accessibilité numérique : le travail empêché des personnes en situation de handicap visuel. Barcelona: Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), Spain.

MARTIN-LACROUX, C., LACROUX, A., BATAOUI, S. and GERARD, J. (2021). 'L'hospitalité virtuelle et les bénéfices marque employeur présents sur le site internet institutionnel : une sourced'attractivité pour les PME grâce au support organisationnel anticipé'. Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BOCH, E., GERARD, J., BATAOUI, S. and GAVARD-PERRET, M.L. (2021). Formes de sociabilités dans les pratiques de consommation collaborative : une étude qualitative auprès de consommateurs-acheteurs. 24eme, Lille: Colloque Etienne Thil, France.

RIVARD, M., GERARD, J., BATAOUI, S. and MARTIN-LACROUX, C. (2021). Un site internet pour attirer les candidats ? Une étude typologique des pratiques des PME. Paris, 32ème: Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), France.

WILHELM, M.C. and BATAOUI, S. (2020). 'Améliorer l'efficacité d'une communication préventive : effets du choix de la publicité à visionner sur smartphone.'. 36eme, Biarritz: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM), France.

BATAOUI, S., GERARD, J. and MARTIN-LACROUX, C. (2020). 'Le site internet, un outil efficace pour attirer des candidats'. Journée de Recherche sur le MArketing des Ressources Humaines (AFM), France.

BATAOUI, S., GERARD, J. and VALETTE FLORENCE, P. (2020). 'Can A Nudge Induce Inferences of Manipulative Intent?'. En distanciel: AMS Annual Conference, United States of America.

MARTIN-LACROUX, C., BATAOUI, S. and GERARD, J. (2020). 'Quand l'hospitalité virtuelle aide les PME à attirer des candidats'. Tours (en distanciel): Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), France.

BATAOUI, S., GERARD, J. and MARTIN-LACROUX, C. (2020). 'Comment l'hospitalité virtuelle d'un site internet institutionnel influence-t-elle les candidats : une étude mixte combinant l'analyse lexicométrique et l'analyse de données quantitatives'. Tours (en distanciel): Congrès de l'Association Gestion des Ressources Humaines (AGRH), France.

BATAOUI, S., HELME-GUIZON, A. and GIANNELLONI, J.L. (2019). 'The Influence of A Website's Virtual Hospitality On Well-Being And Behavioral Intentions Towards Sustainable Transportation'. Edimbourg: AMS World Marketing Congress.

CARREL, C., BATAOUI, S. and GERARD, J. (2018). 'Mieux comprendre le fonctionnement des nudges : proposition d'un modèle intégrateur'. 15ème: Congrès de l'Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (ADERSE).

BATAOUI, S. and BELKAÏED-AYADI, N. (2018). 'Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle'. La Rochelle: Colloque Etienne Thil.

BATAOUI, S., GIANNELLONI, J.L. and HELME-GUIZON, A. (2018). 'Shall I drive ? The influence of a website's virtual hospitality on well-being and behavior al intentions towards sustainable transportation'. 13ème, Grenoble: Congrès du Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable (RIODD).

BATAOUI, S. (2017). 'Concevoir les sites Internet marchands comme des espaces d'hospitalité pour générer des réactions affectives auprès des consommateurs'. 16ème, Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital.

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2017). 'Mesurer les comportements exploratoires des internautes : comparaison des résultats obtenus par échelle de mesure et par analytics'. 33ème, Tours: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2016). 'Quand le commerce électronique devient plus humain et moins marchand : une approche par l'hospitalité virtuelle'. 32ème, Lyon: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2014). 'Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle'. 13ème, Paris: Congrès de l'Association Française du Marketing (AFM).

BATAOUI, S. and GIANNELLONI, J.L. (2014). 'Présence sociale sur les sites marchands : limites du concept d'atmosphère des sites marchands et apports potentiels du concept d'hospitalité virtuelle'. 13ème, Paris: Journée de Recherche sur le Marketing Digital, France.