

## Prof. Dr. Michaela Merk

9 rue Avice  
92310 Sèvres  
+33 6 19111065  
michaela.merk@merk-vision.com  
www.michaela-merk.com



52 ans

Double nationalité : allemande / française  
Trilingue: Allemand/ Français/ Anglais  
Doctorat: Université Paris 1 –Sorbonne  
Master en Marketing Management : ESSEC  
Professeur Marketing et Luxe : Audencia

## Résumé et compétences

Experte reconnue dans le **développement de talents et la transformation des organisations de luxe**, Michaela Merk cumule **plus de 20 ans d'expérience** à l'intersection du monde des affaires, de la formation et de l'enseignement supérieur. Après avoir occupé des postes de **direction stratégique chez L'Oréal, Marionnaud et Estée Lauder Companies**, elle fonde **Merk Vision, une société de conseil et de formation** qui accompagne depuis plus d'une décennie les collaborateurs et dirigeants des plus grandes maisons de luxe.

**Spécialiste de la pédagogie immersive et du leadership avec Intelligence Relationnelle**, elle **conçoit et pilote des programmes exécutifs et académiques** en marketing, management et retail de luxe dans des institutions prestigieuses (ESSEC, Audencia, Sciences Po, St Gallen...). **Trilingue, conférencière internationale primée, et docteure en marketing**, elle allie rigueur scientifique, charisme pédagogique et passion du développement humain. Elle est **l'auteure de plusieurs ouvrages de référence** dans le domaine, dont *Manager les vendeurs du Luxe* et le prochain *Le pouvoir de l'Intelligence Relationnelle* (parution 2025).

## Expériences Professionnelles (Business)

2010 – à date	<b>MERK-VISION (www.merk-vision.com)</b> <i>Fondatrice et Directrice Générale</i> <ul style="list-style-type: none"><li>Conférences motivationnelles, conseil stratégique et opérationnel, formations exécutives, coaching en matière de leadership, développement personnel et d'expérience client grâce à la recherche approfondie en l'intelligence relationnelle.</li><li>Accompagnement d'environ 300 clients en 10 ans</li><li>Animation de conférences dans plus de 20 pays en anglais, français, allemand devant plus de 100 000 personnes (conventions d'entreprise et salons)</li><li>Animation d'un large réseau de partenaires et fournisseurs (contrats, négociation, juridique)</li><li>Développement des actions marketing pour promouvoir l'entreprise (site web, réseaux sociaux, webinaires, newsletters)</li><li>Certification Qualiopi depuis 2021 pour la qualité et la gestion rigoureuse des formations</li></ul>	Paris, France
	<u><b>Clients sélectionnés</b></u> Chanel, LVMH, Rolex, L'Oréal, Four Seasons, Hermès, UBS Bank, Groupe Richemont, Laforêt, Pierre Fabre, Chambres de Commerce et mairies	
2022 - à date.	<b>FORUM DE L'UNIVERSEL</b> <i>Membre du conseil d'administration</i> Groupe de réflexion de cadres supérieurs sur les questions d'avenir : durabilité, éthique, culture, technologie.	Sèvres, France
2020 – à date	<b>ASSOCIATION PROGRES POUR MANAGEMENT (APM)</b> Expertise dans l'animation de formations en leadership et management pour les dirigeants en France et à l'international ( <i>Entrepreneurs, PME et Multinationales</i> )	Paris, France
2020 - à date	<b>SECTIONS INTERNATIONALES de SEVRES (SIS)</b> <i>Conseil d'Administration</i> Fonction de conseil stratégique du système scolaire bilingue à tous les niveaux scolaires	Sèvres, France
2016 – à date	<b>LANSON BBC – CHAMPAGNE Group</b> <i>Conseil d'Administration</i> <ul style="list-style-type: none"><li>Fonction de conseil stratégique de sept maisons de champagne</li><li>Chevalière de l'ordre des coteaux de champagne</li></ul>	Paris, France
2008/2010	<b>ESTÉE LAUDER COMPANIES/ BOBBI BROWN</b>	Munich, Allemagne

### **Direction Générale et Direction Commerciale Allemagne**

- Membre du Comité de Direction
- Management d'une marque à 20 million US\$
- Responsabilité pour l'équipe marketing, RP, vente, formation, commerciale, Internet/ CRM
- Management d'une équipe de 60 personnes (20 en direct) : Recrutement, négociation salaire, entretiens mi et fin d'année, plan formation, contrats fournisseurs, animation équipe
- Négociation et ouverture de 60 points de ventes (parfumeries / grands magasin)

2005 – 2008

### **MARIONNAUD / AS WATSON**

**Paris, France**

#### **Directeur des marques nationales / La Marque Propre / Des Marques Exclusives**

- Coordination et motivation d'un réseau d'environ 1000 vendeurs multimarques
- Management directe d'une équipe de 12 personnes (gestion de budget, formation, recrutement)
- Négociation avec toutes les marques internationales pour décider leur référencement
- Élaboration des plans marketing de l'enseigne en coopération avec toutes les marques
- Identification et introduction de plus de 15 marques exclusives.
- Développement de la marque propre
- Contribution majeure à la mise en place du nouveau concept magasin Marionnaud

1999 – 2005

### **DIVISION PRODUITS DE LUXE L'ORÉAL**

**Paris, France**

- Directeur Trade Marketing International Biotherm (coordination de 70 marchés)
- Chef de Produit Travel Retail Europe (Plans marketing pour les grands aéroports Européens)
- Chef de Produit Helena Rubinstein France (Lancement de produits, animation d'un réseau)
- Représentant Commercial Helena Rubinstein France

## **Expériences Académiques**

2022- à date

### **AUDENCIA BUSINESS SCHOOL**

**Paris, France**

- Professeur en Marketing / Management du Luxe
- Développeur et Directeur du Master of Science Sustainable Luxury Management : Conception, recrutement des professeurs, management et coordination des équipes et apprenants.

2020- 2022

### **IESEG**

**Paris, France**

- Enseignement en Master Marketing et Communication et en Éducation Exécutif

2019- 2022

### **SCIENCES PO PARIS**

**Paris, France**

- Contribution à l'élaboration d'un nouveau Master « MSc New Luxury & Art de Vivre »
- Professeur enseignant en Marketing International, Management Interculturel,
- Marketing et Retail de luxe
- Recrutement des étudiants,
- Supervision de Thèse de fin d'études

2016-2019

### **SKEMA Business School**

**Paris, France**

- Professeur Associé en Marketing et Luxury Management
- Directrice du double master Global Luxury and Management (GLAM) en partenariat avec
- North Carolina State University (triplé le nombre de candidatures/ top 5 ranking Eduniversal)
- Professeur Ambassadeur entre LVMH et SKEMA

2015-2019

### **Université St Gallen**

**St Gallen, Suisse**

- Enseignement "Manager des marques de luxe" (Master of Science Marketing)

2012-2019

### **Sorbonne Graduate Business School, Chaire Marques et Valeurs**

**Paris, France**

2013-2016

### **Université Paris Dauphine**

**Paris, France**

- Professeur Associé en Management de Luxe, Digital et Marketing International
- Responsable pour la création d'un certificat exécutif en management des marques de luxe

2004-2016

### **ESSEC Business School**

**Paris, France**

- Master Marketing Management (MSMM), International Business (SMIB), Grande Ecole
- Enseignement en marketing international, Coaching, supervision de thèses, études de cas

## **Education**

2024

### **ADVANCE HIGHER EDUCATION FELLOWSHIP**

Certificat qui démontre l'excellence et le professionnalisme dans l'enseignement supérieur.

2022

### **CERTIFICATION EN NEUROPEDAGOGIE**

Optimiser l'apprentissage basé sur les neurosciences et la psychologie

2022

### **MAXWELL LEADERSHIP**

Certification en tant que coach et mentor pour dirigeants

2019	<b>TTI SUCCESS Insight</b> Coach certifié en Intelligence Émotionnelle (EQ), Comportementale (DISC) et Work Place Motivators (WPMOT)	Paris, France
2013	<b>QUALIFICATION CNU (conseil national des universités)</b>	
2009-2012	<b>SORBONNE BUSINESS SCHOOL/ HEC</b> Ph.D. en Marketing (Strengthening sales force – private brand relationships: A new management strategy for retailers?) Jury: Géraldine Michel, Pierre Volle, Dominique Xardel, Pierre Desmet, Dominique Rouziès	Paris, France
1998-1999	<b>ESSEC / Mastère Spécialisé en Marketing Management</b>	Cergy, France
1992-1998	<b>Universität Passau (Allemagne)</b> Diplôme en management interculturel avec spécialisation sur l'Asie	Augsburg, Allemagne
1994-1995	<b>SORBONNE &amp; PARIS DAUPHINE / LANGUES ORIENTALES</b> Diplôme de langue et civilisation française / Études en culture et langues asiatiques	
1993	<b>GAJAH MADAH (Études de langue indonésienne)</b>	Yogjakarta, Indonésie
1983-1992	<b>École MARY WARD : Bac en sciences et langues</b>	Augsburg, Allemagne

## Publications / Conférences

---

### Livres

MERK M., (2026), The Power of Relational Intelligence: 30 golden rules for successful leadership and high performing teams, Dunod, pp 224  
MERK M., (2025), Le pouvoir de l'Intelligence Relationnelle : 30 règles d'or pour un leadership gagnant et des équipes performantes, Dunod, pp 224  
MERK M., (2015), Manager les vendeurs du luxe : Stratégies pour créer des ambassadeurs de marque, Dunod, 266  
MERK M., (2014), Luxury Sales Force Management : Strategies for winning over your brand ambassadors, Palgrave MacMillan, pp 213

MERK, M. (2025), « The future of Fashion and Luxury Advertisement”, *Journal of Advertising Research* (in progress)  
MERK, M. (2025), « The Leadership Qualities in sustainable Luxury”, *Psychology and Marketing Journal* (in progress)  
MERK, M. (2024), « Luxe et Art Contemporain : une rencontre à Art Basel Paris », Forbes  
MERK, M. (2024), « Paris 2024 : Les Jeux Olympiques qui réinventent le Monde », Forbes  
MERK, M. (2023), « Le développement durable : Paradoxe ou nouvelle puissance du luxe ? », Forbes  
MERK, M. (2023), « Analyse | Les nouveaux paradigmes 2023 du retail de luxe », Forbes  
MERK, M. (2023), « Comment le leader peut être le pilier de la reconnexion au sens ? », Journal du Luxe, pp 52  
MERK M., (2022), “The Kooples: Reset d'une marque de mode », Forbes  
MERK, M. (2022), “Manager la Magie du Luxe », Forbes  
MERK, M. (2022), “Innover ou Conserver ? Le grand dilemme en champagne. », Forbes  
MERK, M. (2021), “Le pouvoir de l'Intelligence Relationnelle post-Covid », Forbes  
MERK, M. (2021), “Le piège des dirigeants impatients : quand vision se transforme en déception », Forbes  
MERK M., MICHEL G. (2019), “The dark side of salesperson brand identification in the luxury sector: When brand orientation generates management issues and negative customer perception”, JOURNAL of BUSINESS RESEARCH pp 339-352 (Finaliste du prix académique Syntec/ Fnege)  
MERK M., MICHEL G., EROGLU S., (2015), « Salesperson-Brand Relationship: Main dimensions and impact within the context of private brand retailing », JOURNAL OF PERSONAL SELLING AND SALES MANAGEMENT

### Podcast and Videocast

*Luxury Leadership Talks (available on youtube and all podcast channels):* Interviews of influential CEOs in the luxury industry about their secrets to success in leadership, innovation and sustainability management

### Chapitres

MERK M. (2017), « Valeur créée par les marques », dans MICHEL G., Au cœur de la marque, Dunod  
MERK M. (2013), « Appréhender la relation marque-vendeur comme un facteur de motivation », dans MICHEL G., Management Transversale de la marque, Dunod, pp 101 - 111  
MERK M., (2013), « Les théories interculturelles du management : cas d'entreprise », dans : BARABEL M., MEIER O., TEBOUL T., Les Fondamentaux du Management, Dunod, pp 164-177  
MERK M., (2008), « The Beauty market and L'Oréal », dans : RAJU M.S., XARDEL D., Marketing Management : International Perspectives, Vijay Editions, pp 305-319

### Conferences

#### Conférences professionnelles

300+ conférences, 30+ pays sur 5 continents, adressé à des milliers de cadres dirigeants des entreprises internationales dont des grandes maisons de luxe (L'Oréal Luxe, LVMH, Richemont, Hôtels Four Seasons, Groupe Chalhoub, etc.) sur des sujets en lien avec la puissance de l'Intelligence Relationnelle au service de l'excellence en leadership et expérience client.

### **Conférences académiques**

Luxury Symposium Monaco 2018, "The dangers of strong salesperson-brand relationships in the luxury sector", 13.4.2018  
CEIBS Congress, Shanghai 2016 : « Luxury Sales Force Management in times of change »

### **Etudes de Cas**

MERK M. (2024), « The Sparkling Case of Champagne Lanson: Developing a luxury champagne house by growing desirability»  
MERK M. (2024), « The Sparkling Case of Champagne Lanson: Growing sustainability in the luxury champagne business»  
MERK M., ESSEC Case Study : « Lacoste – the crocodile sells online », CCMP et ECCH

## **Langues**

---

Trilingue : Allemand (langue maternelle), Anglais (depuis l'âge de 5 ans), Français (depuis 25 ans en France),  
Autres langues : Espagnol (bien), Indonésien (bien), Italien (notions)

## **Recompenses / Certifications**

---

**Global Speaking Fellow (GSF)**, la plus haute distinction pour la prise de parole en public à l'international offerte par la Global Speaking Federation (GSF). En 2024, Michaela est la seule oratrice à posséder ce prix en France. Seuls 44 orateurs dans le monde le détiennent.

**Certified Speaking Professional (CSP)**, le plus haut titre en art oratoire proposé par la National Speakers Association (NSA) des États-Unis. En 2020, seuls 4 orateurs français la possèdent, soit 10% de tous les orateurs professionnels dans le monde.

**Certified Virtual Presenter (CVP)**, la plus haute désignation internationale pour la prise de parole et la formation virtuelles.

Certification en **Intelligence Comportementale (DISC)**, **Intelligence Emotionnelle (EQ)**, **Work Place Motivators (WPMOT)**, **Neuropédagogie (Funny Learning)**

**Trainers Excellence Award**, offert par Speakers and Trainers Excellence, l'une des plus grandes agences européennes de conférenciers et formateurs professionnels.

**Qualiopi**, certification officielle de la qualité et des procédures de formation proposée par le gouvernement français (depuis 2021).

## **Personnel**

---

**Associations** : APM (Association Progrès du Management), AFCP (Association Française des Conférenciers Professionnels), ESSEC Luxury Club, L'Oréal Alumni, Ordre des Coteaux de Champagne

**Hobbies**: Compétitions : Gymnastique (5 x championne d'Allemagne par équipe), athlétisme, ski, natation, tennis.  
Théâtre (sur scène et formation de la voix), Voyages (plus de 100 pays, dont de nombreuses expéditions), Photographie, Films documentaires, Vélo, Golf, Plongée, Tennis, Chant