

JEAN CLAUDE LARRECHE

INSEAD professor of strategic marketing

LONDON
SPEAKER
BUREAU



Jean-Claude Larreche adalah Profesor Pemasaran di INSEAD dan pemegang Kursi Alfred H. Heineken. Buku terbarunya *The Momentum Effect: How to Ignite Growth* luar biasa telah diterbitkan pada Mei 2008 oleh Wharton School Publishing.

Selain gelar MBA dari INSEAD, Jean-Claude menerima gelar MSc dalam Ilmu Komputer dari University of London dan PhD dalam Bisnis dari Universitas Stanford. Sebagai mahasiswa di Stanford-lah dia pertama kali dijuluki "JC" oleh teman-temannya.

Topics

- Business
- Management

Jean-Claude selalu menggabungkan karier akademisnya dengan kegiatan bisnis. Dia adalah konsultan terkenal dengan perusahaan-perusahaan global terkemuka, sebagian besar dari mereka terdaftar dalam Global 500. Berusia 35 tahun, dia diangkat sebagai direktur non-eksekutif dari perusahaan multinasional yang menjadi ReckittBenckiser, dan dia mempertahankan posisi itu untuk masa jabatan yang sangat lama. 18 tahun. Dia juga telah menjadi anggota Dewan INSEAD selama 14 tahun. Dia adalah Ketua Pendiri StratX sebuah konsultasi pengembangan strategis dengan kantor di Boston, Paris dan Tokyo.

Pekerjaan akademisnya berkonsentrasi pada pengembangan kemampuan dasar yang memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pertumbuhan, terutama melalui keunggulan pemasaran, fokus pelanggan, dan inovasi. Terbitannya telah dimuat di banyak jurnal internasional. Dia adalah penulis atau penulis bersama banyak buku, termasuk *Markstrat*, simulasi pemasaran strategis terkemuka yang digunakan oleh lebih dari satu juta eksekutif di seluruh dunia; *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Pengambilan Keputusan Strategis*; *Strategi Pemasaran: Perencanaan dan Implementasi*; dan *Industrat*. Dari 1998 hingga 2002, ia telah menjadi penulis lima laporan tahunan tentang Mengukur Kebugaran Kompetitif Perusahaan Global (Financial Times Prentice Hall).

Dia adalah pendiri beberapa Program Eksekutif INSEAD, termasuk "Fokus Pelanggan: Dari Janji untuk Bertindak", "Manajemen Layanan Strategis", dan "Pemasaran Industri Lanjut". Dia telah dinamai "Pendidik Pemasaran Tahun Ini" oleh Club 55, Komunitas Ahli Pemasaran Eropa. Ia telah dua kali memenangkan penghargaan "Keseluruhan Kasus Eropa Tahun Ini" dari ECCH (European Case Clearing House) untuk studi kasusnya di Virgin Atlantic Airways dan First Direct.