

NICOLAS RIOU

LONDON
SPEAKER
BUREAU

- A major player in the world of advertising and marketing



Topics

- Business
- Creativity
- Innovation
- Management

戦略的計画とビジネスにおける広告の長いキャリアの後、彼は2004年に消費者調査を専門とする研究会社Brain Valueを創設しました。20人のチームで、Brain Valueは研究を生み出して、シャネル、コルゲートPalmolive、ロレアル、モンデレス、マクドナルド、ラクテル、アコー、キャンベル、ラコステ、サノフィアベンティス、フランスのLactalisなどのマーケティング戦略についてアドバイスします。

Nicolas Riouは、1988年にScience Po Parisを卒業し、1990年にHECを卒業しました。Nicolasは、新しい消費社会の熱心な観察者です。それは社会文化的背景の傾向と消費と広告におけるそれらの反射との間のリンクを確立しようとしています。

彼のキャリアは1990年から2002年までいくつかの主要な広告代理店で最初に行われ、そこで彼は、EuroisのグローバルパブリッシャーおよびCitroen予算の国際ディレクターを務めていました。

彼は2009年からSciences Po Parisでマーケティングと価値創造を教えました（マーケティング&リサーチの戦略マーケティングマスターの間）。彼はHECで広告マーケティング専攻、3年目で10年間教えました。

彼はパブ・フィクションのような多数の出版物の著者であり、広告とポストモダン社会における新しい傾向についてのコメント、パブの恐怖（2004年）、本物の男性：女性の男性の新キー2005とマーケティング・アナトミーから2009）。