NICOLAS RIOU

- **A major player in the world of advertising and marketing**

LONDON SPEAKER BUREAU

Topics

- Business
- Creativity
- Innovation
- Management

Setelah karir yang panjang dalam periklanan dalam perencanaan strategis dan bisnis, ia menciptakan Brain Value pada tahun 2004, sebuah perusahaan riset yang berspesialisasi dalam studi konsumen. Dengan tim yang terdiri dari 20 orang, Brain Value menghasilkan studi dan memberi nasihat kepada klien mereka seperti Chanel, Colgate Palmolive, L'Oréal, Mondelez, McDonald's, Lactel, Accor, Campbell, Lacoste, Sanofi Aventis, Lactalis di Prancis dan luar negeri tentang strategi pemasaran.

Nicolas Riou adalah lulusan Science Po Paris pada tahun 1988 dan HEC 1990. Nicolas adalah pengamat yang tajam dari masyarakat konsumen baru. Ini berusaha untuk membangun hubungan antara tren latar belakang sosiokultural dan refleksi mereka dalam konsumsi dan iklan.

Kariernya awalnya terjadi di beberapa agensi periklanan utama dari tahun 1990 hingga 2002 di mana ia adalah perencana strategis di Publicis dan Direktur Internasional anggaran Citroën di Euro RSCG.

Dia telah mengajar pemasaran dan penciptaan nilai di Sciences Po Paris sejak 2009 (selama Magister Pemasaran Strategis dalam Pemasaran & Penelitian). Dia mengajar selama 10 tahun di HEC di bidang pemasaran periklanan, tahun ke-3.

Dia adalah penulis berbagai publikasi seperti Pub Fiction, dan mengomentari tren baru dalam periklanan dan masyarakat postmodern, Ketakutan di pub (2004), Seorang pria sejati: Dari neo-macho pria feminin pria kunci baru 2005 dan Marketing Anatomy (2009).