

Prof. Nirmalya Kumar BComm, MComm, MBA, Ph.D.

Marketing Professor, Direktor Zentrums für Marketing,
London Business School

CSA CELEBRITY SPEAKERS

Prof. Nirmalya Kumar ist einer der weltweit führenden Denker für Strategie und Marketing. Seine berühmte Fallstudie über easyJet demonstriert seine Fähigkeit, Märkte zu interpretieren. Zur Zeit beschäftigt er sich damit, wie sich sich Unternehmen marktgetrieben entwickeln können, da das Zeitalter des Push-Marketing vorbei ist. Der renommierte Akademiker ist seit 2004 an der London Business School tätig. Er ist Professor für Marketing, Direktor des Zentrums für Marketing und Co-Direktor des Aditya V. Birla India Centre der London School of Business.

"Push-Marketing ist tot" - Nirmalya Kumar

Im Einzelnen

Jetzt in Europa ansässig, lehrte er 10 Jahre an US Universitäten. Prof. Kumar hat mit 50 Fortune 500 Unternehmen wie Akzo-Nobel, IBM und Sara Lee in 45 Ländern als Trainer, Berater, Seminarleiter und Referent für Strategie, Marketing, Branding, Einzelhandel und Vertrieb zusammengearbeitet. Er ist Vorstandsmitglied von Bata Indien, BP Ergo und Zensar Technologies und ein gefragter Gast bei u. a. BBC, Business Week, CNBC, CNN, Financial Times, International Herald Tribune und dem Wall Street Journal . Er ist Autor von vier Büchern und zahlreichen Artikeln, die in Zeitschriften weltweit veröffentlicht werden.

Seine Vorträge

Wollen Sie das Marketing innerhalb Ihrer Organisation strategisch positionieren? Prof. Kumar zeigt, wie sich der Status des Marketing durch Kreuz-Funktionalität erhöht. Sein jüngstes Buch macht ihn zu einem Guru wenn es darum geht, Kontakt und Business mit indischen Unternehmen und Führungskräften zu etablieren. Er glaubt, die Marketing-Funktion befindet sich aktuell in einer Krise und erörtert die Ursachen. Die Business Week bezeichnet Prof. Kumar als einen der besten Professoren für MBA-Programme.

Sein Vortragsstil

Die Mischung aus Forschung und praktischer Erfahrung machen Prof. Kumar zu einem gefragten Berater. Er studierte Marketing an der Seite von Philip Kotler und praktiziert was er mit Energie und Leidenschaft predigt.

Themen

- Kundenwert herstellen
- Herstellung / Produktion
- Die Beziehung Hersteller-Verkäufer
- Die Vermarktung von Brands
- Vom getriebenen zum treibenden Markt

Sprachen

Er referiert auf Englisch.

Möchten Sie mehr erfahren?

Für ausführlichere Informationen rufen Sie uns bitte an oder schicken Sie uns eine E-Mail.^Wie können Sie den Redner/die Rednerin buchen?Per Telefon oder E-Mail.

Publikationen

2009

India's Global Powerhouses

2004

Marketing as Strategy: understanding the CEO?s agenda for driving growth and innovation

Artikel2003Buzz, chat, and branding give red bull wings - Financial TimesKill a brand, keep a customer - Harvard Business ReviewProfits in the pie of the beholder - Harvard Business Review2002Path to change - Financial Times