

Patrick NICHOLSON
INNOVATION Academy
Lille

CV

Skills & Interests

Expertise

Data analysis
Retail
Storytelling
Privacy
Referral program
WOM
Personalisation
Brand Equity

Qualification

Scholarly Academic

Academic Degrees

HDR I.A.E de Montpellier, France, 1994
Doctorat I.A.E de Lille, France, 1983
Maitrise Université de Lille 1, France, 1978

Work Experience

Professor, ILIS - Institut Lillois d'Ingénierie de la Santé. Lille 2 University (2010 - Present), Lille, France.
Professor, SKEMA (1989 - Present), Lille, France.
Professor, IMD - Institut du Management de la Distribution. Lille 2 University (2006 - 2009), Lille, France.

INTELLECTUAL CONTRIBUTIONS

Articles in Journals

- Nicholson, P. & de Pechpeyroux, P. (in press, 2015). Le recrutement par parrainage : aller au-delà du schéma de récompense. *Décisions Marketing* (62).
- Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2013). Les chartes de respect de la vie privée face au défi de la confiance. *Management & Avenir* (62), 111-129.
- Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2012). An integrated framework for privacy concerns in France. *International Journal of Integrated Marketing Communications*.
- Nicholson, P. & Vanheems, R. (2009). Orientations d'achat et comportement multi-canal du client. *Management & Avenir*, 21, 136-156.
- Nicholson, P. (2009). Stratégie multi-canal : comprendre les comportements migratoires des clients entre canaux de distribution. *Management & Avenir*.
- Nicholson, P. (2001). New Customers Value Measurement: Some Empirical Evidence. *Frontiers in Direct and Interactive Marketing Research*, 3.

Nicholson, P. (1994). L'identification d'une cible en Marketing Direct. *Recherches et Applications en Marketing, IX (3)*.

Nicholson, P. (1987). Réconcilier hommes d'études et décideurs. *Revue Française de Gestion (61)*.

Nicholson, P. (1985). Le fichier clients, source de profits. *Revue Française de Marketing (103)*.

Articles in Proceedings

Nicholson, P. (2017). L'immersion du lecteur au cœur des récits de marques. *Journée AFM Irep*.

Nicholson, P., Riquet, Y., & de Pechpeyrou, P. (2012). Mode de recrutement et valeur client: le cas du parrainage. *Congrès A.F.M.*

Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2011). Privacy concerns in France: a conceptual framework. *DMEF Annual Conference*.

Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2011). Les chartes de respect de la vie privée: pavés ou pavées de bonne intentions. *Annual Conference Marketing Trends in Europe*.

Nicholson, P. & Vanheems, R. (2009). The impact of a company's new website on it's stores' customers. *The European Marketing Academy*.

Desse, S. & Nicholson, P. (2009). Attachement à l'enseigne et différenciation concurrentielle. *14èmes Journées de Recherche en Marketing*.

Desse, S. & Nicholson, P. (2009). Attachement à l'enseigne et différenciation concurrentielle. *Journées de Recherche en Marketing*.

Nicholson, P. & Vanheems, R. (2006). Shopping orientations and channel transfer behavior. *18th DMEF Annual Conference - Proceedings*.

Nicholson, P. & Vanheems, R. (2006). Shopping orientations and channel transfer behavior. *18th DMEF Annual Conference - Proceedings*.

Books, Monographs, Compilations, Manuals

Nicholson, P. & Dubois, P. L. (1987). *Le marketing Direct Intégré*. France: Editions Chotard.

Chapters, Cases, Readings, Supplements

Nicholson, P. (2017). Joer collectif pour faire prospérer une industrie : le football professionnel au défi du modèle de la ligue fermée. *Génération Marketing Sciences de gestion*. Editions Economica.

Ouvry, M., Felix, M., & Nicholson, P. (2016). Segmentation, ciblage et positionnement - le cas CEMOI. In CCMP (Ed.), *Segmentation, ciblage et positionnement - le cas CEMOI*.

Nicholson, P. & Dubois, P. L. (1992). Le Marketing Direct. In Vuibert (Ed.), *Encyclopédie du Management*. France: Editions Vuibert.

Nicholson, P. & Dubois, P. L. (1992). Le positionnement. In Vuibert (Ed.), *Encyclopédie du Management*. France: Editions Vuibert.

Nicholson, P., Dubois, P. L., & Jolibert, A. (1990). Le Marketing Direct. In Economica (Ed.), *Marketing, fondements et pratiques*. France: Editions Economica.

Conference Presentations

Nicholson, P. (2017, October). *L'immersion du lecteur au cœur des récits de marques*. Journée AFM Irep, Paris, France.

Nicholson, P. (2016, May). *Les récits de marque à la lumière de la Narrative Transportation Theory*. AFM Annual Conference, Lyon, France.

OUVRY, M. & Nicholson, P. (2016, January). *Why do you shop at multiple grocery stores? Analysis of consumer experience and perceived value*. International Marketing Trends Conference, Venice, Italy.

Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2015, January). *L'effet d'un récit sur le capital-marque : le cas du chocolat*. International Marketing Trends Conference, Venice, Italy.

Nicholson, P. (2014, May). *La motivation à participer à un programme de parrainage: une approche conceptuelle et expérimentale*. AFM Annual Conference, Montpellier, France.

de Pechpeyrou, P. & Nicholson, P. (2013, July). *Customer Referral Programs: Fairness of Reward Schemes and Customer's Motivation*. SABE/IAREP/ICABEEP 2013 Conference, Atlanta, Georgia.

Nicholson, P., Riquet, Y., & de Pechpeyrou, P. (2012). *Mode de recrutement et valeur client: le cas du parrainage*. Congrès A.F.M., Brest, France.

- Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2011). *Les chartes de respect de la vie privée: pavés ou pavées de bonne intentions*. Annual Conference Marketing Trends in Europe, Venice, Italy.
- Nicholson, P. & de Pechpeyrou, P. (2011, October). *Privacy concerns in France: a conceptual framework*. DMEF Annual Conference, Boston, Massachusetts.
- Desse, S. & Nicholson, P. (2009). *Attachement à l'enseigne et différenciation concurrentielle*. 14èmes Journées de Recherche en Marketing, Dijon, France.
- Nicholson, P. & Vanheems, R. (2009, July). *The impact of a company's new website on it's stores' customers*. The European Marketing Academy, Leeds, United Kingdom.
- Nicholson, P. (2008). *Plus proche, plus loin, nul part et partout...Internet : Evolution ou Révolution ?* Congrès sur les Nouvelles Tendances du Marketing, Venice, Italy.
- Nicholson, P. (2008). *L'attachement à l'enseigne, nouvelle variable du mix distributeur ?* Actes de la 12^e Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, France.
- Nicholson, P. (2007). *Stratégie multi-canal : comprendre les comportements migratoires des clients entre canaux de distribution*. Actes du Colloque Etienne Thil, La Rochelle, France.
- Nicholson, P. (2007). *De l'attachement aux joueurs à l'attachement au club : quelles stratégies de fidélisation des supporters-clients dans le secteur du football professionnel*. Actes de la 12^e Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, France.
- Nicholson, P. & Coli-Lachaud, I. (2006). *Le discours publi-promotionnel des distributeurs*. Actes des journées Tunisiennes de Recherche en Marketing, Tunis, Tunisia.
- Nicholson, P. (2006). *Du ticket de caisse au client : une approche dynamique des comportements d'achat dans la grande distribution*. Actes de la 11^e Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, France.
- Nicholson, P. & Vanheems, R. (2006, October). *Shopping orientations and channel transfer behavior*. 18th DMEF Annual Conference - Proceedings, San Francisco, United States of America.
- Nicholson, P. (2005). *L'exploitation des bases de données comportementales dans la grande distribution : le Cas d'Auchan Consumer Zoom*. Actes des journées Tunisiennes de Recherche en Marketing, Tunis, Tunisia.
- Nicholson, P. & Dubois, P. L. (2004). *La segmentation en Marketing direct*. Journée 'Entreprises' de l'Association Française du Marketing, Paris, France.
- Nicholson, P. & Giard, N. (2004). *La personnalisation en marketing direct*. Actes du Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), St Malo, France.
- Nicholson, P. & Giard, N. (2003). *Personalization Effectiveness: Conceptual and Operational Perspectives*. 15th DMEF Annual Conference Proceedings, Orlando, United States of America.
- Nicholson, P. (2000). *New Customers Value Measurement: Some Empirical Evidence*. 12th DMEF Annual Conference Proceedings, New Orleans, United States of America.
- Nicholson, P. & Odou, P. (2000). *L'ensemble des produits d'un pays: une catégorie cognitive ?* Actes du congrès sur les Nouvelles Tendances du Marketing, Venice, Italy.
- Nicholson, P. & Vanheems, R. (1998). *Les stratégies de multi-implantation des enseignes*. Actes de la 3^e Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, France.
- Nicholson, P. & Odou, P. (1998). *L'influence des croyances stéréotypiques associées au pays d'origine d'un produit sur son évaluation : la mise en évidence du mode catégoriel de traitement de l'information*. Actes du Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Bordeaux, France.
- Nicholson, P. (1986). *Le dilemme hommes d'études – décideurs*. Actes du Congrès de l'Association Française de Marketing (AFM), Grenoble, France.

Research Reports

2006: Nicholson, P. & Poncin, I., Etat de la recherche en e-commerce : bilan et perspectives de recherche., submitted to Rapport du pôle de compétitivité 'Industries du Commerce'.

Other Research

2016: OUVRY, M., FELIX, M., & Nicholson, P., Innovation pédagogique cours PGE L3 compréhension du consommateur et de l'acheteur. [Teaching and Learning Scholarship]

Professional Service

Reviewer: Conference Paper

1985 – 2013: AFM Annual Conference (International).

Professional Memberships

Coordinateur des activités de recherche dans le domaine de la Distribution - Laboratoire Germe - E.S.A - Université de Lille 2., N.C

Professors' Academy - Direct Marketing Educational Foundation (DMEF), 2005-2013

Président du comité scientifique du colloque E. Thil - La Rochelle, 2004

Academic Chair - 14th DMEF Annual Conference - San Francisco, 2002

Membre du Comité Scientifique du Colloque E. Thil, 2000-2006

AFM (Marketing French Association), 1985-2013