

Karin Zaghi

Channel & Retail

KARIN.ZAGHI@UNIBOCCONI.IT

Via Bocconi 8, room 510

Tel. +39 02 5836.6526 Fax. 02-5836.6893

Curriculum Vitae

Zaghi Karin is Associate Professor of Practice of Marketing and Sales at SDA Bocconi School of Management.

At SDA Bocconi, she is in charge of the Channel & Retail Category. She is also coordinator of two Executive Programs: Trade Marketing and Visual Merchandising. She is lecturing at the MAFED (Master in Fashion, Experience and Design) and at the MFB (Master in Food & Beverage) on the topics of Visual Merchandising. She runs research, training and consulting projects with important firms operating in the fashion, design, automotive, electronics and grocery industry.

Her research activities focus on retailing, visual merchandising and trade marketing. Currently, she is analyzing four main topics linked with her previous research: store design and visual merchandising, buying behavior and experiential shopping, trade marketing and category management, and channel management in fashion, design, motorbike, electronics, household products and grocery.

She published in leading academic and management journals such as *Micro&Macro Marketing*, *Economia&Management*, *Largo Consumo*. Author of many books, among others: “Visual Merchandising e relazioni di canale”, FrancoAngeli, 2013; “Visual merchandising. Orientamenti e paradigmi della comunicazione del punto vendita”, FrancoAngeli, 2014; “Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all’esperienza del cliente”, FrancoAngeli, 2018; “Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value”, FrancoAngeli, 2018.

Karin earned a Degree from Bocconi University.

Publications

Books and Monographs

- I Rapporti Industria-Distribuzione nel Settore del Mobile in Italia e in Europa (con Roberto Grandinetti e Luciano Pilotti) (1994), Torino: Giappichelli.
- Il Merchandising e la store atmosphere in Distribuzione e Sales in Enciclopedia di Management (vol. 13) (2006), Milano: Egea (pagg. 310-337).
- Il caso Epicenter (con S. Borghini), in (a cura di S. Castaldo, C. Mauri), "Innovazione, experience, partnership. Casi di innovazione nel retail", (2007), Milano: F. Angeli (pagg. 143-154).
- Atmosfera e Visual Merchandising: ambienti, relazioni ed esperienze, (2008), Milano: F. Angeli.
- I sentieri possibili di sviluppo dell'ambiente competitivo, con C. Schettino, in (a cura di A. Rea), "Scenari di marketing del vino", (2009), Milano: F. Angeli (pagg. 37-48).
- Enotecche e Ristoranti: luoghi di comunicazione e relazione, in (a cura di A. Rea), in (a cura di A. Rea), "Scenari di marketing del vino" (2009), Milano: F. Angeli (pagg. 103-129).
- Retail management, con K. Premazzi, in (a cura di E. Valdani), "M@rketing management", (2011), Milano: Egea (pagg. 707-742).
- Visual Merchandising e relazioni di canale. Valore, comunicazione, produttività, (2013), Milano: F. Angeli.
- Visual Merchandising. Orientamenti e paradigmi della comunicazione del punto vendita, (2014), Milano: F. Angeli.
- Il Visual Merchandising, in (a cura di S. Castaldo, C. Mauri), "Store Management. La gestione delle piattaforme relazionali", (2017) (fourth edition), Milano: F. Angeli.
- Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all'esperienza del cliente, FrancoAngeli, 2018
- Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value, FrancoAngeli, 2018.

Other Articles

- Le politiche di marca nel largo consumo: il caso Lavazza, Commercio - Rivista di Economia e Politica Commerciale n. 45/1992: 79-104.
- La rivoluzione commerciale francese e la nascita dei grandi gruppi a dominanza alimentare, Commercio - Rivista di Economia e Politica Commerciale n.47/1993: 33-64.
- Struttura e assetti di canale nel settore del mobile in Europa: un confronto tra Germania, Italia e Francia (with Luciano Pilotti), Commercio - Rivista di Economia e Politica Commerciale n.52/1994: 3-54.
- Caratteristiche strutturali e tendenze evolutive dell'artigianato di servizi ternano, in "Un modello di analisi per la programmazione commerciale. Il caso di Terni" (Luca Zanderighi) (1996), Milan, Italy: F. Angeli.
- Caratteristiche strutturali e tendenze evolutive dell'artigianato di servizi ternano, Commercio - Rivista di Economia e Politica Commerciale n.53/1995: 105-152.
- L'articolazione dell'assortimento tra le diverse tipologie di marca: un'analisi comparata, (a cura di) Commercio - Rivista di Economia e Politica Commerciale n.54/1995: 21-141.
- La distribuzione all'ingrosso e gli intermediari del commercio in "La distribuzione commerciale in Italia" (by Luca Pellegrini) (1996), Milan, Italy: Il Mulino (pages 199-233).
- Sistema Moda e distribuzione: nuovi modelli di business Economia & Management, n.5/2003: 61-80.
- Imprese vinicole e orientamento al mercato: un connubio da costruire (con G. Troilo), Economia & Management, n. 3/2006: 58-80.
- L'attaccamento ai luoghi commerciali. Viaggio nelle esperienze quotidiane e straordinarie dei consumatori (con S. Borghini), Micro & Macro Marketing, n.1/2007: 59-69.
- Atmosfera e visual merchandising, Economia & Management, n.5/2008, Milano: 52-54.
- La pianificazione del concept di punto vendita: dall'approccio tecnico a quello strategico, Economia & Management, n.5/2009: 83-100.
- Acquisto d'impulso o programmato? Il ruolo del visual merchandising, Economia & Management, n.1/2011
- Miniero G., Zaghi, K., Dossier - Il cliente percepito, Economia & Management, 3/2017, 2017

Conference Papers

- The management of retail assortment: the brand dimension (with Paolo Bertozzi), Conference Proceedings-8th International Conference on Research in the Distributive Trade, Milan, Italy 1995: Cescom.
- Marketplace and attachment A journey through ordinary and extraordinary consumer experience (with Stefania Borghini), 35th Conference EMAC, Athens, Greece, 2006.
- Ambient stimuli and place attachment, Retail Conference, Athens University of Economics & Business, Athens, Greece, 2008.
-

Director

CHANNEL & RETAIL

VISUAL MERCHANDISING

LANGUAGE

ITALIAN

ON DEMAND

