

Laura Colm

MARKETING

ASSOCIATE PROFESSOR OF PRACTICE
Sales

LAURA.COLM@SDABOCCONI.IT

Biografia

Laura Colm è Associate Professor of Practice di Marketing e Sales in SDA Bocconi. Le sue attività di ricerca si focalizzano sul marketing B2B e industriale, sul marketing dei servizi e sui modelli di business basati sui servizi (ad es. solution selling, Everything-as-a-Service), sull'interfaccia tra marketing e vendite, e sull'e-commerce e le strategie omnichannel. È Head of Core Team del Mobius Lab di SDA Bocconi sulla mobilità user-centric, smart e sostenibile, ed è membro del Commercial Excellence Lab (CEL).

Ha pubblicato diversi articoli, libri, capitoli in libri internazionali e teaching case su queste tematiche. I suoi studi sono stati pubblicati, tra l'altro, nel Journal of Marketing, Journal of Service Research, Harvard Business Review Italia e Italian Journal of Marketing (già Mercati e Competitività). Il suo ultimo libro è "Forgiare il futuro – L'effectuation theory e il percorso imprenditoriale di Loccioni" (Egea, 2021).

Nel 2024 Laura è stata premiata con il Robert Lusch Early Career Research Award, assegnato dall'American Marketing Association (AMA) e dall'American Marketing Association Foundation (AMAF) ad uno studioso che abbia pubblicato un articolo all'inizio della propria carriera su una rivista dell'AMA, allargando i confini della conoscenza grazie all'introduzione di teorie e/o quadri concettuali innovativi per comprendere meglio i consumatori, i mercati e le azioni di marketing. Nel 2022 è stata finalista a parimerito del premio per la miglior tesi di dottorato da parte di AMA SERVSIG e nel 2021 ha vinto un premio alla didattica all'Università Bocconi. Nel 2016 ha vinto la competizione annuale per il miglior caso di studio di ASFOR GSE Research/Greenleaf Publishing nel 2014 la borsa di ricerca Lyam Glynn da parte di AMA SERVSIG e Arizona State University.

È docente di corsi prevalentemente sulle tematiche e-commerce e vendite omnichannel, marketing digitale, marketing dei servizi e metodi qualitativi. È docente a contratto presso l'Università Bocconi e membro di AMA e SIMktg (Società Italiana Marketing). È inoltre editorial review member per il Journal of Business Research e ad hoc reviewer per il Journal of Service Research ed il Journal of Business Ethics.

Laura ha conseguito un Dottorato di ricerca (Ph.D.) in Marketing Management con lode presso l'Università di Stoccarda, una Laurea specialistica (M.Sc.) in Marketing Management ed una Laurea triennale in Economia Aziendale e Management presso l'Università Bocconi.

Ambito di insegnamento

B2B Marketing

Service Marketing

Pubblicazioni recenti

CAIOZZO P., GUENZI P., COLM L.

Commercial excellence. La scienza dietro l'arte dell'eccellenza commerciale

McGraw-Hill, Italia, 2025

GAUR A., COLM L.

What Is the Metaverse for? in *Blockchain, Metaverse, and Digital Payments*

Aijaz A. Shaikh, Galimkair Mutanov, Heikki Karjaluo (a cura di), Routledge, chap. 12, pp.182-199, 2024

BORGHINI S., CIRRINCIONE A., COLM L., GAUR A., MEDICI B., SORBINO F.

La mobilità urbana nella prospettiva della Generazione Z

Economia & Management, 2024, no. 2, pp.87-96

COLM L., PRESTINI S.

Il nuovo paradigma commerciale del Social Trade Marketing

Harvard Business Review Italia, Marzo, 2024, pp.104-105

COLM L.

Mobilità sostenibile tra obbligo e aspirazione

Economia & Management, 2023, no. 4, pp.33-37

CAIOZZO P., COLM L., GUENZI P., SISTI M. A.

Dieci aree di azione per ridisegnare la funzione vendite

Economia & Management, 2022, no. 4, pp.83-91

Grants & Premi

2024 Robert Lusch Early Career Research Award - AMA - American Marketing Association , 2024

Finalist and runner-up – Best dissertation award – AMA-SERVSIG (Services Special Interest Group) - AMA - American Marketing Association , 2022

Teaching Award - Graduate School - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2021

Best case study – ASFOR GSE Research/Greenleaf Publishing , 2016

Lyam Glynn research scholarship – AMA-SERVSIG (American Marketing Association - Services Special Interest Group) and Arizona State University , 2014
