

Paolo Guenzi

MARKETING

ASSOCIATE PROFESSOR

Sales

PAOLO.GUENZI@SDABOCCONI.IT

Biografia

Paolo Guenzi è Professore Associato del Dipartimento di Marketing presso l'Università Bocconi e docente senior dell'Area Marketing della SDA Bocconi.

In SDA Bocconi è stato Direttore dell'Area Marketing. È Direttore del Commercial Excellence Lab di SDA Bocconi, docente nell'Executive MBA e nell'Executive Master in Marketing&Sales, e program director di numerosi corsi sulle vendite. Lavora in progetti di ricerca, formazione e consulenza per numerose aziende operanti nei settori sia business to business che consumer.

Le sue ricerche si concentrano su tre aree fondamentali: sales management, trasformazione digitale delle vendite e marketing relazionale. In particolare si occupa di tutte le leve gestionali che influenzano la performance dei venditori e la commercial excellence, di come gestire la trasformazione digitale delle reti di vendita, dell'impatto dei leader sui risultati delle organizzazioni commerciali e del miglioramento delle relazioni fra marketing e vendite.

È autore di una quarantina di articoli scientifici pubblicati su prestigiose riviste accademiche internazionali quali California Management Review, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Product Innovation Management, Industrial Marketing Management, European Journal of Marketing, Production and Operations Management, Journal of Business Research, International Journal of Service Industries Management, Journal of Brand management e Journal of Marketing Management. È inoltre autore di una ventina di capitoli in libri nazionali ed esteri, e di numerosi articoli su riviste scientifiche italiane. I suoi libri più recenti sono: La trasformazione digitale delle vendite (Egea, 2021), Gestire le Vendite (Egea, 2015), Leading Teams (Wiley, 2013); Team Leadership (Egea, 2012); Sales Management: A Multinational Perspective, (Palgrave MacMillan, 2011). Ha presentato una cinquantina di papers in convegni internazionali soggetti a referaggio, ed ha avuto un blog su Harvard Business Review. È l'unico membro italiano dell'Editorial Board del Journal of Personal Selling & Sales Management. È stato per numerosi anni Chair del track di Personal Selling & Sales management della European Marketing Conference. Ha insegnato in una dozzina di Stati ed è stato invited speaker in numerose business school internazionali, fra le quali Harvard, Insead, Columbia, London Business School, Cranfield, University College Dublin, Vlerick.

Paolo ha conseguito la Laurea in Marketing e un Dottorato di ricerca in Economia Aziendale entrambi presso l'Università Bocconi e l'ITP (International Teachers Programme) presso l'IMD. Paolo ha due figlie ed è impegnato in progetti di volontariato con la associazione no profit di cui è tra i soci fondatori.

Ambito di insegnamento

Sales Management

Key Account Management

Marketing Management

Marketing & Sales Integration

Pubblicazioni recenti

CAIOZZO P., GUENZI P., COLM L.

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

McGraw-Hill, Italia, 2025

GUENZI P.

Marketing dell'ignoranza: Un prodotto Made in Italy di straordinario successo

Egea, Milano, Italia, 2025

ROUZIOU M., BOLANDER W., PEESKER K., HAUTAMÄKI P., RANGARAJAN D., SAMARAWEEERA M., BULLEMORE J., KLEIN M., AGNIHOTRI R., JENSEN K. B., CLARO D. P., FOURNIER C., GONZALEZ G. R., GUENZI P., KADIĆ-MAGLAJLIĆ S., LAI-BENNEJEAN C., PALOMINO-TAMAYO W., RAMOS C., RYALS L., SALAS J., SHI H., SQUIRE P., WESTPHAL J.

Global Events Demand Global Data: COVID-19 Crisis Responses and the Future of Selling and Sales Management Around the Globe

Journal of International Marketing, 2024

GUENZI P., NIJSSEN E. J.

In search of digital solution sellers: the role of non-monetary motivation and empowering leadership behaviors

Journal of Personal Selling and Sales Management, 2024, vol.44, no. 3, pp.253-273

GUENZI P., NIJSSEN E. J.

The relationship between digital solution selling and value-based selling: a motivation-opportunity-ability (MOA) perspective

European Journal of Marketing, 2023, vol.57, no. 3, pp.745-770

KANURI V. K., HABEL J., CHAKER N. N., RANGARAJAN D., GUENZI P.

B2B online sales pushes: Whether, when, and why they enhance sales performance

Production and Operations Management, 2022
