
RESEARCHER

Sales

LAURA.COLM@SDABOCCONI.IT

Biografia

Laura Colm è Ricercatrice 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 e Italian Journal of Marketing (già Mercati e Competitività). Il suo libro più recente è "Forgiare il futuro – L'effectuation theory e il percorso imprenditoriale di Loccioni" (Egea, 2021).

Laura è stata finalista a parimerito del premio per la miglior tesi di dottorato da parte di AMA SERVSIG nel 2022 e ha vinto un premio alla didattica all'Università Bocconi nel 2021, la competizione annuale per il miglior caso di studio di ASFOR GSE Research/Greenleaf Publishing nel 2016 e la borsa di ricerca Lyam Glynn da parte di AMA SERVSIG e Arizona State University nel 2014.

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, membro della SIMktg (Società Italiana Marketing) e ad hoc reviewer per il Journal of Service Research, Journal of Service Management e Asia Pacific Journal of Tourism Research.

Laura ha conseguito un dottorato di ricerca (Ph.D.) in Marketing Management 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

Marketing Management

Marketing & Sales Integration

New Business Models

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

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

COLM L., ORDANINI A., BORNEMANN T.

Dynamic Governance Matching in Solution Development

Journal of Marketing, 2020, vol.84, no. 1, pp.105-124

COLM L., ORDANINI A., PARASURAMAN A.

When Service Customers Do Not Consume in Isolation

Journal of Service Research, 2017, vol.20, no. 3, pp.223-239

COLM L., CARÙ A.

Two faces of the same coin: how the interplay between organizational and territorial culture builds the concept of service culture

Mercati e Competitività, 2016, no. 3, pp.87-109

MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

COLM L., ORDANINI A.

Forgiare il Futuro. L'effectuation Theory e il Percorso Imprenditoriale di Loccioni

Egea, Milano, Italia, 2021

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

COLM L. I. M., COLM L.

Strategies to Improve B2B Customer Relationships Through Digitally Enabled Experiences in *Handbook of Research on Digital Innovation and Networking in Post-COVID-19 Organizations*

Ana Pego (a cura di), IGI Global, chap. 2, pp.18-35, 2022

COLM L., ORDANINI A.

Facing Supply Chain Disruptions: Strategies to Ensure Relational Continuity in *The Impact of COVID-19 on Supply Chain Management*

Richard Wilding (a cura di), Proud Pen, chap. 4, pp.55-72, 2021

CARÙ A., COLM L., COVA B.

Innovating Services Through Experiences: An Investigation of Servicescape's Pivotal Role in *Service Innovation*

Marja Toivonen (a cura di), Springer Japan, pp.149-170, 2016

CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

COLM L., GUENZI P.

A Roadmap for Omnichannel Sales Transformation Starting from Remote Selling: The Olympus Italy Case

2021, The Case Centre, Gran Bretagna

Grants & Premi

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

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