

# Fabrizio Zerbini

---

PROFESSOR OF PRACTICE

**Marketing Management**

**FABRIZIO.ZERBINI@UNIBOCCONI.IT**

---

## Biografia

Fabrizio Zerbini è Professor of Practice di Marketing Management presso SDA Bocconi, dove è incaricato in qualità di Direttore dell'Area Marketing e di Direttore Scientifico del laboratorio di future mobility Mobius. Le sue aree di lavoro sono Customer Experience Management, Digital Marketing Strategy, Omni-channel Management, e Marketing Ethics.

Ha pubblicato su riviste accademiche internazionali come European Management Journal, Journal of Business Ethics, Industrial Marketing Management, Journal of Business Research e riviste accademiche italiane come Economia e Management, Mercati e Competitività e Finanza Marketing e Produzione. È membro dell'editorial board di Industrial Marketing Management.

È stato visiting scholar presso la Carlson School of Management, University of Minnesota, Minneapolis e la Hebrew University, Jerusalem. Ha insegnato presso SciencePo, ESCP, la Libera Università di Lingue e Comunicazione (IULM), Milano, e la Wien University. È stato Associate Dean for Undergraduate Studies, Head of the European Department of Marketing, Scientific Director per il Go-to-Market Track e Direttore Scientifico del Digital Marketing Certificate presso ESCP. È stato Direttore del Master in Event and Exhibition Management dell'Università Bocconi. Ha esperienza di consulenza o di formazione manageriale con PMI e grandi organizzazioni come 3M, ABB, Amazon, Brembo, Bongrain, CGT, Ebay, Fiera Milano International, General Electric, Intesa SanPaolo, Italcementi, Lidl, Mantrac, Mercedes, Q8, Reale Mutua Assicurazioni, Reply, PwC, Shell, Sixt, Sony, Spar, Toyota, Unicredit, Windtre, WPP, e Zanichelli.

Ha conseguito un Ph.D. in Management presso l'Università Bocconi.

## Ambito di insegnamento

Channel Management

Omnichannel strategy

B2B Marketing

Customer-Centric Digital Strategies

Market Strategy & Competition

---

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

- CASTALDO S., ZERBINI F.  
**I punti chiave della trasformazione digitale del go-to-market**  
Economia & Management, 2022, no. 4, pp.76-82
- ZERBINI F.  
**CSR Initiatives as Market Signals: A Review and Research Agenda**  
Journal of Business Ethics, 2017, vol.146, pp.1-23
- CASTALDO S., PREMAZZI K., ZERBINI F.  
**The Meaning(s) of Trust. A Content Analysis on the Diverse Conceptualizations of Trust in Scholarly Research on Business Relationships**  
Journal of Business Ethics, 2010, vol.96, no. 4, pp.657-668
- CARÙ A., CUGINI A., ZERBINI F.  
**Assessing And Managing The Costs Of Satisfaction In B2B Services**  
Journal of Strategic Innovation and Sustainability, 2010, vol.6, no. 4, pp.50-79
- CUGINI A., ZERBINI F., DE CARLO M.  
**Strumenti per valutare la strategia di una destinazione turistico-congressuale: il caso Torino Convention Bureau**  
Finanza, Marketing e Produzione, 2010, vol.1, pp.116-140
- CASTALDO S., ZERBINI F., GROSSO M.  
**Integration of third parties within existing dyads: An exploratory study of category management programs (CMPs)**  
Industrial Marketing Management, 2009, vol.38, no. 8, pp.946-959
- JARACH D., ZERBINI F., MINIERO G.  
**When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis**  
Journal of Air Transport Management, 2009, vol.15, no. 6, pp.287-293
- MOLLERING G., ZERBINI F., GROSSO M.  
**Mediated category management: understanding how third parties enable the implementation of buyer-seller collaboration**  
Finanza, Marketing e Produzione, 2009, vol.2, pp.11-28
- DE CARLO M., CUGINI A., ZERBINI F.  
**Assessment of destination performance: a strategy map approach**  
Tourism Review, 2008, vol.63, no. 2, pp.25-37
- SALVIOTTI G., ZERBINI F.  
**I sistemi di CRM nel retail: centralizzazione o decentramento?**  
Economia & Management, 2008, no. 1, pp.91-117
- ZERBINI F., CASTALDO S.  
**Stay in or get out the Janus? The maintenance of multiplex relationships between buyers and sellers**  
Industrial Marketing Management, 2007, vol.36, no. 7, pp.941-954
- CUGINI A., CARÙ A., ZERBINI F.  
**The Cost of Customer Satisfaction: A Framework for Strategic Cost Management in Service Industries**  
European Accounting Review, 2007, vol.16, no. 3, pp.499-530
- ARBORE A., ADDIS M., ZERBINI F.  
**Technology-Supported Education: Old Questions for New Strategies**  
Innovative Marketing, 2006, vol.2, no. 4, pp.131-147
- CRISTOFOLI D., ZERBINI F.  
**Privatizzazioni e corporate governance. Il caso delle imprese pubbliche locali quotate**  
Economia & Management, 2002, no. 6, pp.61-72
-

## CURATELE DI OPERE COLLETTANEE

BORGHINI S., CARÙ A., GOLFETTO F., PACE S., RINALLO D., VISCONTI L., ZERBINI F. (A CURA DI)  
**Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano Podestà**  
Egea, Milano, Italia, 2012

---

## CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

ZERBINI F.

**Store Relationship Management: modelli di analisi e strumenti applicativi** in *Store Management: Il Punto Vendita come Luogo di Customer Experience*

Castaldo S., Mauri C. (a cura di), Franco Angeli, chap. 4, pp.133-164, 2017

CIRRINCIONE A., ZERBINI F.

**Customer Relationship Marketing** in *M@rketing Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente*

E.Valdani (a cura di), Egea, pp.787-820, 2011

VALDANI E., ZERBINI F.

**Il valore dell'orientamento al cliente** in *M@rketing Management - Progettare e generare valore per il cliente*

E. Valdani (a cura di), Egea, pp.41-63, 2011

CASTALDO S., GROSSO M., ZERBINI F., MOLLERING G.

**Exploring How Third-Party Organizations Facilitate Coopetition Management in Buyer-Seller Relationships** in *Coopetition Winning Strategies for the 21st Century*

Saïd Yami, Sandro Castaldo, Giambattista Dagnino, Frédéric Le Roy (a cura di), Edward Elgar Publishing, pp.141-165, 2010

ZERBINI F., VIANELLO S.

**Segmentazione, Targeting e Posizionamento** in *Marketing e Fiducia*

S. Castaldo (a cura di), Il Mulino, pp.107-138, 2009

GOLFETTO F., ZERBINI F., GIBBERT M.

**Competence-Based Value Framing for Business-To-Business Customers** in *Creating and Managing Superior Customer Value*

A. Woodside, F. Golfetto, M. Gibbert (a cura di), Emerald Group Publishing Limited, pp.345-379, 2008

ZERBINI F.

**Supplying value to customers through innovation** in *Strategic Market Creation: A New Perspective on Marketing and Innovation Management*

K. Tollin, A. Carù (a cura di), John Wiley & Sons, pp.229-253, 2008

CASTALDO S., GROSSO M., ZERBINI F.

**Il category management per la categoria vini. La collaborazione tra Lombardini e Coltiva** in *Innovazione, Experience, Partnership. Casi di innovazione nel retail*

S. Castaldo, C. Mauri (a cura di), Franco Angeli, pp.181-202, 2007

CILLO P., CASTALDO S., ZERBINI F.

**Strategie e strumenti per lo sviluppo della relazione con i clienti** in *Distribuzione: Retailing e Acquirente*

S. Castaldo (a cura di), Il Sole 24 Ore - Università Bocconi Editore - La Repubblica, pp.338-368, 2006

---

ZERBINI F.

**Il futuro elettrico della mobilità**

2022, Economia & Management, Milano, Italia

---

## CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

MORELLI M., STABILINI G., ZERBINI F.

**Spending Analysis @ Barilla**

2018, The Case Centre, Gran Bretagna

---

## EDITORIALI SU QUOTIDIANI NAZIONALI/INTERNAZIONALI

ZERBINI F.

**Tirer parti des données textuelles du Big Data et Web Marketing**

2017, Survey Magazine

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

ZERBINI F., COLM L., MORBIDELLI C.

**Fight the Self and save the Planet: When feeling guilty and paying the bill isn't that easy**

*Sinergie-SIMA Management Conference 2022, 30 June-1 July, 2022, Milano, Italia*

JACOB F., ZERBINI F., SCHAETZLE S.

**Culture as a cross-border supplier assessment**

*14th International Marketing Trends Conference - 22-24 January, 2015, Paris, Francia*

ZERBINI F., BORGHINI S.

**Supplier Know-How Transfer Capacity in The Vendor Selection Process**

*42th Emac Conference, June 4-7, 2013, Istanbul, Turchia*

ZERBINI F., BORGHINI S.

**Understanding the effects of supplier know-how transfer capacity during supplier selection",**

*28th Industrial Marketing & Purchasing Conference, September, 2012, Roma, Italia*

ZERBINI F., BORGHINI S.

**Gaining customers making gifts to rivals: understanding how signals of value potential affect supplier's performance**

*32nd INFORMS Marketing Science Conference - 16-19 June, 2010, Kohln, Germania*

ZERBINI F., BORGHINI S., GOLFETTO F.

**Seing is believing? Signalling supplier's value potential**

*26th Industrial Marketing & Purchasing Conference, September 1-5 2010, Budapest, Ungheria*

CASTALDO S., MOLLERING G., GROSSO M., ZERBINI F.

**Third parties in coopetition management: enabling collaborative strategies in adversarial dyads**

*Academy of Management Annual Meeting - August 7-11, 2009, Chicago, Stati Uniti d'America*

CASTALDO S., GROSSO M., ZERBINI F.

**Hybrid integration: when third parties set the agenda to suppliers and retailers**

*AMA Winter marketing educators' conference - February 20-23, 2009, Tampa, FL, Stati Uniti d'America*

GROSSO M., ZERBINI F., CASTALDO S.

**Mediated category management: understanding how third parties enable value creation by fostering integration between sellers and buyers**

*24th IMP - Conference -September 4-6, 2008, Uppsala, Svezia*

JARACH D., ZERBINI F., MINIERO G.

**Future outcomes for the european airline industry: an ampirical analysis through interviews with european airlines' senior executives**

*12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Grecia*

JARACH D., MINIERO G., ZERBINI F.

**When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines**

*12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Grecia*

---

## Grants & Premi

Premio alla Didattica - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2020

Premio alla Ricerca - ESCP Europe Business School , 2016

Premio alla ricerca - ESCP Europe Business School , 2014

Premio alla Ricerca - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2011

Best Management Paper - Mercati e Competitività , 2007

---