Stefania Saviolo

LECTURER
Competitive Strategy

STEFANIA.SAVIOLO@SDABOCCONI.IT

Biografia

Stefania Saviolo è Tenured Lecturer del Dipartimento di Management e Tecnologia presso l'Università Bocconi.

Presso SDA Bocconi dal 2013 al 2015 è stata Head of Fashion & Luxury Knowledge Center e dal 2002 al 2013 è stata fondatrice e direttrice del MAFED (Master in Fashion, Experience & Design Management). Ha svolto numerosi workshop di strategia e branding per aziende, Business School internazionali e Istituzioni, nonché progetti di consulenza strategica per aziende operanti nei settori beauty, moda e design.

Le sue ricerche riguardano l'innovazione dei modelli di business anche in ottica di sostenibilità, la gestione delle imprese di moda, il brand e retail management nei settori ad elevato valore simbolico. Attualmente, svolge ricerche sul disegno e implementazione di strategie di customer e people experience
Autrice di numerosi saggi e articoli tradotti in diverse lingue che riguardano i temi da lei trattati. I suoi lavori sono stati pubblicati tra gli altri da Economia & Management, Enciclopedia Treccani e Harvard Business Review China. È stata Visiting Scholar presso la Stern School of Business (New York University) e alla Università Nazionale di Singapore. È stata consigliere indipendente di alcune importanti società quotate per le quali è stata anche Presidente dei comitati nomine e remunerazione. Nel 2014 ha lanciato il primo corso internazionale online (MOOC Massive Open Online Course) su "Fashion & Luxury Management" per la piattaforma americana Coursera con oltre 250.000 studenti internazionali partecipanti in dieci anni, seguito nel 2021 dal lancio del corso online "Sustainable Fashion: Brand and Business Strategy Program" per la piattaforma americana Getsmarter.

Stefania ha conseguito la Laurea in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi, un Dottorato in Diritto Internazionale dell'Economia presso l'Università degli Studi di Bergamo e un ITP (International Teachers Programme) presso la Stern School of Business, NYU. Opera come Dottore Commercialista a Milano dal 1995.

Ambito di insegnamento

Business Models

Value Chain Analysis

Competitive Positioning

Industry Analysis

Competitive Intelligence

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

DI DIO ROCCAZZELLA M., SAVIOLO S.
Signature customer experience. Verso un'esperienza aumentata e firmata
Economia & Management, 2024, no. 3, pp.71-79

SAVIOLO S.
Tradizione e innovazione per la nautica di lusso
Economia & Management, 2022, no. 3, pp.19-27

CORBELLINI E. P., SAVIOLO S.
Come il sistema moda deve ripensare i suoi fondamentali
Economia & Management, 2020, no. 4, pp.70-74

PEDERSOLI P., SAVIOLO S.
Signature experience le persone al centro
Economia & Management, 2019, no. 3, pp.86-91

SAVIOLO S.
L'importanza di essere consumer centric
Economia & Management, 2016, no. 4, pp.18-21

SAVIOLO S., CORBELLINI E.
Expo 2015 e la moda milanese: le opportunità da cogliere
Economia & Management, 2012, no. 3, pp.64-74

SAVIOLO S.
China strategy for international luxury brands
Harvard Business Review China, 2007

SAVIOLO S.
Una valutazione strategica dei mercati dell'Asia orientale
Economia & Management, 1998, no. 4, pp.15-28

MONOGRAFIE AD ALTA DIVULGAZIONE

SAVIOLO S.
The Power of Connection: The New Brand Strategy for Fashion, Beauty and Lifestyle Companies
Bocconi University Press - BUP, Milano, Italia, 2025

SAVIOLO S., MARAZZA A.
Lifestyle brands: a guide to aspirational marketing
Palgrave Macmillan, Gran Bretagna, 2013

MARAZZA A., SAVIOLO S.
Lifestyle brand: le marche che ispirano la nostra vita
Rizzoli Etas, Milano, Italia, 2012

SAVIOLO S., CORBELLINI E.
Management in fashion and luxury companies
Rizzoli Etas, Milano, Italia, 2009

SAVIOLO S., CORBELLINI E.
L'esperienza del lusso. Mondi, mercati, marchi
Etas Libri, Milano, Italia, 2007

SAVIOLO S., TESTA S.
La gestión de las empresas de moda
Editorial Gustavo Gili, Spagna, 2007

SAVIOLO S., TESTA S.
Le imprese del sistema moda. Il management al servizio della creatività
Rizzoli Etas, Italia, 2005

SAVIOLO S., CORBELLINI E.
La scommessa del Made in Italy e il futuro della moda italiana
Etas Libri, Milano, Italia, 2004

SAVIOLO S., GIANNELLI B.
Il licensing nel sistema moda. Evoluzione, criticità, prospettive
Etas Libri, Italia, 2001

CURATELE DI OPERE COLLETTANEE

DI DIO ROCCAZZELLA M., SAVIOLO S. (A CURA DI)
Augmented Signature Experience: Umanità, Dati e Tecnologie per ingaggiare il Cliente
Egea, Milano, Italia, 2024

SAVIOLO S. (A CURA DI)
Contactless Signature Experience. Il futuro della relazione con il cliente tra fisico e virtuale
Egea, Milano, Italia, 2021

SAVIOLO S., BORNEY G. M. (A CURA DI)
The Branded Supply Chain: A New Perspective in Sustainable Branding
Bocconi University Press - BUP, Milano, Italia, 2021

SAVIOLO S. (A CURA DI)
Signature Experience. Art And Science Of Customer Engagement For Fashion And Luxury Companies
Bocconi University Press - BUP, Milano, Italia, 2018

CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

SAVIOLO S.
De Beers. Building Forever
2020, The Case Centre, Gran Bretagna

COMMENTS, DISCUSSIONS, REPLIES SU RIVISTA

SAVIOLO S.
Doing Business in China - Strategie di posizionamento dei marchi del lusso
2006, Economia & Management, Italia

NOTE DI RICERCA O BREVI ARTICOLI SU RIVISTA

SAVIOLO S.
Quale formazione per il made in Italy?
2008, Economia & Management, Milano, Italia

SAVIOLO S.
Made in Italy e innovazione
2004, Economia & Management, Milano, Italia