

---

PROFESSOR OF PRACTICE

**Marketing Management**

**ALESSANDRO.ARBORE@SDABOCCONI.IT**

---

# Biografia

Alessandro Arbore è Professor of Practice di Marketing presso SDA Bocconi School of Management.

Presso SDA Bocconi è Faculty Deputy del gruppo Marketing and Sales, Direttore scientifico dei programmi internazionali "Senior Management Program" e "Customer-based strategies & new revenue models". E' inoltre responsabile del corso "Digital For Non Digital Managers" e della Category "Marketing" per la Divisione Open Market. E' stato Direttore dell'Executive Master in Marketing and Sales, in partnership con Esade Business School. Insegna Marketing Strategico negli Executive MBA della Scuola e ha tenuto corsi, seminari, progetti di ricerca e attività professionali per diverse aziende operanti in diversi settori B2C e B2B, tra cui automotive, energy e farmaceutico.

Le sue ricerche riguardano quattro argomenti chiave: le strategie di mercato e competitive, il marketing delle innovazioni, il customer value management e le metriche di marketing.

Autore di numerosi saggi che riguardano i temi da lui trattati, i suoi lavori sono stati pubblicati su importanti journal quali *Economia & Management*, *Journal of the Association for Information Systems*, *Journal of Retailing and Consumer Services* e *Journal of Service Management*. È stato Visiting presso la Wharton Business School, University of Pennsylvania, USA.

Alessandro ha conseguito la Laurea in Economia Aziendale con specializzazione in Marketing presso l'Università Bocconi, un Ph.D. in Public Policy e un Master in the field of Telecommunications entrambi presso la George Washington University, Washington D.C.

## Ambito di insegnamento

Market Strategy & Competition

Customer-based Revenue Models

Customer-Centric Digital Strategies

Pricing and Revenue Management

Customer-Centric Innovation

---

## ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

ARBORE A.

**Strategie di imitazione l'arma in più per le imprese**

*Economia & Management*, 2022, no. 1, pp.95-101

ARBORE A., MANDELLI A.

**Nuove e vecchie logiche di mercato nell'era dell'iperconnessione**

*Economia & Management*, 2021, no. 3, pp.88-93

ARBORE A., VALDANI E.

**Cicli competitivi e giochi di movimento nell'era digitale**

Harvard Business Review Italia, Dicembre, 2020, vol.12, pp.80-86

ARBORE A., ADDIS M.

**Viaggio nelle imprese italiane. Un'indagine sullo stato dell'arte e sull'approccio strategico per un'effettiva centralità del cliente**

Economia & Management, 2017, no. 3, pp.23-27

ARBORE A., PISANU F.

**Recessione e post-recessione: gli effetti della grande tempesta sui comportamenti del consumatore**

Economia & Management, 2015, no. 5, pp.86-98

ARBORE A., SOSCIA I., BAGOZZI R.

**The role of signaling identity in the adoption of personal technologies**

Journal of the Association for Information Systems, 2014, vol.15, no. 2, pp.86-110

ARBORE A., GRAZIANI R., VENTURINI S.

**Understanding personal mobile technologies: decomposing and de-averaging the value of a smartphone**

The Journal of Information Systems, 2014, vol.28, no. 1, pp.167-185

ARBORE A., ESTES Z.

**Loyalty program structure and consumers' perceptions of status: Feeling special in a grocery store?**

Journal of Retailing and Consumer Services, 2013, vol.20, pp.439-444

ARBORE A., BUSACCA B.

**Rejuvenating Importance-Performance Analysis**

Journal of Service Management, 2011, vol.22, no. 3, pp.409-429

SOSCIA I., ARBORE A., HOFACKER C.

**The impact of trial on technology adoption: the case of mobile TV**

Journal of Research in Interactive Marketing, 2011, vol.5, no. 2/3, pp.226-238

ARBORE A., SPERANDIO D.

**Pecunia Non Olet: Gli Switching Behavior Degli Utenti Di Telefonia Mobile**

Economia & Management, 2010, no. 4, pp.89-107

ARBORE A., BUSACCA B.

**Customer satisfaction and dissatisfaction in retail banking: Exploring the asymmetric impact of attribute performances**

Journal of Retailing and Consumer Services, 2009, vol.16, no. 4, pp.271-280

ARBORE A., GUENZI P., ORDANINI A.

**Loyalty building, relational trade-offs and key service employees: the case of radio DJs**

Journal of Service Management, 2009, vol.20, no. 3, pp.317-341

ARBORE A., BUSACCA B., COVA B., SNEHOTA I., KELLER K.

**Marketing challenges in a connected world**

Mercati e Competitività, 2007, no. 3, pp.5-18

VALDANI E., ARBORE A.

**Strategies of Imitation: An Insight**

Problems and Perspectives in Management, 2007, vol.5, no. 3, pp.198-205

ARBORE A., ORDANINI A.

**Broadband Divide Among SMEs: The Role of Size, Location and Outsourcing Strategies**

International Small Business Journal, 2006, vol.24, no. 1, pp.83-99

ARBORE A., ADDIS M., ZERBINI F.

**Technology-Supported Education: Old Questions for New Strategies**

Innovative Marketing, 2006, vol.2, no. 4, pp.131-147

ARBORE A.

**Lo sviluppo delle nuove piattaforme di comunicazione: dinamiche di mercato o servizio universale?**

Mercati e Competitività, 2005, vol.2, pp.55-73

---

## MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

VALDANI E., ARBORE A.

**Competitive Strategies. Managing the present, imagining the future**

Palgrave Macmillan, Gran Bretagna, 2013

ARBORE A.

**Il mercato family per la banda larga. I driver e gli ostacoli all'adozione**

Egea, Milano, Italia, 2008

---

## MONOGRAFIE AD ALTA DIVULGAZIONE

MANDELLI A., ARBORE A.

**Marketing Digitale - II edizione**

Egea, Milano, Italia, 2019

MANDELLI A., ARBORE A.

**Marketing Digitale**

Egea, Milano, Italia, 2015

---

## LIBRI DI TESTO

VALDANI E., ARBORE A.

**Strategie e giochi competitivi. Gestire il presente, immaginare il futuro. Con aggiornamenti online**

Egea, Milano, Italia, 2014

VALDANI E., ARBORE A.

**Strategie competitive. Giochi di movimento, imitazione, posizione**

Egea, Milano, Italia, 2008

---

## CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

ARBORE A.

**Competitive Cycles in a Hyper-Connected World: Everything Flows** in *Dynamic Strategic Thinking for Improved Competitiveness and Performance*

Georgette Andraz, Helder Carrasqueira, Rosaria Pereira, Rita Baleiro (a cura di), IGI Global, chap. 4, pp.89-113, 2020

ARBORE A., BUSACCA B.

**Come sta cambiando il marketing** in *Business next. Non è solo questione di tecnologie*

A. Beltratti, A. Bezzecchi (a cura di), Egea, chap. 2, pp.27-56, 2018

ARBORE A.

**La prospettiva strategica del marketing** in *Marketing. Una disciplina fantastica. Omaggio a Enrico Valdani*  
B. Busacca, M. Costabile (a cura di), Bocconi University Press – BUP, pp.55-70, 2018

ARBORE A., CIRRINCIONE A., VALDANI E.

**Marketing metrics** in *Marketing@Bocconi*  
E. Valdani (a cura di), Egea, chap. 23, pp.639-664, 2016

VALDANI E., ARBORE A.

**Marketing Metrics: una sfida aperta** in *Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano Podestà*  
Francesca Golfetto (a cura di), Egea, pp.323-329, 2012

ARBORE A., VALDANI E.

**Manovre di marketing** in *M@rketiing Management - Progettare e generare valore per il cliente*  
E. Valdani (a cura di), Egea, chap. 26, pp.331-349, 2011

ARBORE A., CIRRINCIONE A., VALDANI E.

**Marketing metrics** in *M@rketiing Management - Progettare e generare valore per il cliente*  
E. Valdani (a cura di), Egea, chap. 23, pp.851-877, 2011

ARBORE A.

**La stima del valore nelle relazioni** in *Customer Value. Soddisfazione, fedeltà, valore*  
Egea, pp.289-296, 2009

ARBORE A.

**La three factor analysis** in *Cliente & service management*  
E. Valdani (a cura di), Egea, pp.90-96, 2009

ARBORE A., ORDANINI A.

**Environmental Drivers of E-Business Strategies Among SMEs** in *Handbook of Research on Global Diffusion of Broadband Data Transmission*  
Yogesh K. Dwivedi, Anastasia Papazafeiropoulou, Jyoti Choudrie (a cura di), IGI Global, chap. 31, pp.493-503, 2008

ORDANINI A., ARBORE A.

**External Pressures for Adoption of ICT Services Among SMEs** in *Handbook of Research on Global Diffusion of Broadband Data Transmission*  
Yogesh K. Dwivedi, Anastasia Papazafeiropoulou, Jyoti Choudrie (a cura di), IGI Global, chap. 33, pp.524-535, 2008

ARBORE A.

**Universal Internet Access Under an Ethical Lens** in *Encyclopedia of Information Ethics and Security*  
Quigley Marian (a cura di), Information Science Reference, pp.655-661, 2007

ARBORE A.

**Adozione e impatto delle ICT nelle PMI: implicazioni per il management e la policy** in *ICT e piccole e medie imprese*  
A. Ordanini (a cura di), Egea, pp.135-140, 2005

ARBORE A.

**L'adozione delle ICT nelle piccole imprese: i precedenti** in *ICT e piccole e medie imprese*  
A. Ordanini (a cura di), Egea, pp.11-32, 2005

ARBORE A.

**Local Loop Unbundling** in *Encyclopedia of Multimedia Technology and Networking*  
Margherita Pagani (a cura di), IGI Global, pp.538-546, 2005

ARBORE A.

**Un'analisi empirica sulla realtà italiana** in *ICT e piccole e medie imprese*

A.Ordanini (a cura di), Egea, pp.33-64, 2005

ARBORE A., CHIZZOLI C.

**Il caso Scent** in *Marketing e creazione di valore*

B.Busacca (a cura di), Egea, pp.155-161, 2004

---

## ALTRO

ARBORE A., VALSESIA F.

**Cybercrimini: tanta paura per nulla?**

2013, Via Sarfatti 25, Milano, Italia

---

## CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

MANDELLI A., PIANCATELLI C., ARBORE A.

**Communication, Business and Digital Transformation: The Case of Burberry**

2021, The Case Centre, Gran Bretagna

ARBORE A.

**Daylight vs Sangstyle case**

2014, The Case Centre, Gran Bretagna

---

## MATERIALE DIDATTICO

ARBORE A.

**Multi-revenue model: il caso Amazon**

2017, SDA Bocconi, Milano, Italia

---

## NOTE DI RICERCA O BREVI ARTICOLI SU RIVISTA

ARBORE A.

**Perché tenere d'occhio il prezzo psicologico**

2018, Economia & Management, Milano, Italia

ARBORE A., VALSESIA F.

**Quando qualcuno ci ruba il nome**

2013, Largo Consumo, Italia

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

ARBORE A.

**The Sound of Pricing: exploring the impact of phonetic symbolism on consumer perceptions' of expensiveness**

*EIRASS Conference - July 11-14, 2016, Edinburgh, Gran Bretagna*

ARBORE A.

**Loyalty Program Structure and Consumer's Perceptions of Status: Feeling Special in a Grocery Store?**

*19th International Conference On Recent Advances In Retailing And Services Science - EIRASS Conference - July 9-12, 2012, Wien, Austria*

ARBORE A.

**Understanding Personal Mobile Technologies: Decomposing and De-averaging the Value of a Smartphone**

*EMAC 40th Conference - May 24-27, 2011, Ljubljana, Slovenia*

ARBORE A., SOSCIA I., MINIERO G.

**Computer based lie detection technique for scale validation**

*AMA Summer Conference - August 13-16, 2010, Boston, USA*

ARBORE A., SOSCIA I., MINIERO G.

**Unmasking Pinocchio, once for all: applying lie detection techniques to overcome the social desirability bias**

*39th EMAC Conference - The Six Senses: The Essentials of Marketing - June 1-4, 2010, Copenhagen, DK*

ARBORE A., SOSCIA I.

**Understanding the Adoption of Personal Technologies: Introducing Identity Signaling**

*Best Papers Proceedings of the 69th Annual Meeting of the Academy of Management - August 7-11, 2009, Chicago, IL, Stati Uniti d'America*

ARBORE A.

**The asymmetric impact of attribute performances in retail banking**

*The Annual London Conference in Money, Economy and Management - July 3-4, 2008, London, UK*

GUENZI P., ARBORE A., ORDANINI A.

**Exploring relational trade-offs in the presence of key employees: the case of the radio industry**

*36th EMAC Conference - May 23-26, 2007, Reykjavik, Iceland*

ARBORE A., GUENZI P., ORDANINI A.

**Investigating the overall contribution of interpersonal relationship to customer-to-firm relationship: the case of key employe**

*36th EMAC Conference - May 22-25, 2007, Reykjavik, Iceland*

---

## VOCI (IN DIZIONARIO O ENCICLOPEDIA)

ARBORE A., VALDANI E.

**Marketing Strategies** in *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*

J.D. Wright (a cura di), Elsevier, pp.555-558, 2015

---

## Grants & Premi

Rotman School of Management Teaching Award – Rotman School of Management , 2020

Best Papers Awards of the Sixty-Ninth Annual Meeting of the Academy of Managemen – Academy Of

