

# Alessandro Arbore

---

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 stato Direttore dell'area Marketing, Direttore dell'Executive Master in Marketing and Sales (EMMS, in partnership con Esade Business School), e Direttore scientifico del programma internazionale "Senior Management Program". E' attualmente Direttore del programma di "Marketing Strategico" e responsabile dei corsi di marketing e di Market Strategy presso gli Executive MBA di SDA Bocconi. Da oltre 25 anni svolge corsi, seminari, progetti di ricerca e attività professionali per aziende operanti in diversi settori, B2C e B2B, tra cui automotive, telecomunicazioni e farmaceutico.

Le sue ricerche riguardano quattro argomenti chiave: le strategie di mercato e i modelli di revenue nell'era dell'iper-connesione, l'innovazione market-based, 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. Dopo la Laurea in Economia Aziendale con specializzazione in Marketing, presso l'Università Bocconi, Alessandro ha conseguito un Ph.D. e un Master 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.

**Replace, Add, Augment: un possibile framework per l'AI Marketing**

Economia & Management, 2025, no. 1, pp.48-60

PIANCATELLI C., MASSI M., ARBORE A.

**Verso un nuovo paradigma di omnichannel in chiave phygital**

Harvard Business Review Italia, Settembre, 2023

ARBORE A., MANDELLI A.

**Le decisioni di mercato nelle fasi di incertezza: il caso del metaverso**

Economia & Management, 2023, no. 2, pp.101-105

MANDELLI A., ARBORE A., PIANCATELLI C.

**Mercati e marketing al tempo dei social media**

Micro & Macro Marketing, 2023, no. 1, pp.207-232

MANDELLI A., PIANCATELLI C., ARBORE A.

**Vibram: il marketing digitale come motore della digital transformation**

Micro & Macro Marketing, 2022, vol.31, no. 1, pp.117-134

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.

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

Economia & Management, 2018, no. 4, pp.64-68

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

ARBORE A.

**Market Strategies in a Hyper-Connected World**

Bocconi University Press - BUP, Milano, Italia, 2025

MANDELLI A., ARBORE A., PIANCATELLI C.

**Storie, Relazioni e Business: Social Media Marketing nell'era delle piattaforme**

Egea, Milano, Italia, 2022

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 fanstastica. 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@rketing 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@rketing 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*

Bruno Busacca, Giuseppe Bertoli (a cura di), 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., PIANCATELLI C.

**If Content is the King, Engagement is the Queen**

2022, MediaBrief

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., VALDANI E.

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

2020, Harvard Business Review Italia, 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**

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

Teaching Excellence Award – ESADE Business School , 2017

Best Papers Awards of the Sixty-Ninth Annual Meeting of the Academy of Management – Academy of Management , 2009

---