
PROFESSORE ASSOCIATO

Innovation

PAOLA.CILLO@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Paola Cillo è Professore Associato del Dipartimento Management e Tecnologia presso l'Università Bocconi e Direttore Ricerche Corporate and Financial Institutions – Claudio Demattè Corporate and Financial Institutions.

È stata Direttore del Master in Economics and Management of Innovation and Technology (EMIT), presso l'Università Bocconi (2011-2016) e Vice Direttore del Dipartimento di Management dell'Università Bocconi. È Liason Officer del Dipartimento di Management e Tecnologia e coordinatore accademico per la Concentration in Luxury Business Management del programma Full Time MBA. Ha gestito numerosi progetti di ricerca e ha collaborato alla realizzazione di corsi di formazione e attività di consulenza con alcune delle più importanti aziende specializzate in beni di largo consumo e operanti nei settori del lusso, del digitale e del farmaceutico.

Le sue aree di competenza includono l'innovazione in settori a elevato contenuto simbolico, big data e strategie di innovazione e l'impatto dell'innovazione rispetto alla risposta degli investitori. Attualmente, si sta concentrando sui seguenti temi: sviluppo dell'innovazione e di nuovi prodotti, il ruolo dell'innovazione nei settori fashion & luxury, data analytics e innovazione.

Autrice di oltre 40 articoli e 2 libri sui temi delle strategie di marketing, dell'innovazione e dello sviluppo di nuovi prodotti. Collabora con colleghi di primarie istituzioni europee e americane nei suoi progetti. Le sue ricerche sono state finanziate da istituzioni pubbliche e compagnie private in Italia e all'estero e sono state pubblicate su riviste accademiche di livello internazionale, come Journal of Marketing, Research Policy, Journal of Product Innovation Management, European Management Journal, e Long Range Planning, tra le altre. È stata Visiting Professor alla Tuck School of Business, Dartmouth (USA) nel 2008, Visiting Assistant Professor del Dipartimento di Marketing della Carlson School of Management, University of Minnesota nel 2005 e Visiting Scholar presso la Wharton School, Università della Pennsylvania nel 2000. Attualmente, è consigliere indipendente presso Miroglio Fashion e presso Generali Investment Partners SGR.

Paola ha conseguito la Laurea con lode in Economia Aziendale e un Dottorato in Economia Management entrambi presso l'Università Bocconi.

Ambito di insegnamento

Management of Creativity

Design Thinking

New Business Models

New Product Development

Technology Management

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

CILLO P., PRIEM R. L., VERONA G., ZANELLA P.

Consumer-CEO interaction as catalyst for business model innovation in established firms

Journal Of Business Research, 2021, vol.131, pp.241-253

CILLO P., RUBERA G.

Come creare valore con l'economia dei dati

Economia & Management, 2021, vol.2, pp.13-16

CILLO P., PRANDELLI E.

A ogni campagna di marketing il suo influencer - An Influencer for Every Marketing Campaign

Economia & Management, 2020, vol.4, pp.75-80

CILLO P., NUNES J. C., PRANDELLI E., SCOPELLITI I.

Changing Style in Style-changing Industries: The Role of Critics as Gatekeepers in High-end Fashion

Emerald Publishing Limited, 2020, vol.42, pp.155-181

CILLO P., GRIFFITH D. A., RUBERA G.

The New Product Portfolio Innovativeness-Stock Returns Relationship: The Role of Large Individual Investors' Culture

Journal Of Marketing, 2018, vol.82, no. 6, pp.49-70

CILLO P.

La variabile critica nelle scelte di innovazione

Economia & Management, 2016, vol.4, pp.22-25

CILLO P., SCOPELLITI I., MAZURSKY D., BUSACCA B.

Quando la necessità aguzza l'ingegno. L'impatto dei vincoli finanziari sulla creatività

Micro & Macro Marketing, 2016, vol.73, no. 1, pp.77-102

SCOPELLITI I., CILLO P., BUSACCA B., MAZURSKY D.

How Do Financial Constraints Affect Creativity?

The Journal Of Product Innovation Management, 2014, vol.31, no. 5, pp.880-893

CILLO P., DELQUIÉ P.

Mean-risk Analysis with Enhanced Behavioral Content

European Journal Of Operational Research, 2014, vol.239, no. 3, pp.764-775

PRANDELLI E., CILLO P.

Come la critica influenza le scelte di cambiamento delle imprese: un'analisi longitudinale sull'innovazione stilistica nel settore della moda

Finanza, Marketing E Produzione, 2012, vol.30, no. 1, pp.69-92

SCOPELLITI I., CILLO P., MAZURSKY D.

Stupire o Persuadere? Strategie di Lancio di un Nuovo Stile nel Settore della Moda

Economia & Management, 2011, no. 5, pp.67-82

TROILO G., CILLO P., DE LUCA L. M.

Market information approaches, product innovativeness, and firm performance: An empirical study in the fashion industry

Research Policy, 2010, vol.39, no. 9, pp.1242-1252

VERONA G., CILLO P.

Artista o trendsetter? Il dilemma dell'innovatore nei settori simbolici

Economia & Management, 2010, vol.2, pp.81-100

CAPPETTA R., CILLO P.

Managing integrators where integration matters: insights from symbolic industries

The International Journal of Human Resource Management, 2008, vol.19, no. 12, pp.2235-2251

CILLO P., VERONA G.

Search Styles in Style Searching: Exploring Innovation Strategies in Fashion Firms

Long Range Planning, 2008, vol.41, no. 6, pp.650-671

CILLO P.

The Role of Market Knowledge in Sustaining Innovation. Evidence from the Fashion Industry

Sinergie, 2007, vol.26, pp.155-165

CILLO P., VERONA G., VICARI S.

The interlink between resources and capabilities: towards a theoretical frame for the development of dynamic capabilities

International Journal Of Learning And Intellectual Capital, 2007, vol.4, no. 1/2, pp.111-131

CAPPETTA R., CILLO P., PONTI A.

Convergent designs in fine fashion: An evolutionary model for stylistic innovation

Research Policy, 2006, vol.35, no. 9, pp.1273-1290

CILLO P.

Fostering Market Knowledge Use in Innovation:

European Management Journal, 2005, vol.23, no. 4, pp.404-412

VICARI S., CILLO P., VERONA G.

Capacità Creativa e Innovazione: Un'analisi esplorativa resource-based

Sinergie, 2005, vol.67, no. 5, pp.123-147

CILLO P., DE LUCA L., MAZURSKY D., TROILO G.

Orientamento al mercato e innovazione nei settori creativi. Una ricerca nel settore della moda

Finanza, Marketing E Produzione, 2005, vol.1, pp.23-45

BUSACCA B., CILLO P.

Le priorità del marketing management: una prospettiva europea

Mercati E Competitività, 2004, vol.0, pp.133-157

BUSACCA B., CILLO P.

Trend in marketing. I risultati di una ricerca esplorativa sulle imprese europee

Economia & Management, 2004, vol.4, pp.42-45

CILLO P.

Market learning capability: A framework to sustain innovation through market knowledge

Finanza, Marketing E Produzione, 2003, vol.2, pp.47-69

CILLO P., TROILO G.

Il ruolo del senso di appartenenza nell'evoluzione dei distretti industriali: una proposta metodologica

Finanza, Marketing E Produzione, 2002, vol.1, pp.63-93

CILLO P., TROILO G.

Rovistare nel Passato per Progettare il Futuro: Evidenze da un Campione di Aziende Italiane

Economia & Management, 2002, vol.3, pp.62-63

BUSACCA B., CASTALDO S., CILLO P.

La gestione della multicanalità

Economia & Management, 2001, vol.1, pp.14-33

CILLO P., PADULA G.

La market orientation nel business to business. Il caso Alcantara

Micro & Macro Marketing, 2001, vol.1, pp.171-194

CAPPETTA R., CILLO P., PONTI A.

L'innovazione nel prêt-à-porter: un'analisi longitudinale di Vogue Italia (1984-1999)

Economia & Management, 2001, vol.3, pp.85-94

CILLO P., LANZA A.

La costruzione dell'identità di marca: Il caso Diesel

Micro & Macro Marketing, 2000, vol.1, pp.129-146

CASTALDO S., CILLO P.

Trust-oriented marketing. La nuova frontiera del loyalty management nelle imprese commerciali.

Economia & Management, 2000, vol.6, pp.73-89

MONOGRAFIE O TRATTATI SCIENTIFICI

VICARI S., CILLO P., RACCAGNI D.

Product Innovation - Dall'idea al lancio del nuovo prodotto

Egea, Milano, Italia, 2013

CILLO P.

Innovazione E Mercato

Carocci Editore, Roma, Italia, 2004

LIBRI DI TESTO

VICARI S., CILLO P., RACCAGNI D. (A CURA DI)

Product Innovation and Market Creation

Egea, Milano, Italia, 2011

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

CILLO P., PRANDELLI E.

Far leva sulla creatività dei consumatori per alimentare con continuità il processo innovativo: evidenze empiriche dal settore moda in *Marketing, una disciplina fantastica: omaggio a Enrico Valdani*

Busacca Bruno, Costabile Michele (a cura di), Egea, pp.187-212, 2018

CILLO P., RUBERA G.

L'innovazione come leva strategica per attrarre e trattenere gli investitori in *Marketing, una disciplina fantastica: omaggio a Enrico Valdani*

Busacca Bruno, Costabile Michele (a cura di), Egea, pp.213-248, 2018

CILLO P., PRANDELLI E.

Luxury Customer Experience and Engagement What Is the Impact of In-Store Technology? in *Online Luxury Retailing: Leveraging Digital Opportunities - Research, Industry Practice, and Open Questions*

B. Kahn (a cura di), Baker Retailing Center, The Wharton School - University of Pennsylvania, pp.33-44, 2016

PRANDELLI E., CILLO P.

Innovation in Symbolic Industries. The Influence of Critical Audience's Evaluations on Fashion Companies' Behavior in *Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano podestà*

Carù A., Borghini S., Golfetto F., Pace S., Rinallo D., Visconti L., Zerbini F. (a cura di), Egea, pp.429-443, 2012

CILLO P., VERONA G.

Sviluppo di Nuovi Prodotti in *Marketing e Fiducia*

S. Castaldo (a cura di), Il Mulino, pp.357-380, 2010

BUSACCA B., CILLO P., MAZURSKY D.

From Market Research to Creativity Templates: Leveraging Tacit Knowledge for Ideation in *Strategic Market Creation: A New Perspective on Marketing and Innovation Management*

Carù A., Tollin K. (a cura di), John Wiley & Sons, Ltd, pp.3-26, 2008

VICARI S., CILLO P.

Developing a Brokering Capacity within the Firm. The Enactment of Market Knowledge in *The Future Of Knowledge Management*

Renzl B.; Matzler K.; Hinterhuber H. (a cura di), Palgrave Macmillan, pp.184-204, 2006

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

OSTILIO M. C., CILLO P.

Internet Customer Database: costruzione, gestione e struttura di un sistema informativo sul cliente in rete in *Il management nell'economia digitale*

Scott W. G., Murtula M., Stecco M. (a cura di), Il Sole 24 Ore, 2003

BUSACCA B., CILLO P.

Marketing, creatività e innovazione in *Creatività e innovazione di prodotto*

Goldenberg J., Mazursky D. (a cura di), Etas Libri, 2003

CILLO P., VERONA G.

Digital Marketing in *Technology Management Handbook*

S. Vicari (a cura di), Egea, 2001

CILLO P., PRANDELLI E.

La metamediazione: gestire le interazioni in un'economia virtuale in *Il management nell'era della connessione*

S. Vicari (a cura di), Egea, pp.97-123, 2001

ARTICOLI SU INVITO

CILLO P., PRANDELLI E.

Social CRM: quando i big data rafforzano i legami con i clienti

2015, Economia & Management, Milano

CASI PUBBLICATI IN COLLANE INTERNAZIONALI

CILLO P., DE LUCA L. M., VICARI S.

The Launch and Repositioning of a New Product Worldwide: Tetra Prisma Aseptic

2006, The Case Centre, Gran Bretagna

PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

CILLO P., BALOCCO F., RUBERA G.

A Natural Language Processing Analysis of the Effect of Quarrels on Analyst Ratingsterly CoC

AMA Winter Conference, February 23-25, 2018, New Orleans, LA, Stati Uniti d'America

CILLO P., RUBERA G.

The Effect of Innovation on Investor Acquisition and Retention

AMA Winter Conference - February 17-19, 2017, Orlando, FL, Stati Uniti d'America

CILLO P., ZANELLA P., VERONA G.

How Firms Sustain Performance in Face of Technological Change in the Music Industry
Strategic Management Society 36th Annual Conference - September 17-20 2016, Berlin, Germania

VERONA G., CILLO P., ZANELLA P.

Understanding and involving consumers in value creation: A conceptual frame for strategic management studies

Academy of Management Annual Meeting - August 7-11, 2015, Vancouver, Canada

VERONA G., CILLO P., ZANELLA P.

Understanding and involving consumers in value creation: A conceptual frame for strategic management studies

Strategic Management Society Conference -October 3-6, 2015, Denver, Stati Uniti d'America

NUNESM J., DREZE X., CILLO P., PRANDELLI E., SCOPELLITI I.

How Fashion Designers Develop New Styles: Creative Epiphany Versus Market Feedback

73rd Annual Meeting of the Academy of Management 'Capitalism in Question' - August 9-13 2013, Orlando, FL, Stati Uniti d'America

CILLO P., DREZE X., NUNES J., PRANDELLI E., SCOPELLITI I.

The Effect of Critical Evaluation on Aesthetic Innovation: Debunking the Myth of Designer as Dictator

73rd Annual Meeting of the Academy of Management 'Capitalism in Question' - August 9-13 2013, Orlando, FL, Stati Uniti d'America

CILLO P., DREZE X., NUNES J., PRANDELLI E., SCOPELLITI I.

The Effect of Critical Evaluation on Aesthetic Innovation: Debunking the Myth of Designer as Dictator

42nd EMAC Annual Conference 'Lost in Translation: Marketing in an Interconnected World' - June 4-7 2013, Istanbul, Turchia

SCOPELLITI I., CILLO P., MAZURSKY D.

A glance at the future. effects of anticipated disclosure of new product concepts

41th EMAC Conference Marketing to Citizens Going beyond Customers and Consumers - 22-25 May 2012, Lisbon, Portogallo

SCOPELLITI I., CILLO P., MAZURSKY D.

Does exposure to concept products affect consumer judgment of marketed products?

2011 Summer Marketing Educators' Conference - 5-7 August, 2011, San Francisco, Stati Uniti d'America

SCOPELLITI I., CILLO P., BUSACCA B., MAZURSKY D.

Effects of financial constraints and novelty seeking on consumer creativity

SCP 2011 Winter Conference - February 24-27, 2011, Atlanta, Stati Uniti d'America

SCOPELLITI I., CILLO P., BUSACCA B., MAZURSKY D.

Financial constraints and individual antecedents of creativity in problem solving

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

CILLO P., PRANDELLI E.

Identity and conduct in global fashion: the influence of critical audience evaluation on firms' innovation patterns

26th EGOS Colloquium - July 1-3 2010, Lisbon, Portogallo

CILLO P., PRANDELLI E.

Innovation patterns in global fashion: firms' behavior and the influence of critical audience evaluation

Strategic Management Society Conference - September 12-15, 2010, Roma, Italia

CILLO P., SCOPELLITI I., MAZURSKY D.

Shock 'n' Shop. Exaggeration and Structural Alignment in a New Design Launch

The 6 senses. The essentials of marketing - May, 2010, Copenhagen, Danimarca

CILLO P., SCOPELLITI I., MAZURSKY D.

Effects of Extreme Priming and Processing Fluency on the Evaluation of Design

38th EMAC Conference - 26-29 May, 2009, Nantes, Francia

CILLO P., SCOPELLITI I., MAZURSKY D.

Effects of exaggerate priming and fluent processing on the evaluation of design

CFP: 2009 North American Conference - 22-25 October, 2009, Pittsburgh, Stati Uniti d'America

NOORDHOFF C., CHANDY R., CILLO P., NARASIMHAN O., PRABHU J.

Explaining pattern in foreign market launch

2009 INFORMS Marketing Science Conference - June 4-6, 2009, Ann Arbor, Michigan, Stati Uniti d'America

CHANDY R., NARASIMHAN O., CILLO P., PRABHU J.

Designing coolness: brand building in the global fashion industry

Marketing Science Conference - 12-14 June, 2008, Vancouver, Canada

CILLO P., CAPPETTA R.

Managing Integrators Where Integration Matters: Insights From Symbolic Industries

Academy of Management Annual Meeting - August 3-8 2007, Philadelphia, Stati Uniti d'America

VERONA G., CILLO P.

Search Style In Style Searching: Learning Exploration Strategies From Fashion Firms

Academy Of Management Conference -August 3-8, 2007, Philadelphia, Stati Uniti d'America

VERONA G., CILLO P.

Search style in style searching: learning exploration strategies from fashion firms

27th SMS Annual International Conference - October 14-17, 2007, San Diego, Stati Uniti d'America

CAPPETTA R., CILLO P.

Harmonizing the Organizational System of Meanings: The Power of Stylistic Innovation

Academy of Management Annual Meeting - August 5-10, 2005, Honolulu, Stati Uniti d'America

CILLO P., MAZURSKY D., TROILO G.

Antecedents to corporate reputation and its impact on performance: empirical evidence from the fashion industry

33th European Marketing Academy Conference - May 23-26 2004, Murcia, Spagna

CAPPETTA R., CILLO P., PONTI A.

Dominant Design in Fine Fashion: An Evolutionary Model for Symbolic Innovation

Academy of Management Annual Meeting - August 6-11, 2004, New Orleans, Stati Uniti d'America

CILLO P., DE LUCA L., MAZURSKY D., TROILO G.

Enhancing organizational innovativeness through forward-looking market orientation. An empirical study in the fashion industry

Strategic Management Society Conference - August, 1-6 2003, Baltimore, Stati Uniti d'America

CILLO P., TROILO G.

Sustaining Innovation Through Market Knowledge: Evidence From The Fashion Industry

Academy of Management Conference - August, 1-6 2003, Seattle, Stati Uniti d'America

CILLO P., MAZURSKY D., TROILO G., DE LUCA L.

The limits of market orientation: identifying the aspects that accelerate innovation versus those that impede it

Marketing Science Conference - June 12-15, 2003, College Park, Maryland, Stati Uniti d'America

CILLO P., TROILO G., MAZURSKY D.

Retrospective and forward-looking market orientation among innovative companies: Evidence from the fashion industry

Strategic Management Society Conference - September 22-25 2002, Paris, Francia

CILLO P., MAZURSKY D., TROILO G.

Retrospective and forward-looking market orientation to innovate. Some empirical evidences from the fashion industry

31th European Marketing Academy Conference - May 28-31, 2002, Braga, Portogallo

CILLO P., CAPPETTA R.

Patterns Of Stylistic Innovation: An Empirical Analysis of the Evolution of Style in Prêt-À-Porter between 1984 and 1999

Academy of Management Annual Meeting - August 3-8 2001, Washington, Stati Uniti d'America

Grants & Premi

Premio Eccellenza nella Ricerca - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2020

Premio Eccellenza nella Ricerca - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2018

Premio Eccellenza nella Ricerca - Università Commerciale Luigi Bocconi , 2013
