

Karin Zaghi

ASSOCIATE PROFESSOR OF PRACTICE

Channel & Retail

KARIN.ZAGHI@UNIBOCCONI.IT

Biografia

Karin Zaghi è Associate Professor of Practice di Channel and Retail presso SDA Bocconi School of Management. È docente di Marketing presso l'Università Bocconi.

Collabora con SDA Bocconi dal 1994, è responsabile della Knowledge Category 'Channel & Retail'. È, inoltre, coordinatrice di quattro programmi Executive Open Market: Trade Marketing, Category Management, Visual Merchandising e Store Management. Insegna e svolge attività di ricerca, formazione e consulenza nei settori della moda, del design, dell'automotive, dell'elettronica e del grocery, collaborando con numerose aziende.

Le sue ricerche si concentrano sui temi di retailing, visual merchandising, category management sostenibile e trade marketing. Pubblica da anni su riviste manageriali e accademiche come Micro&Macro Marketing, Largo Consumo ed Economia&Management, dove si trova il suo articolo più recente: "L'in-store brand equity al tempo delle crisi tra mito e realtà", Economia&Management, n.4, 2023: 107-113. Autrice di molti libri, ha pubblicato, tra gli altri: "In-store brand equity. Comunicare e valorizzare la marca nella distribuzione moderna", FrancoAngeli, 2024, "Visual Merchandising. L'esperienza multisensoriale nel punto vendita tra esposizione, comunicazione digitale e sostenibilità", FrancoAngeli, 2023; "Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all'esperienza del cliente", FrancoAngeli, 2018; "Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value", Egea, 2018; "CSM: un nuovo modello di category management" in (A.A.) Creare Valore con il Category Management Sostenibile, Harvard Business Review Italia, 2021.

Karin ha conseguito la Laurea presso l'Università Bocconi ed è consulente manageriale per grandi aziende ed enti pubblici su temi legati al mondo retail.

Ambito di insegnamento

Visual Merchandising

In-store marketing

Retail Management

Trade marketing

Category Management

ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

ZAGHI K.

Tra mito e realtà. L'in-store brand equity al tempo delle crisi

Economia & Management, 2023, no. 4, pp.107-113

MAURI C., ZAGHI K.

Il coinvolgimento dell'industria di marca nelle tecnologie digitali in-store

Micro & Macro Marketing, 2020, vol.2, pp.353-376

ZAGHI K.

Visual merchandising leva di marketing

Economia & Management, 2018, no. 4, pp.69-74

ZAGHI K., MINIERO G.

Il cliente percepito

Economia & Management, 2017, no. 3, pp.17-22

ZAGHI K.

La pianificazione del concept di punto vendita. Dall'approccio tecnico a quello strategico

Economia & Management, 2009, no. 5, pp.83-100

BORGHINI S., ZAGHI K.

L'attaccamento ai luoghi commerciali. Viaggio nelle esperienze quotidiane e straordinarie dei consumatori

Micro & Macro Marketing, 2007, vol.16, no. 1, pp.59-69

TROILO G., ZAGHI K.

Imprese vinicole e orientamento al mercato: un connubio da costruire

Economia & Management, 2006, no. 3, pp.57-80

ZAGHI K.

La distribuzione nel sistema moda italiano: verso nuovi modelli di business

Economia & Management, 2003, no. 5, pp.61-80

LIBRI DI TESTO

ZAGHI K.

Visual Merchandising and In-Store Brand Equity – 2 Ed.

Bocconi University Press – BUP, Milano, Italia, 2025

ZAGHI K.

In-store brand equity. Comunicare e valorizzare la marca nella distribuzione moderna

Franco Angeli, Milano, Italia, 2024

ZAGHI K.

Visual merchandising. L'esperienza multisensoriale nel punto vendita tra esposizione, comunicazione digitale e sostenibilità

Franco Angeli, Milano, Italia, 2023

ZAGHI K.

Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value

Bocconi University Press – BUP, Milano, Italia, 2018

ZAGHI K.

Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all'esperienza del cliente

Franco Angeli, Italia, 2018

ZAGHI K.

Visual merchandising e relazioni di canale: valore, comunicazione, produttività

Franco Angeli, Italia, 2013

CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

ZAGHI K.

CMS, un nuovo modello di category management in *Creare valore con il category management sostenibile* AA.VV. (a cura di), Strategiqs Edizioni – Harvard Business Review Italia, pp.31-54, 2021

ZAGHI K.

Il Visual Merchandising in *Store Management. Il punto vendita come luogo di customer experience - IV Ed.* S. Castaldo, C. Mauri (a cura di), Franco Angeli, chap. 5, pp.171-217, 2017

PREMAZZI K., ZAGHI K.

Retail Management in *Marketing Management. Progettare e generare valore per il cliente* Enrico Valdani (a cura di), Egea, pp.707-742, 2011

RAPPORTI DI RICERCA

ZAGHI K.

IN-STORE BRAND EQUITY: le attività di visual merchandising e di comunicazione dell'industria di marca nella GDO, specializzata e despecializzata

2023, SDA Bocconi, Milano, Italia
