

Maximilian Beichert

Assistant Professor



Knowledge Group: Marketing

Research Domains: Marketing Management

Teaching Domains:

maximilian.beichert@unibocconi.it

Biography

Maximilian Beichert è Assistant Professor presso il Dipartimento di Marketing dell'Università Bocconi.

Conduce ricerche multi-metodo sull'influenza sociale all'interno delle reti di contenuti generati dagli utenti, combinando dati secondari ed esperimenti sul campo su larga scala. Le sue ricerche si collocano all'intersezione tra marketing quantitativo empirico e sistemi informativi, con un'attenzione particolare al marketing degli influencer orientato alle vendite e al suo più ampio impatto sulla società.

I suoi interessi di ricerca spaziano dalla Creator Economy all'Influencer Marketing, mentre le sue competenze metodologiche comprendono la modellizzazione empirica e la progettazione di esperimenti.

Ha conseguito un PhD in Quantitative Marketing dall'Università di Mannheim.

Contribuisce attivamente alla comunità accademica, svolgendo regolarmente attività di revisore e ricoprendo attualmente il ruolo di co-chair dell'EMAC Creator Economy Special Interest Group, oltre a quello di co-chair del track "Digital Marketing, Social Media, and Online Platforms" alla AMA Winter Academic Conference 2026.

Ha ricevuto il Don Lehmann Award 2025 dall'AMA e l'AMA/MSI H. Paul Root Award 2024, ed è stato finalista per lo Shelby D. Hunt/Harold H. Maynard Award 2024. È stato inoltre insignito del Best Dissertation Award 2024 dalla German Association for Direct Selling, dello Stiftung Marketing Award 2024 (Università di Mannheim) e del Runner-Up Prize all'EMAC/Enginius Doctoral Dissertation Competition 2024, oltre al CDSB Doctoral Student Award 2023 per Best Teacher e Best Paper, e al Best Student Paper Award a WISE 2022.

Articles in Scholarly Journals

Influencer marketing unlocked: Understanding the value chains driving the creator economy

LIBAI, B., A. B. ROSARIO, M. BEICHERT, B. DONKERS, M. HAENLEIN, R. HOFSTETTER, P. K. KANNAN, R. VAN DER LANS, A. LANZ, H. A. LI, D. MAYZLIN, E. MULLER, D. SHAPIRA, J. YANG, L. ZHANG, "Influencer marketing unlocked: Understanding the value chains driving the creator economy", Journal of the Academy of Marketing Science, 2025, vol. 53, no. 1, pp. 4-28

Revenue Generation Through Influencer Marketing

BEICHERT, M., A. BAYERL, J. GOLDENBERG, A. LANZ, "Revenue Generation Through Influencer Marketing", Journal of Marketing, 2024, vol. 88, no. 4, pp. 40-63

The Surprising ROI of Small Online Influencers

BEICHERT, M., X. ZHANG, A. BAYERL, J. GOLDENBERG, X. GU, P. K. KANNAN, A. LANZ, "The Surprising ROI of Small Online Influencers", Mit Sloan Management Review, 2024