

Karin Zaghi

Associate Professor of Practice



Knowledge Group: Marketing

Research Domains: Channel & Retail

Teaching Domains: Visual Merchandising, In-store marketing, Retail Management, Trade marketing, Category Management

karin.zaghi@unibocconi.it

Biography

Karin Zaghi is an Associate Professor of Practice in Channel and Retail at SDA Bocconi School of Management. She is also a Marketing lecturer at Bocconi University.

She collaborates with SDA Bocconi since 1994, she holds the position of responsible for the Knowledge Category 'Channel & Retail'. Additionally, she coordinates four Executive Open Market programs: Trade Marketing, Category Management, Visual Merchandising, and Store Management. Karin teaches and engages in research, training, and consultancy activities in various sectors, including fashion, design, automotive, electronics, and grocery, collaborating with numerous companies.

Her research focuses on retailing, visual merchandising, sustainable category management, and trade marketing. She has been publishing articles for years in managerial and academic journals such as Micro&Macro Marketing, Largo Consumo, and Economia&Management, where there is her most recent article, "L'in-store brand equity al tempo delle crisi tra mito e realtà" (In-store brand equity in times of crisis between myth and reality), was published in 2023 (n.4: 107-113). Karin has authored several books, including "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" (Visual Merchandising. Multisensory experience in the point of sale between display, digital communication, and sustainability), published by FrancoAngeli in 2023; "Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all'esperienza del cliente" (Visual merchandising. Communication to enhance customer experience), published by FrancoAngeli in 2018; "Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value," published by Egea in 2018; and "CSM: un nuovo modello di category management" (CSM: a new model of category management) in (A.A.) Creare Valore con il Category Management Sostenibile, published by Harvard Business Review Italia in 2021.

Karin Zaghi earned her degree from Bocconi University and works as a managerial consultant for large companies and public entities on topics related to the retail industry.

Textbooks

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

ZAGHI, K. - "Visual Merchandising and In-Store Brand Equity – 2 Ed." - 2025, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

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

ZAGHI, K. - "In-store brand equity. Comunicare e valorizzare la marca nella distribuzione moderna" - 2024, Franco Angeli, Milano, Italy

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

ZAGHI, K. - "Visual merchandising. L'esperienza multisensoriale nel punto vendita tra esposizione, comunicazione digitale e sostenibilità" - 2023, Franco Angeli, Milano, Italy

Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value

ZAGHI, K. - "Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value" - 2018, Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy

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

ZAGHI, K. - "Visual merchandising. La comunicazione per dare valore all'esperienza del cliente" - 2018, Franco Angeli, Italy

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

ZAGHI, K. - "Visual merchandising e relazioni di canale: valore, comunicazione, produttività" - 2013, Franco Angeli, Italy

Articles in Scholarly Journals

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

ZAGHI, K., "Tra mito e realtà. L'in-store brand equity al tempo delle crisi", *Economia & Management*, 2023, no. 4, pp. 107-113

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

MAURI, C., K. ZAGHI, "Il coinvolgimento dell'industria di marca nelle tecnologie digitali in-store", *Micro & Macro Marketing*, 2020, vol. 2, pp. 353-376

Visual merchandising leva di marketing

ZAGHI, K., "Visual merchandising leva di marketing", *Economia & Management*, 2018, no. 4, pp. 69-74

Il cliente percepito

ZAGHI, K., G. MINIERO, "Il cliente percepito", *Economia & Management*, 2017, no. 3, pp. 17-22

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

ZAGHI, K., "La pianificazione del concept di punto vendita. Dall'approccio tecnico a quello strategico", *Economia & Management*, 2009, no. 5, pp. 83-100

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

BORGHINI, S., K. ZAGHI, "L'attaccamento ai luoghi commerciali. Viaggio nelle esperienze quotidiane e straordinarie dei consumatori", *Micro & Macro Marketing*, 2007, vol. 16, no. 1, pp. 59-69

Imprese vinicole e orientamento al mercato: un connubio da costruire

TROILO, G., K. ZAGHI, "Imprese vinicole e orientamento al mercato: un connubio da costruire", *Economia & Management*, 2006, no. 3, pp. 57-80

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

ZAGHI, K., "La distribuzione nel sistema moda italiano: verso nuovi modelli di business", *Economia & Management*, 2003, no. 5, pp. 61-80

Research Reports

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

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, Italy

Contribution to Chapters, Books or Research Monographs

CMS, un nuovo modello di category management

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

Il Visual Merchandising

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

Retail Management

PREMAZZI, K., K. ZAGHI, "Retail Management" in *Marketing Management. Progettare e generare valore per il cliente.*, Enrico Valdani (Ed.), Egea, pp. 707-742, 2011