

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 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.

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