

Karin Zaghi

CHANNEL & RETAIL

ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

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

TEXTBOOKS

ZAGHI K.

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

Bocconi University Press – BUP, Milano, Italy, 2025

ZAGHI K.

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

Franco Angeli, Milano, Italy, 2024

ZAGHI K.

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

Franco Angeli, Milano, Italy, 2023

ZAGHI K.

Visual merchandising. In-store Communication to Enhance Customer Value

Bocconi University Press - BUP, Milano, Italy, 2018

ZAGHI K.

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

Franco Angeli, Italy, 2018

ZAGHI K.

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

Franco Angeli, Italy, 2013

CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

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

ZAGHI K.

Il Visual Merchandising in *Store Management. Il punto vendita come luogo di customer experience - IV Ed.*

S. Castaldo, C. Mauri(Ed), 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 (Eds),Egea, pp.707-742, 2011

RESEARCH REPORTS

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
