

# Fabrizio Zerbini

Professor of Practice



**Knowledge Group:** Marketing

**Research Domains:** Economics

**Teaching Domains:** Cost Management, Budgeting & Forecasting, Digital Marketing, Procurement Processes, Real Estate Finance

**fabrizio.zerbini@sdabocconi.it**

---

## Biography

Fabrizio Zerbini è Professor of Practice di Marketing Management presso SDA Bocconi, dove è incaricato in qualità di Direttore dell'Area Marketing e di Direttore Scientifico del laboratorio Mobius per gli studi sulla Future Mobility. Le sue aree di lavoro sono Customer Experience Management, AI & Digital Marketing Strategy, e Business Ethics.

Ha pubblicato su riviste accademiche internazionali come European Management Journal, Journal of Business Ethics, Industrial Marketing Management, Journal of Business Research e riviste accademiche italiane come Economia e Management, Mercati e Competitività e Finanza Marketing e Produzione. È membro dell'editorial board di Industrial Marketing Management.

È stato visiting scholar presso la Carlson School of Management, University of Minnesota, Minneapolis e la Hebrew University, Jerusalem. Ha insegnato presso SciencePo, ESCP, la Libera Università di Lingue e Comunicazione (IULM), Milano, e la Wien University. È stato Associate Dean for Undergraduate Studies, Head of the European Department of Marketing, Scientific Director per il Go-to-Market Track e Direttore Scientifico del Digital Marketing Certificate presso ESCP. È stato Direttore del Master in Event and Exhibition Management dell'Università Bocconi. Ha esperienza di consulenza o di formazione manageriale con PMI e grandi organizzazioni come 3M, ABB, Amazon, Brembo, Bongrain, CGT, CNH, Ebay, Epta, Ferrero, Fiera Milano International, General Electric, Intesa SanPaolo, Italcementi, Lidl, Mantrac, MC Donald's, Mercedes, Q8, Reale Mutua Assicurazioni, Reply, PwC, Shell, Sixt, Sony, Spar, Toyota, Unicredit, Windtre, WPP, e Zanichelli.

Ha conseguito un Ph.D. in Management presso l'Università Bocconi.

---

## Articles in Scholarly Journals

## **La mobilità della Generazione Z negli ambienti urbani: insights dal programma di ricerca 2023-24 di Mobius Lab**

ZERBINI, F., F. SORBINO, B. MEDICI, "La mobilità della Generazione Z negli ambienti urbani: insights dal programma di ricerca 2023-24 di Mobius Lab", Management delle Utilities e delle Infrastrutture, 2024, vol. 22, no. 2, pp. 60-66

## **I punti chiave della trasformazione digitale del go-to-market**

CASTALDO, S., F. ZERBINI, "I punti chiave della trasformazione digitale del go-to-market", Economia & Management, 2022, no. 4, pp. 76-82

## **CSR Initiatives as Market Signals: A Review and Research Agenda**

ZERBINI, F., "CSR Initiatives as Market Signals: A Review and Research Agenda", Journal of Business Ethics, 2017, vol. 146, pp. 1-23

## **Assessing And Managing The Costs Of Satisfaction In B2B Services**

CARÙ, A., A. CUGINI, F. ZERBINI, "Assessing And Managing The Costs Of Satisfaction In B2B Services", Journal of Strategic Innovation and Sustainability, 2010, vol. 6, no. 4, pp. 50-79

## **The Meaning(s) of Trust. A Content Analysis on the Diverse Conceptualizations of Trust in Scholarly Research on Business Relationships**

CASTALDO, S., K. PREMAZZI, F. ZERBINI, "The Meaning(s) of Trust. A Content Analysis on the Diverse Conceptualizations of Trust in Scholarly Research on Business Relationships", Journal of Business Ethics, 2010, vol. 96, no. 4, pp. 657-668

## **Strumenti per valutare la strategia di una destinazione turistico-congressuale: il caso Torino Convention Bureau**

CUGINI, A., F. ZERBINI, M. DE CARLO, "Strumenti per valutare la strategia di una destinazione turistico-congressuale: il caso Torino Convention Bureau", Finanza, Marketing e Produzione, 2010, vol. 1, pp. 116-140

## **Integration of third parties within existing dyads: An exploratory study of category management programs (CMPs)**

CASTALDO, S., F. ZERBINI, M. GROSSO, "Integration of third parties within existing dyads: An exploratory study of category management programs (CMPs)", Industrial Marketing Management, 2009, vol. 38, no. 8, pp. 946-959

## **When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis**

JARACH, D., F. ZERBINI, G. MINIERO, "When legacy carriers converge with low-cost carriers: Exploring the fusion of European airline business models through a case-based analysis", Journal of Air Transport Management, 2009, vol. 15, no. 6, pp. 287-293

## **Mediated category management: understanding how third parties enable the implementation of buyer-seller collaboration**

MOLLERING, G., F. ZERBINI, M. GROSSO, "Mediated category management: understanding how third parties enable the implementation of buyer-seller collaboration", Finanza, Marketing e Produzione, 2009, vol.

### **I sistemi di CRM nel retail: centralizzazione o decentramento?**

SALVIOTTI, G., F. ZERBINI, "I sistemi di CRM nel retail: centralizzazione o decentramento?", *Economia & Management*, 2008, no. 1, pp. 91-117

### **Assessment of destination performance: a strategy map approach**

DE CARLO, M., A. CUGINI, F. ZERBINI, "Assessment of destination performance: a strategy map approach", *Tourism Review*, 2008, vol. 63, no. 2, pp. 25-37

### **The Cost of Customer Satisfaction: A Framework for Strategic Cost Management in Service Industries**

CUGINI, A., A. CARÙ, F. ZERBINI, "The Cost of Customer Satisfaction: A Framework for Strategic Cost Management in Service Industries", *European Accounting Review*, 2007, vol. 16, no. 3, pp. 499-530

### **Stay in or get out the Janus? The maintenance of multiplex relationships between buyers and sellers**

ZERBINI, F., S. CASTALDO, "Stay in or get out the Janus? The maintenance of multiplex relationships between buyers and sellers", *Industrial Marketing Management*, 2007, vol. 36, no. 7, pp. 941-954

### **La conformazione dei network fedeltà: un'analisi della relazione tra la sovrapposizione delle reti dei partner e l'efficacia dei programmi di fidelizzazione**

MAURI, C., H. TIMMERMANS, F. ZERBINI, "La conformazione dei network fedeltà: un'analisi della relazione tra la sovrapposizione delle reti dei partner e l'efficacia dei programmi di fidelizzazione", *Mercati e Competitività*, 2007, no. 4, pp. 107-130

### **Technology-Supported Education: Old Questions for New Strategies**

ARBORE, A., M. ADDIS, F. ZERBINI, "Technology-Supported Education: Old Questions for New Strategies", *Innovative Marketing*, 2006, vol. 2, no. 4, pp. 131-147

### **Privatizzazioni e corporate governance. Il caso delle imprese pubbliche locali quotate**

CRISTOFOLI, D., F. ZERBINI, "Privatizzazioni e corporate governance. Il caso delle imprese pubbliche locali quotate", *Economia & Management*, 2002, no. 6, pp. 61-72

---

## **Other in Journals**

### **Il futuro elettrico della mobilità**

ZERBINI, F., "Il futuro elettrico della mobilità", *Economia & Management*, 2022, no. 4, pp. 92-93

---

## **Proceedings/Presentations**

### **Fight the Self and save the Planet: When feeling guilty and paying the bill isn't that easy**

ZERBINI, F., L., I. M. COLM, C. MORBIDELLI, "Fight the Self and save the Planet: When feeling guilty and paying the bill isn't that easy" in *Sinergie-SIMA Management Conference 2022*, 30 June-1 July, 2022, Milano,

**Culture as a cross-border supplier assessment**

JACOB, F., F. ZERBINI, S. SCHAETZLE, "Culture as a cross-border supplier assessment" in 14th International Marketing Trends Conference - 22-24 January, 2015, Paris, France

**Supplier Know-How Transfer Capacity in The Vendor Selection Process**

ZERBINI, F., S. BORGHINI, "Supplier Know-How Transfer Capacity in The Vendor Selection Process" in 42th Emac Conference, June 4-7, 2013, Istanbul, Turkey

**Understanding the effects of supplier know-how transfer capacity during supplier selection",**

ZERBINI, F., S. BORGHINI, "Understanding the effects of supplier know-how transfer capacity during supplier selection", " in 28th Industrial Marketing & Purchasing Conference, September, 2012, Roma, Italy

**Gaining customers making gifts to rivals: understanding how signals of value potential affect supplier's performance**

ZERBINI, F., S. BORGHINI, "Gaining customers making gifts to rivals: understanding how signals of value potential affect supplier's performance" in 32nd INFORMS Marketing Science Conference - 16-19 June, 2010, Kohn, Germany

**Seing is believing? Signalling supplier's value potential**

ZERBINI, F., S. BORGHINI, F. GOLFETTO, "Seing is believing? Signalling supplier's value potential" in 26th Industrial Marketing & Purchasing Conference, September 1-5, 2010, Budapest, Hungary

**Hybrid integration: when third parties set the agenda to suppliers and retailers**

CASTALDO, S., M. GROSSO, F. ZERBINI, "Hybrid integration: when third parties set the agenda to suppliers and retailers" in AMA Winter marketing educators' conference - February 20-23, 2009, Tampa, FL, United States of America

**Third parties in coopetition management: enabling collaborative strategies in adversarial dyads**

CASTALDO, S., G. MOLLERING, M. GROSSO, F. ZERBINI, "Third parties in coopetition management: enabling collaborative strategies in adversarial dyads" in Academy of Management Annual Meeting - August 7-11, 2009, Chicago, United States of America

**Mediated category management: understanding how third parties enable value creation by fostering integration between sellers and buyers**

GROSSO, M., F. ZERBINI, S. CASTALDO, "Mediated category management: understanding how third parties enable value creation by fostering integration between sellers and buyers" in 24th IMP - Conference - September 4-6, 2008, Uppsala, Sweden

**Future outcomes for the european airline industry: an ampirical analysis through interviews with european airlines' senior executives**

JARACH, D., F. ZERBINI, G. MINIERO, "Future outcomes for the european airline industry: an ampirical analysis through interviews with european airlines' senior executives" in 12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Greece

## **When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines**

JARACH, D., G. MINIERO, F. ZERBINI, "When legacy carriers converge with low cost: the hybrid approach of Brussels Airlines" in 12th ATRS World Conference - July 6-10, 2008, Athens, Greece

---

## **Contribution to Chapters, Books or Research Monographs**

### **Le ricerche di marketing a supporto delle decisioni distributive**

CRISTINI, G., G. TROILO, F. ZERBINI, "Le ricerche di marketing a supporto delle decisioni distributive" in Ricerche di Marketing. Metodologie e tecniche per le decisioni strategiche e operative - II Ed., Luca Molteni, Gabriele Troilo (Eds.), Egea, chap. 13, 2022

### **Store Relationship Management: modelli di analisi e strumenti applicativi**

ZERBINI, F., "Store Relationship Management: modelli di analisi e strumenti applicativi" in Store Management: Il Punto Vendita come Luogo di Customer Experience., Castaldo S., Mauri C. (Eds.), Franco Angeli, chap. 4, pp. 133-164, 2017

### **Customer Relationship Marketing**

CIRRINCIONE, A., F. ZERBINI, "Customer Relationship Marketing" in M@rketing Management: Progettare E Generare Valore Per Il Cliente., E.Valdani (Ed.), Egea, pp. 787-820, 2011

### **Il valore dell'orientamento al cliente**

VALDANI, E., F. ZERBINI, "Il valore dell'orientamento al cliente" in M@rketing Management - Progettare e generare valore per il cliente., E. Valdani (Ed.), Egea, pp. 41-63, 2011

### **Exploring How Third-Party Organizations Facilitate Coopetition Management in Buyer-Seller Relationships**

CASTALDO, S., M. GROSSO, F. ZERBINI, G. MOLLERING, "Exploring How Third-Party Organizations Facilitate Coopetition Management in Buyer-Seller Relationships" in Coopetition Winning Strategies for the 21st Century., Saïd Yami, Sandro Castaldo, Giambattista Dagnino, Frédéric Le Roy (Eds.), Edward Elgar Publishing, pp. 141-165, 2010

### **Segmentazione, Targeting e Posizionamento**

ZERBINI, F., S. VIANELLO, "Segmentazione, Targeting e Posizionamento" in Marketing e Fiducia., S. Castaldo (Ed.), Il Mulino, pp. 107-138, 2009

### **Supplying value to customers through innovation**

ZERBINI, F., "Supplying value to customers through innovation" in Strategic Market Creation: A New Perspective on Marketing and Innovation Management., K. Tollin, A. Carù (Eds.), John Wiley & Sons, pp. 229-253, 2008

### **Competence-Based Value Framing for Business-To-Business Customers**

GOLFETTO, F., F. ZERBINI, M. GIBBERT, "Competence-Based Value Framing for Business-To-Business Customers" in Creating and Managing Superior Customer Value., A. Woodside, F. Golfetto, M. Gibbert (Eds.),

Emerald Group Publishing Limited, pp. 345-379, 2008

### **Il category management per la categoria vini. La collaborazione tra Lombardini e Coltiva**

CASTALDO, S., M. GROSSO, F. ZERBINI, "Il category management per la categoria vini. La collaborazione tra Lombardini e Coltiva" in *Innovazione, Experience, Partnership. Casi di innovazione nel retail.*, S. Castaldo, C. Mauri (Eds.), Franco Angeli, pp. 181-202, 2007

### **Strategie e strumenti per lo sviluppo della relazione con i clienti**

CILLO, P., S. CASTALDO, F. ZERBINI, "Strategie e strumenti per lo sviluppo della relazione con i clienti" in *Distribuzione: Retailing e Acquirente.*, S. Castaldo (Ed.), Il Sole 24 Ore - Università Bocconi Editore - La Repubblica, pp. 338-368, 2006

---

## **Cases in International Case Collections**

### **Spending Analysis @ Barilla**

MORELLI, M., G. STABILINI, F. ZERBINI - "Spending Analysis @ Barilla" - 2018, The Case Centre, Great Britain

---

## **Editorials in national/international newspapers**

### **Tirer parti des données textuelles du Big Data et Web Marketing**

ZERBINI, F., "Tirer parti des données textuelles du Big Data et Web Marketing", *Survey Magazine*, 2017

---

## **Edited Books**

### **Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano Podestà**

BORGHINI, S., A. CARÙ, F. GOLFETTO, S. PACE, D. RINALLO, L. VISCONTI, F. ZERBINI (Eds.), "Prodotto, consumatore e politiche di mercato quarant'anni dopo. Scritti in onore di Stefano Podestà" - 2012, Egea, Milano, Italy