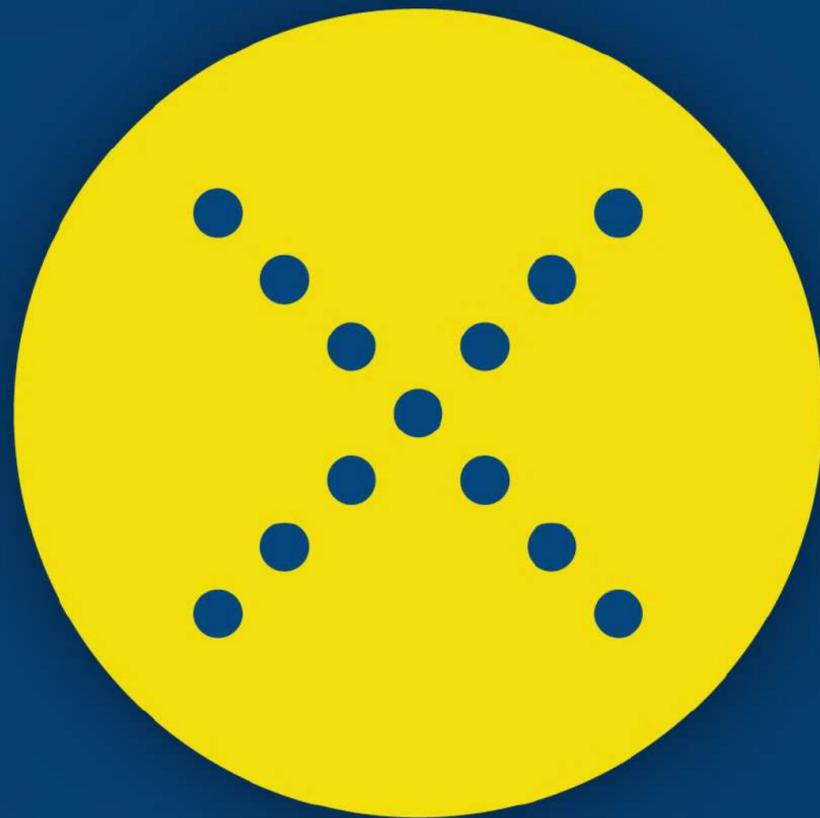


.ITE

INSIGHT  
TECHNOLOGY  
ENHANCED

CENTRO DI RICERCA  
COMPORTAMENTI E TECNOLOGIE  
**UNIVERSITÀ LUISS / GUIDO CARLI**  
ROMA



**X.ITE PROFILO**



**ATTIVITÀ E BUSINESS MODEL**



**GOVERNANCE E NETWORKING**



1/3 ● ○ ○

# X.ITE PROFILO



## X.ITE PROFILO

Cos'è

Un Centro di Ricerca interdisciplinare su Comportamenti e Tecnologie con focus prioritario sui processi decisionali e i comportamenti di **Cittadini, Consumatori, Individui, Comunità.**





# X.ITE PROFILO

Cos'è

**X = Consumer,**  
Citizen, Community  
member, Decision  
maker



.ITE

**I = Insight,**  
inteso come sviluppo  
di nuove e più profonde  
conoscenze



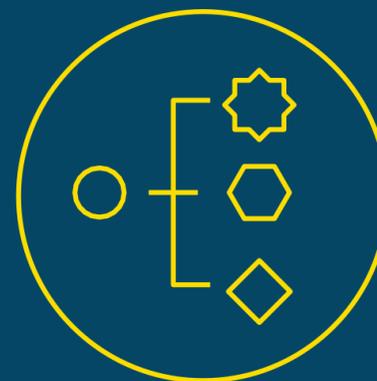
**T&E = Technology  
Enhanced,**  
sia oggetto sia metodo di  
ricerca sono influenzati e  
modificati dalle dotazioni  
tecnologiche



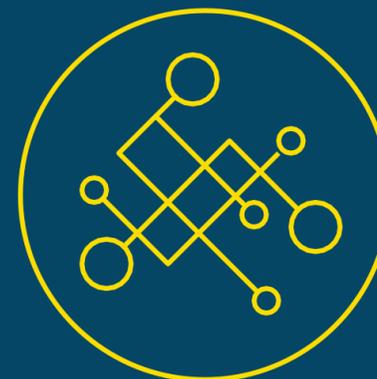
## X.ITE PROFILO

### Perché

La straordinaria accelerazione che le tecnologie stanno imprimendo a fenomenologia, epistemologia e metodologia della ricerca su consumatore, cittadino, individuo, comunità e decision maker crea la necessità di una nuova unità organizzativa (i.e. centro di ricerca) in grado di:



Usare approcci e metodi multidisciplinari



Catalizzare interessi di ricerca trasversali e frammentati



Generare massa critica da focalizzazione, necessaria a produrre nuove e rilevanti conoscenze scientifiche



# X.ITE PROFILO

## Visione e missione

### VISIONE

La produzione di conoscenza nelle scienze sociali è in continua e sempre più rapida evoluzione. Si registrano, infatti, continui e radicali cambiamenti nel contesto e nell'essenza di processi decisionali e comportamenti di consumatori, cittadini, individui e comunità (tendenza robusta e in accelerazione).

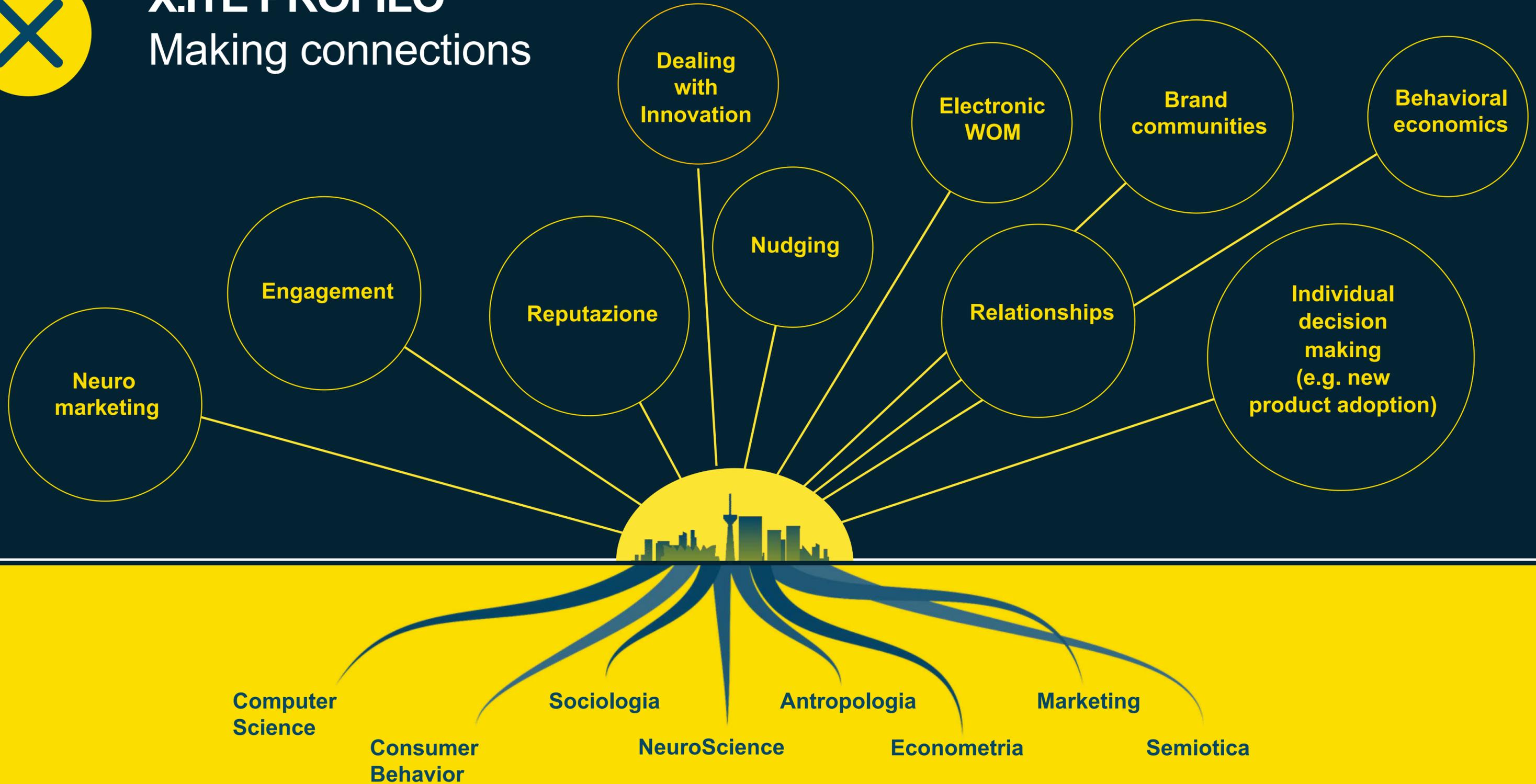
### MISSIONE

Sviluppare nuove conoscenze su comportamenti e processi decisionali di consumatori, cittadini, individui, comunità. E nello specifico su fenomeni, teorie e metodi di ricerca influenzati dalle tecnologie.



# X.ITE PROFILO

## Making connections



2/3



# ATTIVITÀ E BUSINESS MODEL



# CORE ACTIVITIES

Ricerche su:

**NUOVI  
COMPORTAMENTI**  
Profilo fenomenologico

Ricerche concentrate su comportamenti nuovi ed emergenti osservabili a livello individuale (e.g., consumatore e cittadino), sociale (gruppi/comunità) e istituzionale (mercati/organizzazioni).



# CORE ACTIVITIES

Ricerche su:

**NUOVE RELAZIONI  
CAUSA-EFFETTO**

Profilo epistemologico

Ricerche riconducibili a nuove prospettive e nuove teorie, spesso intrinsecamente interdisciplinari, che stanno emergendo nell'ambito della ricerca sul comportamento di consumatori e cittadini, interpretabile grazie a nuove dinamiche causali e contestuali.





# CORE ACTIVITIES

Ricerche su:

## **STRUMENTI E TECNICHE**

Profilo metodologico

Ricerche volte a sperimentare gli avanzamenti tecnologici che stanno portando alla ribalta metodologie di ricerca innovative e promettenti (e.g., eye tracking e neuroimaging, analisi semantiche e semiotiche, big & visual data, AI application).



# FILONI DI RICERCA SVILUPPATI DA X.ITE

Reputazione, Web ed Electronic WOM, Social Media Dynamics & Metrics

## OVERVIEW

- Circolazione delle informazioni e dei loro effetti sulla reputazione e sulla performance delle organizzazioni.
- Analisi di antecedenti e conseguenze dell'influenza sociale .
- Ruolo degli influencer.

## TOPIC

- Modelli e metodi di analisi quanti-qualitativa delle conversazioni online.
- Crisis management.
- Analisi dei fattori abilitanti della trasmissione di determinati tipi di informazioni.
- Dinamiche di innesco e propagazione dei fenomeni "virali".
- Peculiarità delle varie piattaforme social come strumenti di marketing e loro potenziale strategico.



# FILONI DI RICERCA SVILUPPATI DA X.ITE

## Innovation in Omnichannel Metrics

### OVERVIEW

- Analisi delle dinamiche Business-to-Consumer (B2C) per l'ottimizzazione dell'esperienza del cliente e delle performance dei diversi canali di vendita.
- Gestione e integrazione dei canali di vendita online/offline preferiti dai consumatori nel loro processo d'acquisto.

### TOPIC

- Nuovi comportamenti d'acquisto: Showrooming; BOPS (Buy Online Pickup in Store); Virtual Try On; ROPO (Research Online, Purchase Offline).
- Ruolo di omnimedialità e omnicanalità per la retail, store e customer experience.
- Drivers e misure dell'integrazione dei canali di vendita/comunicazione. I nuovi customer journey conversion rates.
- Influenza dell'omnicanalità sulla performance aziendale.
- Ruolo in-store della mobile experience e della tecnologia multidevice/omnidevice.



# FILONI DI RICERCA SVILUPPATI DA X.ITE

## Internet of Things (IoT) & Smart Object Adoption Behaviour

### OVERVIEW

- Focalizzazione sulle teorie meno human-centered e più object-centered.
- Analisi della centralità degli oggetti nelle fasi del processo d'acquisto.
- Nuova natura delle dinamiche relazionali tra consumatori e oggetti (smart objects).

### TOPIC

- Nuovi modelli teorici per comprendere le interazioni tra tecnologia ed individui.
- Effetto dei dispositivi wearable sulle motivazioni d'acquisto dei consumatori : continued engagement, piacere, soddisfazione e benessere.
- Ruolo dell'utilizzo di smartphone sull'attività pre-acquisto e crescente attenzione alla mobile communication.
- Ruolo delle interfacce touch-based sull'attività d'acquisto.
- IoT e l' esperienze post-acquisto: reciproca influenza tra consumatori e smart objects.



# X.ITE BUSINESS MODEL: CUSTOM PROJECTS

## Transformative Research as Knowledge Transfer

### OVERVIEW

- La «Ricerca Trasformativa» ha come principale obiettivo quello di accompagnare i vertici delle organizzazioni nel rendere più efficace la loro leadership dei grandi e dei piccoli processi di cambiamento imposti da evoluzioni tecnologiche o mediati dalle tecnologie.
- Analogamente a quanto accade per le «scienze dure» con i TTO, X.ITE si pone come un «knowledge transfer office» per la «pure & applied soft science». Si propone anche come unità di R&D in outsourcing, una «open source» per l'innovazione e la sperimentazione nell'area di intersezione fra marketing, decision science e tecnologia.

### TOPIC

- Analisi delle dinamiche trasformative di mercati e organizzazioni con approccio epistemico.
- Partnership con e per le «istituzioni» e le organizzazioni in trasformazione.
- Applicazione rigorosa di teoria e metodi di ricerca.
- Transformation by Sharing Research Experience & Experimental Management.



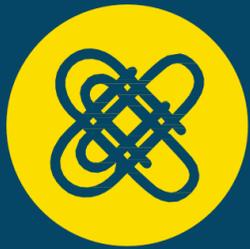
# X.ITE Business model



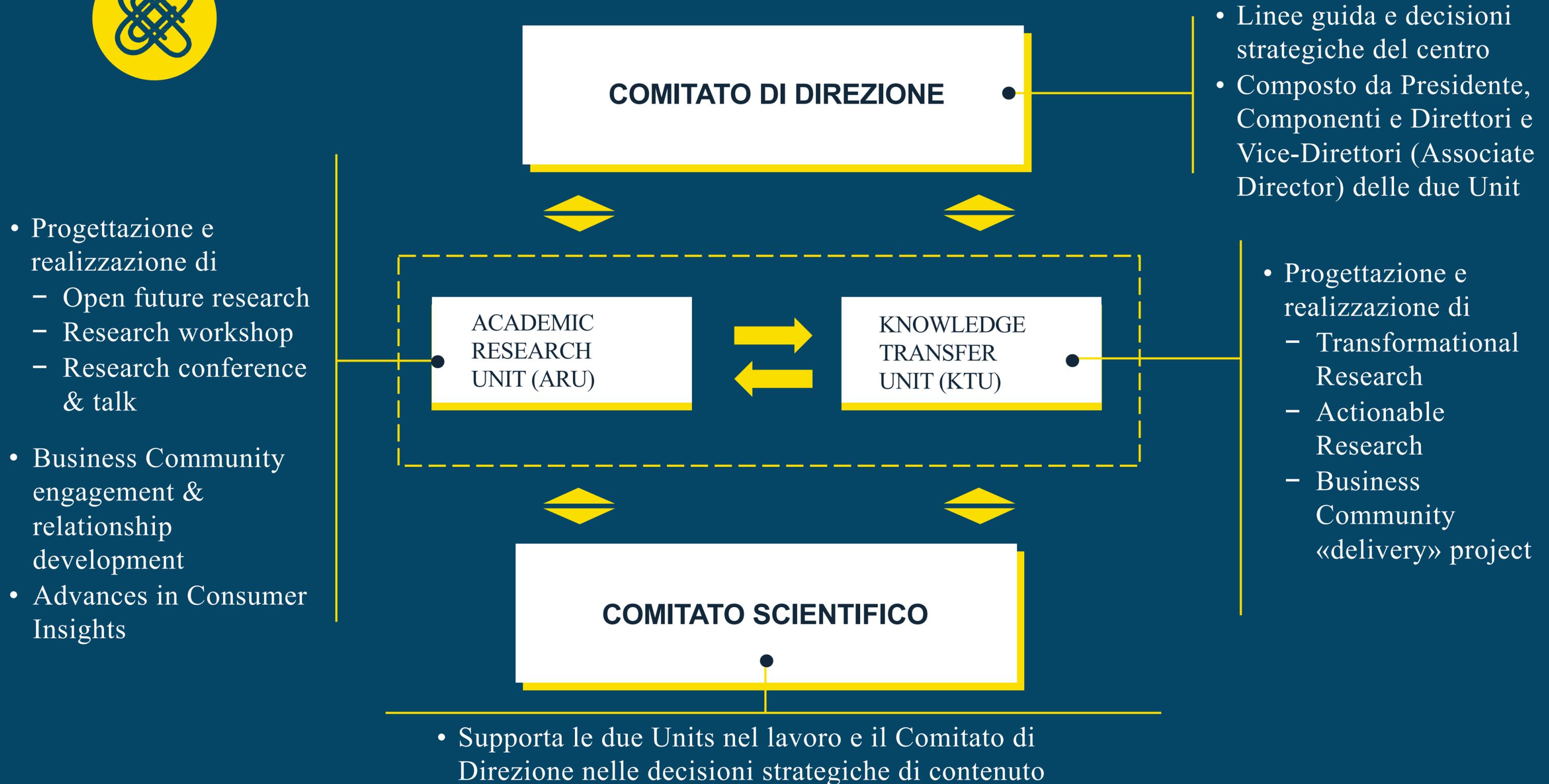


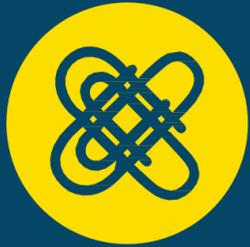
3/3 ○ ○ ●

# GOVERNANCE E NETWORKING



# X.ITE GOVERNANCE





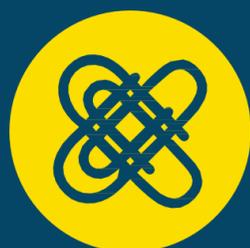
## X.ITE GOVERNANCE

- Per ogni progetto della KTU, la Academic Research Unit (ARU), fornisce risorse e competenze tecniche/ teoriche su argomenti oggetto dei progetti delle KTU – in genere con funzioni di advisorship

- Advances in Consumer Insight team

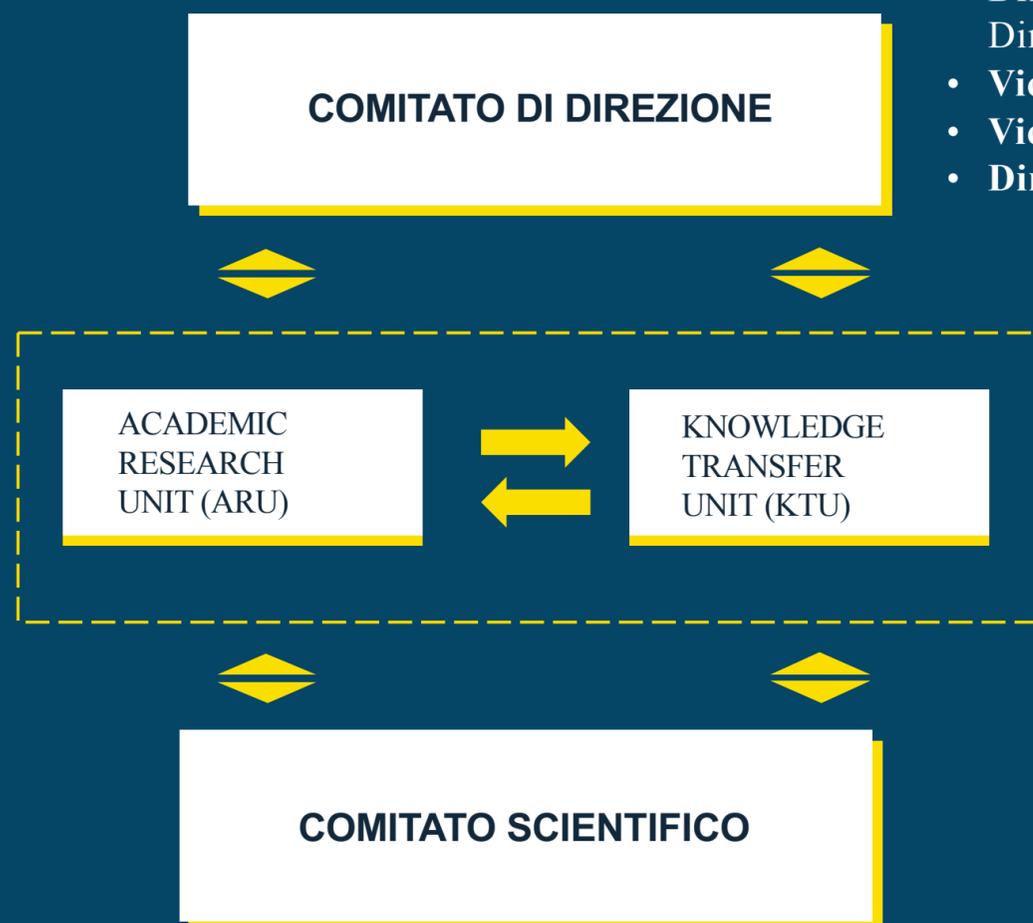


- La KTU contribuisce agli eventi organizzati dall'Academic Research Unit presentando lavori di ricerca trasformativa e ricerca azionabile ove siano utili a stimolare progettazione di nuovi temi/ filoni/ disegni di ricerca «open future»
- I componenti della KTU partecipano ai progetti di della ARU



# X.ITE GOVERNANCE E RUOLI

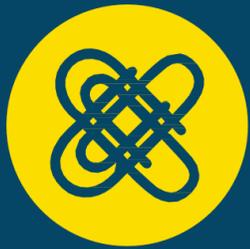
- **Direttore:**
  - Michele Costabile
- **Senior Research Fellow:**
  - Simona Romani
  - Feray Adiguzel
  - Rumen I. Pozharliev
- **Junior Research Fellow:**
  - Carmen Donato
  - Antonella Buonomo
  - Alba D'Aniello
  - Ada Maria Barone
  - Ilaria Querci
  - Vinicio Di Iorio
  - Adele De Francisci
  - G. Luca Cascio Rizzo
  - Daniele Agostini



- **Presidente:** Paolo Legrenzi
- **Direttore:** Michele Costabile (anche in funzione di Direttore della ARU)
- **Vice Direttore:** Paolo Peverini
- **Vice Direttore:** Matteo De Angelis
- **Direttore KTU:** Marco Francesco Mazzù

- **Direttore:**
  - Marco Francesco Mazzù
- **Senior Research Fellow:**
  - Carlo Fei
  - Francesco Giorgino
  - Roberta Parollo
- **Junior Research Fellow:**
  - Vittorio Granata
  - Francesca Romana Palano

- |                  |                     |                     |
|------------------|---------------------|---------------------|
| • Paolo Legrenzi | • Fabio Babiloni    | • Michele Costabile |
| • Simona Romani  | • Francesco Ricotta | • Rino Rumiati      |
| • Paolo Peverini | • Giacomo Sillari   | • Alberto Marcati   |
| • Pietro Vereni  | • Matteo De Angelis |                     |



# X.ITE GOVERNANCE



## COMITATO DI DIREZIONE

Paolo Legrenzi  
Presidente

Michele Costabile  
Direttore

Paolo Peverini  
Vice Direttore

Matteo De Angelis  
Vice Direttore

Marco Francesco Mazzù  
Direttore KTO



## COMITATO SCIENTIFICO

Paolo Legrenzi

Simona Romani

Fabio Babiloni

Francesco Ricotta

Michele Costabile

Rino Rumiati

Paolo Peverini

Giacomo Sillari

Alberto Marcati

Pietro Vereni

Matteo De Angelis



# X.ITE RESEARCH FELLOWS



SENIOR

Simona Romani

Rumen I. Pozharliev

Carlo Fei

Roberta Parollo

Francesco Giorgino

Feray Adiguzel



JUNIOR

*Ada Maria Barone*

*Antonella Buonomo*

*Alba D'Aniello*

*G. Luca Cascio Rizzo*

*Carmen Donato*

*Adele De Francisci*

*Francesca R. Palano*

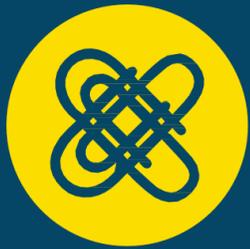
*Vittorio Granata*

*Ilaria Querci*

*Daniele Agostini*

*Vinicio Di Iorio*

*Serena Colacino*



## X.ITE NETWORK

In rete con X.ITE – Ospiti del Centro di Ricerca e Co-Autori



Rick Bagozzi  
University of Michigan

Aaron Ahuvia  
University of Michigan

Carolyn Yoon  
University of Michigan

Jonah Berger  
Wharton School

Greg Carpenter  
Northwestern  
University

Daniel  
Korschun  
Drexel University

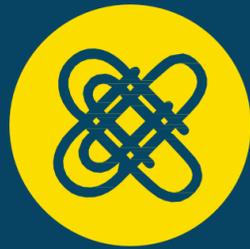
Peter Leeflang  
University of  
Groningen

Craig Smith  
INSEAD  
Business School

Luca M. Visconti  
Università della Svizzera  
Italiana

Andrea Bonezzi  
New York University

David Dubois  
INSEAD  
Business School



## X.ITE NETWORK

Il Centro di Ricerca  
collabora con le quattro  
Scuole *Graduate* della LUISS:

 LUISS SCHOOL  
OF LAW

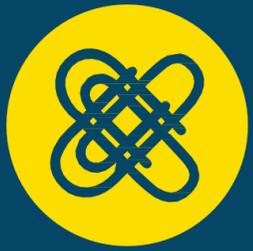
 LUISS SCHOOL  
OF GOVERNMENT

 LUISS BUSINESS  
SCHOOL

 LUISS SCHOOL OF EUROPEAN  
POLITICAL ECONOMY

Nella attività del Centro,  
inoltre, rientrano la partnership  
con Brain Signs (Sapienza  
Università di Roma) e con  
Netcomm





# X.ITE: LE MEMBERSHIP

## On Board



**Posteitaliane**





# X.ITE BUSINESS COMMUNITY MEMEBERSHIP

## I BENEFICI DELLA MEMBERSHIP

- Scouting di nuova conoscenza
- Intelligence & relazioni
- Dibattito su nuove «teorie»
- Ampliamento della visione

## LE IMPLICAZIONI DELLA MEMBERSHIP

Tre eventi ogni anno:



### PRIMO EVENTO

Academic Research Update  
+ Research Agenda Setting



### SECONDO EVENTO

Guest Speaker (clinical)  
+ Panel Discussion



### TERZO EVENTO

Guest Speaker (academic)  
+ Panel Discussion



## New Status Signaling Dynamics

May, 24th 2019, h. 16.00

**SILVIA BELLEZZA**

Gantcher Associate Professor of Business in Marketing  
COLUMBIA BUSINESS SCHOOL

*LUISS University*  
*Viale Romania, 32 – Rome*





# Designing Consumer Artificial Intelligence

July, 12th 2019, h. 11.00

**STEFANO PUNTONI**

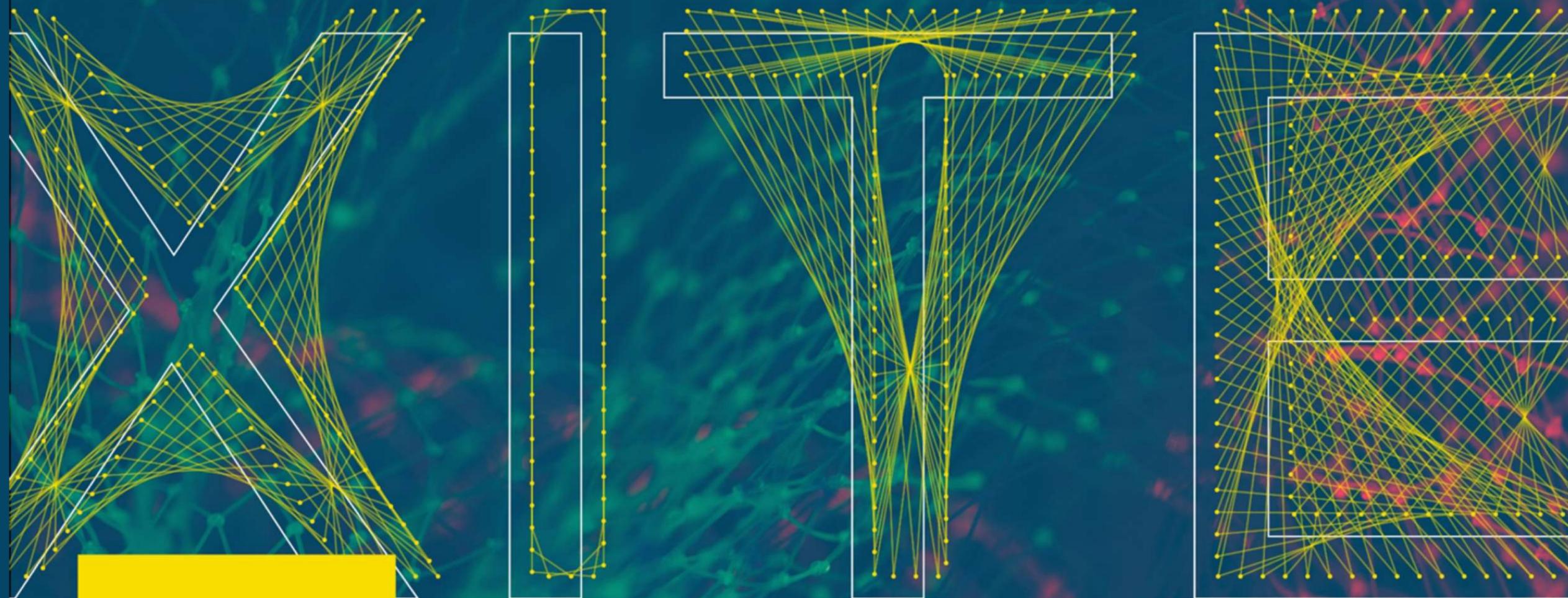
Professor of Marketing

ROTTERDAM SCHOOL OF MANAGEMENT, ERASMUS UNIVERSITY

*LUISS University*

*Viale Romania, 32 – Rome*





**X.ITE**

# Research Storm 2019

November, 15th 2019 h. 11.00

LUISS, Viale Romania 32

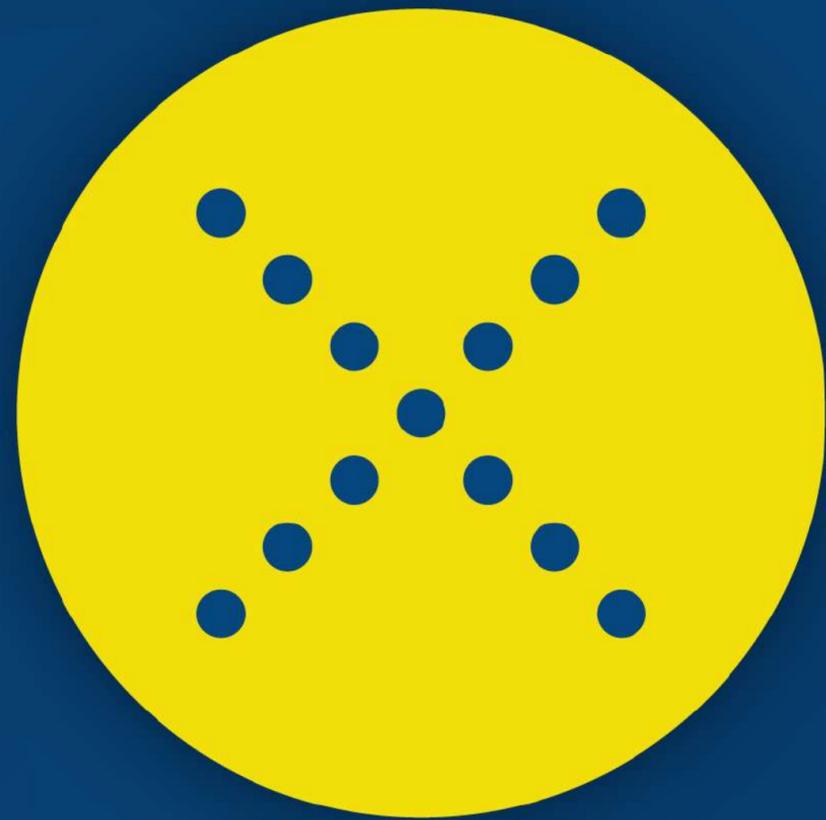
[www.xite.luiss.it](http://www.xite.luiss.it)



**.ITE**  
INSIGHT  
TECHNOLOGY  
ENHANCED

CENTRO DI RICERCA  
COMPORAMENTI E TECNOLOGIE  
UNIVERSITÀ LUISS / GUIDO CARLI  
ROMA

 **LUISS**



GRAZIE.

[www.xite.luiss.it](http://www.xite.luiss.it)