

Dr. Deborah Zani, CV

CV breve

In qualità di Chief Communication Officer della società di consulenza manageriale Malik a San Gallo (CH), in stretta collaborazione con l'ufficio legale, ha sviluppato la strategia del marchio. Dal 2014, per la società di consulenza sui marchi BrandTrust, ha accompagnato imprese e destinazioni nei processi di creazione e di posizionamento del marchio. Ora Direttore Generale di Rubner Haus, nonché direttore marketing e commerciale è preposta anche al brand management.

Autrice del libro "Competere con il Brand sul mercato globale", scritto insieme a C. Galli e D. Mainini, Filodiritto Editore, 2017.

CV lungo

Deborah Zani si è laureata in Relazioni Pubbliche presso l'Università IULM di Milano nel 2003 e ha conseguito nel 2014 presso la Alpen Adria Universität di Klagenfurt (A) il dottorato di ricerca in Filosofia, Giornalismo e Scienze della Comunicazione.

Dal 2004 al 2008 si è occupata dell'apertura di nuovi mercati strategici per l'azienda Alto Adige Marketing, prima provincia in Italia ad avere creato un marchio ombrello per una destinazione turistica e un territorio di provenienza di prodotti e servizi.

Dal 2008 al 2014 ha lavorato presso l'azienda di consulenza manageriale Malik Management a San Gallo (CH) nella funzione di Chief Communication Officer (CCO) e in stretta collaborazione con l'ufficio legale ha sviluppato la strategia del brand.

Dal 2014 al 2018, per l'azienda di consulenza sui marchi BrandTrust con sede a Norimberga, ha accompagnato come consulente le aziende nei processi di creazione e di posizionamento del marchio e sviluppa per loro strategie di comunicazione.

Da ottobre 2019 è Direttore Generale di Rubner Haus, azienda leader in Italia nella produzione di case in legno.

Nel 2016 ha pubblicato con la casa editrice Campus il libro in lingua tedesca sulle decisioni manageriali dal titolo „De-Kodiert, Die Methode für den ultimativen Verhandlungserfolg“ („De-codificato. Il metodo per avere successo nei negoziati“).

Nel 2017 ha pubblicato con gli avvocati Daniela Mainini e Cesare Galli il libro "Competere con il brand nel mercato globale", edito da Filo Diritto.