

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA
PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2016 – 2017**

Titolo della tesi: “Il brand si racconta: metodologia e strumenti per lo storytelling d’impresa con i social media”

Autore: Francesco Lodato

Abstract

Il progetto “camerachiara” nasce dall’esigenza di far conoscere a un vasto pubblico la realtà di questa giovane galleria fotografica, nata a Torino nel quartiere storico delle gallerie d’arte della città. A partire dalla sua effettiva apertura, la galleria aveva assoluto bisogno di una presenza online, che potesse pubblicizzare le opere esposte nello spazio “reale”. Al fine di portare a termine l’obiettivo è stato fondamentale il mondo dei social media: per mezzo di una pagina Facebook e di un blog, camerachiara è entrata di diritto a far parte del mondo online. Costruire una personalità ben definita all’interno dei social media, però, non è per niente semplice. Il lavoro di pianificazione che si nasconde dietro ogni pagina aziendale Facebook, infatti, è enorme e solo chi ha tracciato un percorso preciso e definito i propri obiettivi riuscirà a distinguersi e ad avere successo. La tesi è strutturata in tre capitoli: il primo verte sull’importanza dell’ideazione di un’analisi strategica, punto di partenza imprescindibile di ogni campagna pubblicitaria. Il secondo capitolo, invece, è dedicato allo storytelling d’impresa, attraverso il quale viene concepito il mondo narrativo in cui inserire il brand. È per mezzo della “storia” che la community entra in contatto e si appassiona ai prodotti che esso rappresenta. Infine, il terzo capitolo è dedicato al mestiere del copywriter e alle regole con cui quest’ultimo si avvicina al mondo digital, al fine di raccontare, con le

parole, il brand e i suoi prodotti. Oltre a questi approfondimenti teorici e metodologici, vengono presentati alcuni esempi pratici riguardanti il lavoro da noi svolto nel raccontare il mondo di camerachiarà. Per mezzo della pagina Facebook e il blog, infatti, abbiamo cercato di mettere in pratica le metodologie applicative di cui si servono, ormai da tempo, i professionisti del digital marketing.