



**Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE
DIGITALE A.A. 2022/2023**

Titolo della tesi: Il sondaggio come strumento di analisi UX: Il caso studio de L'Alveare che dice Sì!

Autore: Luca Arenella

Abstract

Il presente lavoro esplora l'evoluzione del marketing digitale e della comunicazione online nel settore alimentare negli ultimi anni, con un focus specifico sull'esperienza utente (UX) nell'e-commerce. Grazie allo sviluppo di nuove tecnologie, comprendere come queste influenzino il comportamento dei consumatori e, di conseguenza, le strategie aziendali, è diventato di cruciale importanza. Attraverso un approccio metodologico misto, integrando una parte teorica sulle tecniche del marketing e della comunicazione e pratica con riflessioni basate sull'esperienza diretta di tirocinio dell'autore. Particolare spazio è riservato al caso studio di un sondaggio per l'azienda *L'Alveare che dice Sì!*, un'iniziativa italiana che promuove la spesa a chilometro zero, collegando direttamente produttori e consumatori in un servizio di e-commerce alimentare decentralizzato. Questa piattaforma riflette un cambiamento significativo nel comportamento di acquisto dei consumatori, enfatizzando la qualità, la trasparenza e l'impatto locale delle loro scelte.

Il sondaggio somministrato ai clienti dell'azienda fornisce approfondimenti su come tali iniziative influenzino l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti nel settore alimentare. L'obiettivo duplice di questa tesi è perciò di offrire una riflessione teorica sull'attuale stato delle metodologie e tecniche di marketing e comunicazione online e fornire spunti pratici per le aziende del settore alimentare, mettendo in diretta connessione le più recenti tecniche e metodi di marketing all'effettiva applicazione pratica nel mondo aziendale.