

ABSTRACT

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2017 - 2018

Titolo della tesi: Inbound marketing: un viaggio tra metodo e applicazione

Autore: Virginia Girardi

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio dell'applicazione della metodologia Inbound in vari progetti a cura dell'agenzia di comunicazione Domino Proudly Interactive di Torino.

Il marketing tradizionale (o outbound) è chiamato anche il 'marketing dell'interruzione', perché rompe l'attenzione delle persone con qualcosa che potrebbe essere completamente fuori contesto rispetto a quello che stanno facendo o pensando. La strategia-tipo è basata infatti sulla sponsorizzazione ripetitiva e invasiva di prodotti e servizi, senza domandarsi il vero bisogno del destinatario del messaggio.

In un'epoca in cui siamo bombardati da ogni tipo di comunicazione il nostro cervello sviluppa una resistenza alle sollecitazioni inutili, scremando le informazioni sulla base della loro rilevanza e pertinenza.

È così iniziata a maturare l'idea di considerare un modus operandi alternativo: promuovere contenuti di valore per gli utenti interessati al momento giusto. Un tipo di marketing che non venga percepito come un'invasione forzata ma come un aiuto per soddisfare un bisogno.

Questa metodologia raggruppa tutti gli strumenti e le tattiche che sono proprie del web marketing, che hanno come obiettivo quello di usare le informazioni date dai visitatori allo scopo di trasformarli in clienti.

La tesi è strutturata in modo da presentare le teorie che regolano le logiche dell'inbound in relazione a casi pratici di applicazione seguiti durante lo stage, analizzando i risultati ottenuti.