

**Master Universitario in  
PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA  
PER LA COMUNICAZIONE**

**A.A 2017-2018**

**Titolo della tesi:**

Strategia di visual content marketing tra social e sito-web

**Autore:**

Sarah Graceffa

**Abstract**

La tesi di cui leggerete, racconterà l'esperienza di stage vissuta nella galleria "camerachiarà", un intimo spazio in via della Rocca 37/F a Torino, gestito dalla gallerista arch. Chiara Gianaria e dal collaboratore Francesco Lodato. Punto di riferimento per la promozione della fotografia ma in generale dell'arte e della cultura, Torino, offre delle ottime basi di partenza. Infatti fin da subito si può comprendere il potenziale che risiede in questo progetto, che prevedeva l'aumento del ranking sui social networks, e la creazione di un nuovo sito con blog interno, andando a sostituire ex novo sia il sito non aggiornato e non funzionante, che il blog, precedentemente separato dal sito e quindi dalle limitate possibilità di gestione del traffico; per cominciare, io e il mio collega Mathias abbiamo voluto studiare il soggetto "camerachiarà", comprendendone anzi tutto l'identità, poi l'immagine che si voleva comunicare nonché gli obiettivi di marketing preposti dalla galleria. Ciò implica che abbiamo parlato sia con la gallerista Chiara, che con il collaboratore Francesco, acquisendo informazioni sulle quali abbiamo poi costruito tutte le nostre campagne e ovviamente il sito-web. Abbiamo appreso i punti forza ma soprattutto i punti di debolezza, e proprio su quest'ultimi abbiamo progettato una strategia di valorizzazione: ciò che di certo si nota fin da subito è il limitato spazio della galleria rispetto ai competitors presenti peraltro nello stesso quartiere, ma in realtà, grazie sicuramente anche al coinvolgimento emotivo questo spazio riesce a risultare intimo, e dà alle

instagram. Attualmente condividiamo i contenuti del sito generando quindi un traffico continuo e circolare e aumentando effettivamente in modo concreto la nostra copertura online, avendo fidelizzato i contatti passati, e avendone acquisiti di nuovi.

opere la possibilità di essere le uniche protagoniste. Avendo compreso chi siamo e quali sono i nostri obiettivi, abbiamo individuato i nostri competitors, diretti e indiretti, analizzandone la presenza online e studiandone le strategie comunicative. Chiaro che arrivati a questo punto, è stato di essenziale importanza definire il nostro target di riferimento, elemento usato anche per il benchmark, definito grazie ai dati acquisiti tramite i social quali facebook e instagram, e con l'esperienza personale vissuta sul campo grazie ai clienti entrati in galleria. Con le ricerche fatte, abbiamo compreso in modo concreto gli obiettivi raggiungibili nei termini predisposti dallo stage, e abbiamo quindi cominciato fin da subito con la creazione di un piano editoriale, programmando sia i contenuti di copywriting, che i contenuti grafici. In questo modo, non senza difficoltà, siamo riusciti a creare un'ottima collaborazione lavorativa, riuscendo a pubblicare tutti i contenuti programmati con anticipo, e permettendo quindi un'organizzazione tale da lasciarmi poi il tempo di sviluppare il sito-web. Continuando a monitorare i contenuti pubblicati sui social, abbiamo iniziato a sviluppare il sito-web; per l'immagine della galleria era di fondamentale importanza sostituire il precedente sito, quindi avendo anche dei tempi limitati si è scelto di procedere usando wordpress, un software open source molto utilizzato, che ci darà possibilità di gestione del traffico, grazie alle condivisioni sui social degli articoli presenti nel blog/magazine interno al sito. Importante dire che per la realizzazione del sito, è stata fatta una seconda analisi benchmark, al fine di porre come riferimenti siti che potessero essere all'altezza degli obiettivi preposti, anche in regioni differenti. Prima di cominciare con la realizzazione del flowchart, ho voluto nuovamente confrontarmi con chiara, per comprendere quali fossero gli obiettivi di marketing in ordine di importanza, potendo quindi definire in modo concreto la struttura delle pagine e delle sezioni secondo una precisa gerarchia; Disegnato il flowchart, sono passata alla realizzazione del mockup, creando dei layout grafici sia realistici, che strutturali a livello di blocchi usati dal template di wordpress.

Il sito grazie alla collaborazione del programmatore gabriele Mosconi è andato online dopo una campagna di countdown condivisa su facebook e