

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA
PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2018/2019**

Titolo della tesi: Strategia di comunicazione in casa editrice.
Case Study: l'esperienza in Voglino Editrice.

Autore: Aura Di Cesare

Abstract

Il presente lavoro illustra la strategia di web marketing editoriale elaborata per Voglino Editrice, attraverso l'identificazione degli obiettivi editoriali, l'individuazione del target di riferimento, il confronto con competitor coerenti, l'analisi dei risultati aggiornati dei KPI, come strumenti di controllo e programmazione.

Lo sviluppo della Digital Strategy si è concretizzato su due livelli, website e social network, per rafforzare l'identità digitale della casa editrice e convertirla in conoscenza e riconoscimento del brand da parte del pubblico, e allo stesso tempo per comunicare con una nuova tipologia di pubblico dalla preparazione digitale sempre più consistente, consapevole e/o innata.