

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2019/2020

Titolo della tesi: Seasonal Marketing, una Strategia per Natale: Opportunità, Adattabilità, Riusabilità di una Campagna per i Social Media e non

Autore: Chiara Dionisi

Abstract:

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio dei linguaggi e delle tecniche adottate nello sviluppo delle strategie di marketing creative di tipo *seasonal*, ovvero quelle campagne che vengono create appositamente intorno a una ricorrenza, il cui obiettivo non è la vendita diretta di un prodotto o servizio, bensì creare una connessione con il consumatore al fine di rafforzare il *brand identity* e la conseguente percezione che il consumatore ha del brand.

Dopo aver analizzato gli spot di un brand di soft drink (la Coca-Cola Company) che del *seasonal marketing* ha fatto fin da subito il suo cavallo di battaglia, riuscendo a convincere tutto il mondo dal 1920 che la sua bevanda (non proprio adatta al periodo invernale) si possa bere anche quando fuori fa freddo, ho indagato sulle tecniche principali del *seasonal marketing* che quest'anno sono state particolarmente interessanti; infatti, oltre ad aver creato uno spot che è stato coronato come lo spot più efficace del 2020, a distanza di 22 anni dal primo debutto in Tv la Coca-Cola Company ha scelto di riproporre un suo vecchio spot del 1998, facendo così affidamento al sentimento di nostalgia in cui le persone si sono rifugiate durante la pandemia in corso.

Per finire, dopo aver seguito le tecniche di cui sopra, ho presentato lo spot che ho realizzato per la campagna di Natale 2020 per l'impresa sociale *l'Alveare che dice Sì!*.