

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT
DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2020/2021**

Titolo della tesi: La strategia di lancio di Spalding 1876, il digital protagonista

Autore: Luca Martis

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio della strategia di lancio di Spalding 1876, progetto di Social Media Management e Web Marketing. Spalding 1876 è il brand di abbigliamento streetwear collegato al marchio più internazionale Spalding, famoso per la produzione di articoli sportivi e "brand-icona" della pallacanestro. La tesi ripercorre i passaggi principali del progetto: 1) lo studio del brand; 2) l'elaborazione di una content strategy e la creazione dei contenuti; 3) lo sviluppo di una strategia di social media e web marketing e la creazione di campagne di advertising su Facebook, Instagram e Google; 4) la delineazione di una proposta di influencer marketing. Nel corso del lancio del brand, sono emersi dei problemi relativi all'intercettazione del target prefissato: la Generazione Z è difficilmente raggiungibile per gli elementi intrinseci che la caratterizzano. Proprio in quest'ottica, si è proceduto a delineare una proposta di influencer marketing che si concentra sia sulla nicchia di giovani appassionati al basket, sia a quel mondo non trascurabile rappresentato dalla musica trap.