

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

Titolo della tesi: "E-commerce ai tempi della Pandemia: un manuale per piccole realtà commerciali"

Autore: Federica Segnan

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo l'analisi delle strategie consigliate alle piccole realtà commerciali per lo sviluppo del proprio commercio online.

Partendo da un'introduzione sul momento storico e sul concetto di e-commerce (che si legano sempre di più a causa della pandemia di Covid-19) si vuole fornire una panoramica sul percorso da compiere per la creazione di un e-commerce di successo.

Questo progetto si vuole porre come una guida per i piccoli commercianti e le piccole realtà spiegando e fornendo nozioni, passi e strategie che un'attività intenzionata ad avere la propria presenza online deve conoscere, affrontare e seguire: dalla tipologia di e-commerce desiderato alla migliore collocazione online scelta anche in base al budget a disposizione, dalle strategie di marketing e comunicazione da porre in essere fino allo studio del l'e-commerce del brand Xerjoff (Case Study di questo scritto) con le tecniche e le strategie poste in essere per raggiungere gli i risultati definiti in precedenza dall'azienda.