

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

Titolo della tesi: Strategie digitali e Marketing Automation: la digital transformation di una multinazionale

Autore: Martina Tasso

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo la proposta di una strategia di comunicazione efficace per la multinazionale Prima Industrie sui social network già utilizzati e su quelli potenzialmente utilizzabili.

Partendo dall'introduzione sul tipo di azienda e sulla risposta digitale alla situazione pandemica del 2020, si vuole fornire una descrizione delle attività messe in atto dall'Ufficio Marketing per continuare a svolgere gli eventi e mantenere i momenti di interazione con i possibili clienti. L'analisi prosegue con l'approfondimento del tool utilizzato internamente per il Lead Nurturing e la Marketing Automation, con particolare attenzione sull'E-mail Marketing e la costruzione di Landing Page efficaci.

Lo sviluppo del progetto e le proposte social si concentrano sull'analisi settoriale, prendendo in considerazione l'ecosistema social dell'azienda e ciò che si potrebbe implementare in termini di presenza e contenuti.

Il progetto tuttavia non è un punto di arrivo, ma un punto di partenza, le caratteristiche della presenza social mutano e si evolvono molto velocemente.