

MASTER UNIVERSITARIO IN PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2020/2021

Titolo della tesi: Strategie e strumenti di Digital Marketing per i brand.
Il caso Ferretti Group

Autore: Alessandro Avesani

Abstract

La tesi analizza i diversi canali e gli strumenti impiegati nella realizzazione di una Digital Strategy efficace e rilevante.

Oggetto di studio è stata la nuova campagna digitale di **Ferretti Group** che all'interno del proprio ecosistema di comunicazione ha inserito un nuovo strumento di creazione di contenuti: **Foleon**.

Il Gruppo Ferretti, cantiere leader per la progettazione, costruzione e commercializzazione di motor yacht e navi da diporto, ha scelto questo strumento per realizzare **Ferretti Group Live**, una pubblicazione digitale che promuovesse la sua presenza ai saloni nautici della stagione 2021.

La scelta di questo strumento risponde a due esigenze fondamentali per Ferretti Group: la prima risiede nella volontà di creare nuovi contenuti e un nuovo canale per aumentare l'interazione e il coinvolgimento del proprio target; la seconda deriva in parte dalle conseguenze delle misure per il contenimento pandemico.

La pubblicazione infatti permette all'utente, tra le molteplici funzionalità, di prenotare direttamente la propria visita sulle imbarcazioni esposte ai saloni nautici e questo ha permesso ai dealer di avere una pianificazione delle presentazioni on board, limitando il più possibile eventuali assembramenti.

L'utilizzo di questo nuovo strumento, insieme a una Social Media Strategy realizzata ad hoc per il lancio dei saloni e di una attività di Direct Emailing Marketing hanno permesso a Ferretti Group di rafforzare le relazioni con i clienti, migliorando la notorietà dei brand e dei prodotti.