

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

Titolo della tesi: Strategia di comunicazione per "Save Mobile App"

Come applicare i criteri della comunicazione visiva per valorizzare la percezione di un prodotto

Autore: Naomi Di Blasi

Abstract

Il lavoro presentato nasce dal progetto Save Mobile App, un'app sviluppata dalla Web Agency Archibuzz. La piattaforma valorizza e promuove le offerte di ristoranti, negozi e attività a Torino permette agli esercenti "local" di ottenere visibilità, comunicando sconti e omaggi, e agli utenti di approfittare delle promozioni, prenotandole in maniera facile e veloce direttamente da smartphone.

Lo studio di strategie da attuare per un incremento dell'attività e della rilevanza della piattaforma è il fulcro della ricerca.

Nello specifico si è scelto per prima cosa di elaborare una copy strategy capace di inquadrare il prodotto per ricavarne un rationale creativo, un tono e uno stile comunicativo. Successivamente si è voluto fare chiarezza sullo sviluppo dell'applicazione e sulla ASO (App Store Optimization) strumento necessario per l'indicizzazione dell'applicazione. Infine, è stato ideato un rationale creativo prendendo soprattutto in considerazione il valore che ha l'immagine essendo l'elemento che per primo colpisce l'occhio umano e l'emozione.

Manifesti, pubblicità non convenzionali e piattaforme progettati attraverso i criteri della comunicazione visiva, sono stati i supporti scelti per dare rilievo al prodotto e per catturare l'attenzione del potenziale fruitore.

Il lavoro, in sintesi, si è posto due obiettivi principali: l'interazione dell'utente con i contenuti multimediali dei social di Save Mobile App e la presa di fiducia del fruitore verso il prodotto attraverso un racconto per immagini.