

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT  
DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE-a.a. 2011 - 2023**

**Titolo della tesi: I Social Network come strumento per la promozione commerciale: un caso di studio applicato.**

Autore: Binato Eleonora

Nella tesi viene analizzato un caso di studio applicato di Social Media Marketing. È stato scelto questo progetto per poter studiare le conseguenze, le criticità e i vantaggi, di una campagna di comunicazione sui Social Network.

L'azienda committente è un negozio di piccole dimensioni collocato in una zona residenziale della città e per questi motivi necessita di maggiore visibilità e di creare un rapporto più solido con i propri clienti.

Nella prima fase del progetto è stata effettuata un'attenta analisi dell'azienda, esaminando i suoi punti di forza e di debolezza e studiando il contesto in cui è inserita. In seguito sono stati analizzati i diversi Social Media presenti sul Web, in particolare per ciascuno sono state studiate le caratteristiche funzionali e il target di riferimento e sono stati scelti i più adatti alle necessità dell'azienda. A questo punto è stata progettata una strategia di comunicazione "ad hoc" per ogni Social Media, individuando in questo modo i contenuti più opportuni da pubblicare. Dopo un periodo di osservazione sono stati analizzati i risultati ottenuti: è risultato che la strategia messa in atto sta aiutando l'azienda a creare un contatto con gli utenti della rete e ad abbattere i vincoli territoriali. Grazie a questa campagna di comunicazione è stato possibile aumentare la visibilità dell'azienda e al tempo stesso fidelizzare i clienti migliorando l'immagine aziendale.