

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2016 - 2017

Titolo della tesi: **Dalla comunicazione tradizionale alle strategie di Social Media Marketing per il settore della moda. Il caso Oscalito**

Autore: **Ilaria Del Boca**

Abstract

La presente dissertazione intende mettere in luce le trasformazioni che negli ultimi anni hanno attraversato il mondo della comunicazione, dall'ingresso nel web all'introduzione dei social network fino ad arrivare all'industria 4.0. La presenza digitale delle aziende è diventata fondamentale per comunicare in modo adeguato con i clienti e oggi la diffusione dei social media determina maggiore trasparenza e apertura al dialogo da parte di tutti gli interlocutori.

Nel primo capitolo della tesi sono stati analizzati gli obiettivi della comunicazione 4.0, gli strumenti necessari per arrivare in modo capillare a un maggior numero di persone e gli aspetti che permettono lo sviluppo dell'innovazione tecnologica.

Il secondo capitolo evidenzia, invece, attraverso numerosi esempi quali sono i meriti introdotti dal Social Media Marketing nel settore della moda, i trend e i mezzi consolidati, ma anche cosa ci dovremo aspettare per il futuro.

Nel terzo e nel quarto capitolo è presentato il caso studio, il marchio Oscalito, un'azienda di abbigliamento e maglieria intima che ha saputo rinnovarsi negli anni attraverso strategie innovative, rimanendo, però, fedele a una lunga tradizione che sostiene l'utilizzo di fibre naturali. Durante lo stage svolto presso l'agenzia di comunicazione Ars Media mi sono occupata della gestione dei canali social del brand, della strategia, della realizzazione e della pianificazione editoriale dei contenuti, fino ad arrivare alla preparazione di campagne per il cliente e all'analisi dei dati. Da questa ricerca emerge un modello di comunicazione in cui il mondo offline e quello online coesistono in equilibrio.