



## **Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE A.A. 2022/2023**

Titolo della tesi: STRATEGIE DI MARKETING PER PROMUOVERE I BRAND DI ARREDAMENTO MADE IN ITALY: IL CASO STEFANO ARREDAMENTI

Autore: Giada Livia Santantonio

### **Abstract**

Questa tesi si propone di esplorare le intricate strategie di marketing nel contesto dell'arredamento Made in Italy, focalizzandosi principalmente su Stefano Arredamenti. Il primo capitolo offre una panoramica della ricca storia del settore, esaminando la complessità della filiera legno-arredamento italiana e tracciando le dinamiche di lungo periodo che ne hanno plasmato l'identità. Esplorando le caratteristiche uniche di questo settore, il capitolo delinea prospettive di sviluppo in un contesto sempre più dinamico e globale. Il secondo capitolo si concentra sul cuore pulsante della promozione dell'arredamento Made in Italy, analizzando le strategie di marketing e comunicazione. Vengono esaminate le tattiche efficaci attraverso canali di comunicazione, con un focus particolare sui social media, il web marketing, e il processo di branding e posizionamento del prodotto, elementi cruciali per il successo di marchi di alta qualità. Il terzo capitolo, fulcro del lavoro, approfondisce il caso specifico di Stefano Arredamenti, esplorandone storia, valori e strategie di vendita. Analizzando la complessità della concorrenza nell'ambito dell'arredamento Made in Italy, questo capitolo offre un'immersione nel contesto che ha contribuito al successo di Stefano Arredamenti nel mercato globale. Il quarto capitolo fornisce un'analisi dettagliata degli obiettivi, della metodologia e delle attività svolte durante uno stage pratico, arricchendo la comprensione delle strategie di marketing nel settore. Questa prospettiva pratica, concentrata su brand come Stefano Arredamenti, integra e completa l'approfondimento teorico, contribuendo a una visione completa delle dinamiche di promozione e comunicazione nel contesto dell'arredamento Made in Italy.