

**Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE
DIGITALE**

Digital Communication Design A.A. 2023/2024

Titolo della tesi: L'impatto del marketing digitale sul settore non-profit

Autrice: Gaia Mummolo

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del ruolo del marketing digitale nel settore non-profit, evidenziando come sia possibile sfruttare strumenti accessibili e a costo zero per superare le limitazioni legate alle risorse umane ed economiche. La ricerca si basa su un'analisi qualitativa condotta attraverso lo studio di report ufficiali, documenti e articoli. Il settore del non-profit ha registrato una grande crescita in Italia. Dagli anni Settanta le organizzazioni non-profit (ONP) si battono per cause sociali di vario genere. Grazie al marketing, disciplina nata all'inizio del ventesimo secolo, è stato possibile migliorare la comunicazione con i sostenitori e i volontari delle ONP. Il marketing si basa sulla creazione di strategie che permettono alle aziende di costruire e mantenere relazioni con il pubblico, soddisfacendo i bisogni dei clienti. Nel caso delle ONP il marketing deve creare una comunicazione che sensibilizzi e induca il pubblico a sostenere la causa, senza ricevere nulla in cambio. L'integrazione digitale ha segnato un punto di svolta, consentendo alle ONP di affrontare e superare i due principali problemi che le affliggono, ossia la scarsità di risorse finanziarie e di personale non specializzato. In questa tesi si propone una panoramica degli strumenti digitali, accessibili sia economicamente che per facilità d'uso, che facilitano la comunicazione delle ONP senza compromettere il raggiungimento della loro missione principale.