

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2019/2020

Titolo della tesi:

Presenza digitale del Centro Studi Assaggiatori: analisi e strategie

Autore:

Miriana Costanzo

Abstract

La tesi ha come obiettivo l'analisi della presenza digitale di Centro Studi Assaggiatori, società cooperativa fondata nel 1990 che si occupa di scienze e analisi sensoriale a livello internazionale. Il fine è stato quello di comprendere i punti di forza e di debolezza ed elaborare strategie per ottimizzare la presenza digitale cercando di migliorare elementi come il posizionamento, la visibilità, l'engagement, la fidelizzazione, il sito, i social, ecc. I dati sono stati monitorati per tutta la durata dello stage. È, perciò, una tesi interdisciplinare che affronta, oltre una rapida presentazione delle Scienze Sensoriali, argomenti di Digital Marketing, Social Marketing, Social Media Strategy, usabilità, accessibilità e Neuromarketing. Sono stati analizzati il sito e i canali social del Centro Studi Assaggiatori e dei siti ad esso associati. Dietro richiesta del tutor aziendale è stata presentata una proposta di restyling della newsletter. Stesso procedimento di analisi è stato fatto per i siti e i canali social dei principali competitor di Centro Studi Assaggiatori. Con i dati ottenuti si sono potute elaborare diverse strategie: per esempio, per migliorare alcuni punti deboli del sito come i meta tag e una strategia Seo per migliorare il posizionamento e la visibilità. Con il Social Marketing sono state cercate strategie per aumentare l'engagement, la visibilità e i contatti sui social ed è stata elaborata una Social Media Strategy e una Content Strategy creando poi un piano editoriale. Si sono, infine, rianalizzati i dati per esaminare i miglioramenti ottenuti.