

# **MASTER UNIVERSITARIO IN PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2020/2021**

Titolo della tesi: **Lo storytelling e la dimensione strategica della narrazione: raccontare un brand con i social media**

Autore: Martina Di Nolfo

## Abstract

Il seguente lavoro intende analizzare le tecniche narrative partendo dalle origini del racconto -e dalla conseguente esigenza da parte dell'essere umano di raccontare- giungendo sino al moderno concetto di storytelling; spiegare e dimostrare che quest'ultimo non è unicamente un'espressione alla moda ma una vera e propria disciplina, divenuta strumento indispensabile per essere ascoltati o per essere scelti. Lo storytelling, infatti, oggi rappresenta un mezzo per sedurre e convincere; un'opportunità di influenzare i diversi tipi di pubblico e di condivisione di informazioni. Dunque, uno degli obiettivi di questo elaborato è proprio quello di mettere in luce l'impatto che esso ha nella narrazione del brand.

L'intento è quindi fondamentalmente quello di comprendere come la pubblicità si serva dello storytelling, in un momento storico dove l'identità del brand viene raccontata come una storia e il marketing diventa narrativo.

Successivamente si analizzeranno i tipi di comunicazione per fare narrazione tramite social media e i metodi per costruire una Social Media Strategy efficace e convincente.

Infine, si analizzerà un caso specifico di food brand, *Il Vitello di Casa Vercelli*, come esempio di narrazione che avviene attraverso i social media, focalizzandosi sulla figura del copywriter e sulla organizzazione di un piano editoriale utile a raggiungere gli obiettivi prefissati, per far sì che la *web communication* raggiunga il successo prefissato.