

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

Titolo Tesi: Marketing e Comunicazione nel settore Retail. Esperienze e osservazioni in Cavalieri Retailing S.r.l.

Autore: Nicola Quadrelli

Abstract

La tesi si ripropone di analizzare il settore commerciale retail come fenomeno caratterizzato da specifiche dinamiche di marketing emozionale ed esperienziale, mostrando come esso sia sorretto da strategie di comunicazione multisensoriale e transmediale che vedono il consumatore, nella sua complessità di individuo, come protagonista e il punto vendita come luogo privilegiato d'azione.

Il marketing, nella sua declinazione più moderna “human to human” viene analizzato come importante metodo strategico di vendita in grado di operare all'interno di un contesto più ampio e articolato dove customer journey, customer experience e storytelling si intrecciano mettendo al centro del processo d'acquisto le leve emotive del consumatore e in secondo piano le qualità intrinseche di prodotti e servizi.

Nello scritto viene dimostrato come il punto vendita retail possa diventare il palcoscenico del Brand, dove la sua comunicazione può farsi più coinvolgente, davvero completa e multimediale, avendo a disposizione tutti i sensi dell'individuo da poter sollecitare al fine veicolare contenuti e creare “momenti memorabili di fidelizzazione” in grado di oltrepassare i limiti del negozio ed entrare direttamente nelle vite delle persone.

La comunicazione viene studiata in quanto attività persuasiva in grado di sollecitare le azioni del consumatore, spingendolo ad atti d'acquisto impulsivi o dettati da bisogni emotivi. In uno store questo implica la considerazione di molteplici forme di storytelling sia visivo che testuale, tecniche di storydoing esperienziale e forme di comunicazione implicita, tipiche della comunicazione pubblicitaria, ottimizzata e resa ancora più efficiente in ambiente fisico attraverso l'applicazione dei principi di visual merchandising.

Tutti i temi approfonditi nella tesi, dal punto di vista teorico, sono stati frutto di osservazioni, interviste e ricerca, metodi necessari fin dai primi momenti di stage per poter affrontare ogni giorno le attività di visual designer e copywriter all'interno dell'azienda di consulenza Cavalieri Retailing. La tesi è accompagnata da un caso studio inerente all'allestimento dello store di punta Bonomelli di Milano, analizzato insieme agli stessi progettisti e da una selezione di tre dei progetti sviluppati direttamente, aventi come oggetto la comunicazione in tre ambiti distinti: Cavalieri Retail Experience ovvero lo sviluppo di storyboard video e infografiche sul tema retail per il ramo formazione e promozione aziendale; WestGate, ovvero la progettazione di un mood visuale e uno storytelling per un grande centro commerciale in apertura a Shanghai dedicato all'Italia; Store to Action, ovvero la progettazione di un allestimento multimediale per la promozione del settore ortofrutta nella grande distribuzione.