

Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE
Digital Communication Design A.A. 2023/2024

Titolo della tesi: IL FUTURO DEL DIGITAL MARKETING ATTRAVERSO I VIDEO BREVI

Autore: LAURA CANNAZZA

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del ruolo strategico dei video brevi nel panorama del marketing digitale contemporaneo. In un contesto caratterizzato da una soglia di attenzione sempre più ridotta e da un utilizzo crescente dei social media, i video brevi si sono affermati come uno strumento fondamentale per catturare l'interesse degli utenti e rafforzare la connessione tra brand e pubblico.

Attraverso un'analisi delle piattaforme principali, delle strategie di creazione dei contenuti e delle metriche di valutazione delle performance, la ricerca evidenzia le caratteristiche distintive di questi contenuti e il loro impatto sulle campagne di comunicazione. Particolare attenzione è dedicata alla personalizzazione e alla centralità dell'approccio data-driven, che consente di ottimizzare i contenuti in base alle preferenze e ai comportamenti degli utenti.

Il lavoro è arricchito da casi di studio di brand leader e dall'esperienza diretta maturata durante il tirocinio presso l'agenzia Ars Media. Le strategie adottate per i marchi Cranchi e Silent Yachts mettono in luce l'importanza di personalizzare i video in base ai valori aziendali e alle aspettative del target.

I risultati ottenuti dimostrano come i video brevi non siano una semplice tendenza, ma rappresentino una risorsa versatile e potente per il futuro del marketing digitale, capace di coniugare creatività, strategia e tecnologia avanzata per raggiungere obiettivi concreti di business.