

## **Master Universitario in PROGETTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE A.A. 2022/2023**

Titolo della tesi: Digital Ecosystem: ChM.Fam – Studio sull'identità digitale dell'azienda e delle strategie comunicative attuate

Autore: Casula Andrea

### **Abstract**

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del Social Media Marketing e alla Search Engine Optimization (SEO), in relazione al lavoro svolto durante l'attività di tirocinio curriculare del master.

Viene inizialmente esposto il concetto di ecosistema digitale, tipico della *digital revolution* ed elemento sempre più predominante nel mondo del lavoro odierno, dove tutto è connesso sia all'interno che all'esterno di ogni realtà imprenditoriale. Segue l'introduzione del concetto di Social Media Marketing, la sua evoluzione nel tempo e i punti fondamentali su cui si basa, abbinati ai molteplici vantaggi offerti da una strategia social ben strutturata.

Successivamente, in relazione alla *search engine optimization*, vengono evidenziati gli elementi da tenere in considerazione quando si ha come obiettivo l'ottimizzazione del posizionamento di un sito web nelle liste di ricerca. Viene dunque presentata un'analisi dei parametri rilevanti in ottica SEO e tutti i vantaggi che si possono ricavare da una strategia incentrata sulla scelta delle giuste keyword e sull'ottimizzazione del ranking.

Nella seconda e più sostanziosa sezione dello studio si espone il lavoro svolto durante l'attività di tirocinio curriculare, partendo da una presentazione completa della struttura ospitante e del tipo di attività svolte da ChM.Fam, i suoi valori e la mission.

A ognuno dei tre progetti principali è dedicato un sotto capitolo. Il primo tratta la valutazione della concorrenza dell'azienda, identificando *best in class* e competitor diretti insieme alle rispettive caratteristiche di punta da cui poter prendere spunto e comportamenti non ottimali da evitare.

Il secondo viene usato per descrivere nel dettaglio il piano editoriale sviluppato per l'azienda, completo di strategia social, *content strategy* ed elementi complementari come *target audience* e *tone of voice*. L'ultima sezione è dedicata all'analisi SEO e allo sviluppo di una strategia che si pone come obiettivo il miglioramento della posizione del sito aziendale negli indici dei motori di ricerca.

Infine, l'ultimo capitolo è utile nell'esaurire l'elenco di attività svolte per conto di ChM.Fam, così da trarre le giuste conclusioni relative all'esperienza, il lavoro svolto e le competenze sviluppate.