



UNIVERSITÀ
DI TORINO

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

Titolo della tesi: **Brand Identity e Rebranding per le piccole e medie imprese: il caso studio di Evolve**

Autore: Rita Crugliano

Abstract

Il presente elaborato ha come obiettivo esaminare l'importanza della *brand identity* e del *rebranding* nelle dinamiche aziendali, con particolare attenzione al ruolo cruciale dei *social media* nel contesto del *digital marketing* post-COVID-19. Concentrandosi sulle piccole e medie imprese (PMI) italiane, diventate modelli di resilienza, si esplora come abbiano adottato nuove tendenze digitali. Nel primo capitolo, si evidenzia come la *brand identity* sia essenziale per il posizionamento di un marchio, influenzato dagli interessi dei consumatori e dalla filosofia aziendale. Il processo di *rebranding*, analizzato approfonditamente, si rivela fondamentale per adattarsi alle mutevoli tendenze di mercato e ai nuovi strumenti di comunicazione. Il terzo capitolo si focalizza sul ruolo determinante dei *social media* nella comunicazione efficace dell'identità del *brand* e nell'interazione con i consumatori, portando a cambiamenti strutturali nella comunicazione e produzione aziendale. I capitoli successivi integrano la teoria con l'esperienza pratica, esaminando il percorso di tirocinio presso Sniper Agency, con particolare enfasi sulla Business Unit Evolve e sulla gestione dei profili *social*. Questi capitoli forniscono un insight sul *rebranding* organizzativo e di design del caso studio Evolve, società di consulenza finanziaria. In sintesi, la tesi offre un quadro completo sulle sfide e opportunità attuali per le imprese nel contesto digitale, evidenziando come una PMI possa distinguersi attraverso una strategia di *rebranding* mirata, soprattutto sui *social media*.