

Master Universitario in: "ANALISI DATI PER LA BUSINESS INTELLIGENCE"
A.A. 2018-2019

Titolo della tesi:

L'incidenza del marketing e della comunicazione digitale sulle performance web e social media: analisi di un caso di studio.

Autore: Rosy Ariano

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo quello di restituire un report di analisi utile al cliente per l'ideazione e la pianificazione di strategie web marketing per implementare positivamente il proprio business futuro. Il presente lavoro mira a fare un punto sulla qualità del lavoro svolto sulla gestione delle attività di web marketing da parte dell'agenzia di comunicazione presso cui ho svolto il mio tirocinio.

L'obiettivo è quello di mostrare che è utile pianificare una strategia di promozione web per un'impresa, in quanto un'attività costante di web marketing porta vantaggi all'azienda sia per quanto riguarda il rafforzamento del brand per i clienti che l'aumento del fatturato

I principali tool utilizzati per la raccolta e la lettura dei dati sono: Google Analytics, Google AdWords e Facebook Business Manager.

Il lavoro è diviso in tre sezioni. La prima tende a restituire una panoramica generale del pubblico, facendo riferimento alla dimensione demografica con l'obiettivo di tracciare il profilo tipo dell'utente standard.

La seconda sezione prende in considerazione la dimensione sorgente/mezzo relativa ai canali di acquisizione, ponendo particolare attenzione ai risultati generati dalle sponsorizzazioni AdWords, dalle campagne Facebook e da MailUp.

La terza sezione, quella conclusiva vuole fornire un riassunto sulle attività svolte e fungere da base da cui partire per effettuare future strategie di web marketing che siano il più coerente possibile con le esigenze del cliente.