

Studio di un caso aziendale di marketing digitale

Format del Report

(lunghezza indicativa 25-30 pagine, font Calibri, interlinea 1,5; carattere 13, margini tutti 2,5 cm)

1. Introduzione del progetto di ricerca

- Obiettivi della ricerca

Descrivere le finalità della ricerca

- Presentazione dell'impresa analizzata e del business

Descrivere la mission, i valori, l'organizzazione e la storia dell'impresa

Descrivere il business in cui opera l'impresa

- Metodologie applicate

Descrivere le metodologie utilizzate: analisi esplorativa, tecnica di benchmarking e tool di analisi e monitoraggio

- Brevi cenni ai risultati e alle implicazioni

Descrivere sinteticamente i principali risultati e le implicazioni

2. Processi analitici di marketing

2.1 Caratteristiche del mercato

Individuare il mercato di riferimento dell'impresa e descriverne le caratteristiche

2.2 Ambiente competitivo

Identificare e descrivere i quattro concorrenti principali (inserire un paragrafo per ogni competitor)

3. Processi strategici di marketing

3.1 Segmentazione della domanda e targeting

Individuare le strategie di segmentazione della domanda adottate dall'impresa e descrivere il/i segmento/i target

3.2 Posizionamento e differenziazione dell'offerta

Descrivere il posizionamento percettivo/competitivo dell'impresa rispetto ai principali competitors e le modalità di differenziazione dell'offerta

4. Processi operativi di marketing

Illustrare il processo e i risultati dell'analisi comparativa di benchmarking applicata ai siti dell'impresa analizzata e dei principali competitors rispetto alle cinque dimensioni della griglia di benchmarking

5. Analisi e monitoraggio dei trend di ricerca e delle attività di social media marketing

Illustrare il processo e i risultati dell'applicazione comparativa dei tool di analisi e monitoraggio dei trend di ricerca e delle attività di social media marketing dell'impresa analizzata rispetto ai principali competitors

5.1 Analisi trend di ricerca

Illustrare il processo e i risultati dell'applicazione di Google Trends

5.2 Sentiment analysis

Illustrare il processo e i risultati dell'applicazione di Sentiment viz

5.3 Misurazione dell'engagement

Illustrare il processo e i risultati del calcolo delle metriche di engagement su Facebook e Instagram

6. Discussione e conclusioni

- Sintesi dei risultati delle analisi
- Implicazioni per l'impresa analizzata: punti di forza e debolezza, aree di miglioramento, sviluppi futuri per le attività di marketing digitale