

**IUSVELAB**

Communication Research Centre

---

case study

# **MEDIAGRAF**

Web Marketing & Digital Communication

---

# introduzione

L'azienda Mediagraf Spa di Padova, intende sviluppare una nuova area di business, lanciando sul mercato un nuovo prodotto di stampa digitale: le shopper di carta. Il modello di business previsto è quello dell' e-commerce. L'azienda ha già definito l'offerta di prodotto, basata su 6/7 formati, totalmente personalizzabili, plastificati o non. La produzione attraverso la stampa digitale permette di essere competitivi su basse tirature (da 100 a 1000 pezzi).

---

# obiettivi

- Definire analisi e strategie di comunicazione
- Sviluppare la brand identity per il portale e-commerce
- Diventare vero partner di Mediagraf per il successo del progetto “shopper”, mettendo a disposizione dell’azienda un team di valore, pienamente coinvolto con il progetto

---

# best team

Il Best Team selezionato per questo progetto è composto da due studenti del corso di Laurea Magistrale in Creatività e Design della Comunicazione e da una studentessa del corso di Laurea Magistrale in Web Marketing and Digital Communication:

- Alessandro Cavestro (Creatività e design)
- Giulia Zangrando (Creatività e design)
- Diletta Del Priore (Web Marketing)
  
- Prof.ssa Maria Pia Favaretto (Project Supervisor)
- Professor Albino Ponchio (Project Supervisor)

---

# best team

Il Best Team ha sviluppato una prima fase di ricerca strategica (analisi di mercato, analisi dei competitors, analisi delle ricerche attive su Google Trends). Il secondo step è stato dedicato allo studio del naming per il sito e-commerce e alla costruzione del logo e dell'intera brand identity (biglietti da visita, cartellina, carta intestata, busta). Per concludere è stata sviluppata una landing page che anticipa la struttura del sito e-commerce in costruzione.

---

# analisi

L'analisi è la fase fondamentale, quella che permette poi di sviluppare strategie e attività operative vincenti, e si articola su molti aspetti.

## MERCATO

- analisi del mercato nel quale vogliamo lavorare
- caratteristiche del mercato, dimensioni, segmentazione del mercato

## CLIENTE

- analisi dei target potenziali, delle loro caratteristiche, dei bisogni, del comportamento di acquisto, specie online

---

# analisi

## COMPETITOR

- approfondita analisi dell'offerta dei competitor (prodotti, prezzi, condizioni, promozioni)
- analisi dei siti, della struttura, dei contenuti, della grafica, della navigabilità
- analisi della promozione dei siti dei competitor, in particolare delle loro attività on-line, analisi del posizionamento su Google
- individuazione delle best practice

## SEO

- approfondita analisi delle ricerche attive su Google, numero di ricerche e key words utilizzate



---

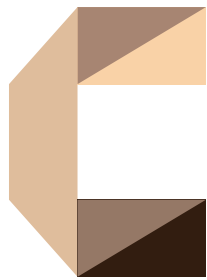
# brand identity

Ottenute le basi strategiche e di analisi si è studiata la Brand Identity :

- > **Nome**, studiato in funzione delle logiche dell' e-commerce e per favorire il posizionamento Seo
- > **Marchio – Logo**
- > **Immagine Coordinata**
- > **Pay-off**

# Creashopper.it

Your personal shopping bag



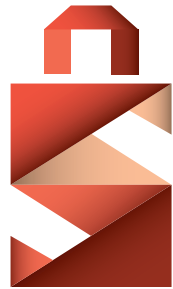
**CREA**

**SHOPPER**



**Creashopper.it**

Your personal shopping bag



**Creashopper.it**

Your personal shopping bag

# BUSINESS CARD

---



# CARTA INTESTATA E BUSTA

---









**THANKS FOR WATCHING**