

Project Work 2021

Abstract

Marketing +

Master in Marketing | Digital & Communication

III EDIZIONE

DICEMBRE 2020 – LUGLIO 2021

IPE Business School

Riviera di Chiaia, 264 Napoli

www.ipebs.it

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA:  **Biotest**

TITOLO: “VENDITA INTERNAZIONALE DI PRODOTTI
COMPLESSI ATTRAVERSO “NUOVE” SOLUZIONI DIGITALI”

MARINA GUIDOTTI

Team Leader



*Laureanda in Economia
Aziendale e Management*

CHIARA DE FRANCO



*Laureata in Marketing e
Management Internazion.*

DIEGO PIROZZI



*Laureato in Marketing e
Management Internazion.*

BRUNO RUSSO



*Laureando in Comunicazione
Pubblica e d'Impresa*

CLAUDIA TRIPODI



*Laureata in Lingue e
Letterature Europee e
Americane*

ABSTRACT

Il lavoro, svolto in collaborazione con **Biotest Italia**, ha lo scopo di migliorare alcuni attuali punti critici dell'azienda in ambito sales, gestione dello stock e dei clienti, attraverso lo sviluppo di un portale strutturato in tre aree: CRM, vetrina prodotti e area social. Per raggiungere tale scopo sono state svolte analisi sulla situazione attuale, definizione dei problemi e degli obiettivi da raggiungere, perseguiti attraverso lo sviluppo della piattaforma e la creazione di una strategia di comunicazione. Attraverso la piattaforma si avrà l'opportunità di migliorare la precisione nella gestione e la raccolta delle informazioni, diminuendo l'asimmetria informativa che intercorre tra distributore e area manager. Inoltre, tramite la raccolta di dati e l'ampliamento del network, si favorirà un eventuale turnover tra i distributori, laddove necessario.

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA: BUZZOOLE

TITOLO: “I NUOVI FORMATI CREATIVI DEI CREATOR”

MARTINA MURONE

Team Leader



*Laureata in Economia e
Commercio*

BENEDETTA AIELLO



*Laureata in Culture Digitali e
della Comunicazione*

MATTIA CECERE



*Laureato in Scienze della
Comunicazione*

CLAUDIO MARCEDULA



Laureato in Giurisprudenza

CHIARA MARZOLI



*Laureata in Management Delle
Imprese Internazionali*

ABSTRACT

L'elaborazione di una strategia di influencer marketing presuppone uno studio approfondito dei trend e dei format utilizzati dai creator sui vari social. La comunicazione, infatti, va realizzata considerando le caratteristiche di ogni piattaforma per veicolare il messaggio in modo efficiente. **Buzzoole**, con **GALLA** ha sviluppato una piattaforma di influencer marketing che si pone come intermediario tra content creator e azienda, identificando le metriche rilevanti per entrambi gli stakeholder. Lo scopo è aiutare le aziende ad individuare i giusti content creator per coinvolgere i pubblici più adatti e raggiungere gli obiettivi prefissati.

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA:  **efarma.com**
I TUOI FARMACISTI ON LINE

TITOLO: “LA SOSTENIBILITÀ COME LEVA STRATEGICA NEL
MARKETING E COMUNICAZIONE”

EMILIANO FLORA

Team Leader



*Laureato in Economia
Aziendale e Management*

ELISA AIELLO



*Laureanda in Economia e
Commercio*

ANGELA ARUTA



*Laureata in Scienze del
Turismo*

ILARIA CASSINESE



*Laureanda in Economia,
Management e
Sostenibilità*

ANDREA GRANATA



*Laureato in Economia
Aziendale*

ANNA VITIELLO



*Laureata in Marketing e
Management
Internazionale*

ABSTRACT

L'elaborato si focalizza sul tema della sostenibilità aziendale come leva strategica nel marketing e nella comunicazione. In particolare, ha l'obiettivo di analizzare il B Impact Assessment (BIA) dell'e-commerce farmaceutico **eFarma.com** e le strategie di benchmarking e di ecosostenibilità implementate, con il relativo piano di comunicazione omnichannel. Nella prima parte del presente lavoro, si esaminano lo scenario di riferimento e l'azienda, con la sua storia, mission e target di clienti. Nella fase finale del lavoro, sulla base delle analisi della concorrenza, del movimento B Corp e del B Impact Assessment, si è proceduto alla definizione e allo sviluppo di una strategia ecosostenibile e un piano di comunicazione omnichannel, con il fine ultimo di aumentare la brand awareness dell'azienda e di contribuire al nuovo posizionamento del brand in ambito green.

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA:  **fresystem**
fine Italian pastry

TITOLO: “CUIELLO NELLA GDO – UNA VISIONE DI
CATEGORY”

ANTONIO RUSSO

Team Leader



*Laureato in Economia
Aziendale*

MARCO ARTIACO



*Laureato in Economia
Aziendale*

MARINA COPPOLA



*Laureata in Marketing,
Gestione dei processi e della
relazione di Marketing*

GABRIELLA GIULIANO



*Laureata in Marketing e
Management Internazionale*

MATTEO LEONARDI



*Laureato in Comunicazione
Creativa per i Beni Culturali*

ABSTRACT

L'emergenza sanitaria causata dal Covid-19 ha impattato notevolmente le abitudini dei consumatori e, di conseguenza, diversi settori merceologici, tra cui quello della prima colazione frozen, hanno implementato strategie al fine di adeguarsi a tali cambiamenti. Nello specifico, dall'analisi dei dati Nielsen è emerso che il mercato dei dolci surgelati ha registrato numeri in crescita e positivi proprio perché la colazione si è trasferita dal bar direttamente a casa. Tale risultato, visibile mediante la verifica diretta sul campo all'interno delle principali catene della GDO campana, fa riferimento ai diversi player di mercato tra loro competitor. **Cuiello**, marca commerciale di **Fresystem S.p.A.**, ha saputo cogliere le opportunità provenienti dall'ambiente esogeno ottenendo vantaggi in termini di fatturato, quota di mercato e distribuzione ponderata. Sulla base di questi incoraggianti esiti, quindi, vi è la possibilità di lanciare nuovi prodotti all'interno della GDO al fine di ampliare la visione di category del brand.

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA:



TITOLO: “STRATEGIE DI SVILUPPO PER LA BRAND
AWARENESS DI GMM FARMA”

TERESA FERRARA

Team Leader



*Laureata in Marketing e
Management Internazionale*

GIOVANNI DE ROSA



*Laureato in Economia
Aziendale*

RITA DI DOMENICO



*Laureata in Scienze della
Comunicazione*

BRUNO IANNITI



*Laureato in Economia
Aziendale*

NADIA IMPERIALE



*Laureata in Economia
Aziendale e International
Management*

ABSTRACT

Il presente elaborato mira a sviluppare strategie atte al rafforzamento della brand awareness di **GMM Farma** all'interno del proprio mercato di riferimento e ad aumentare quindi il bacino di clienti attualmente servito. L'obiettivo è creare una sinergia tra canali online e offline che, nell'ottica sia di breve che di medio/lungo periodo, aumentino la consapevolezza in termini di richiamo e riconoscimento del brand. Tale strategia è volta a rafforzare la posizione di leader di mercato di GMM Farma e mettere in evidenza i point of difference rispetto ai principali competitor. Il piano strategico è suddiviso in modo tale da agire sia sul mercato B2B che B2C. Nonostante i due mercati siano diversi tra loro, nel settore dell'importazione parallela di farmaci risulta fondamentale adottare strategie che mirino a modificare l'errata percezione dei consumatori al fine di ampliare il proprio portafoglio clienti.

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA:  **OLYMPUS**

TITOLO: “LANCIO DELLA NUOVA LINEA OLYMPUS STONE CRM PER IL MIGLIORAMENTO SISMICO DI EDIFICI ESISTENTI”

CORRADO PISA

Team Leader



Laureato in Economia Aziendale

DAVIDE GIACOBBE



Laureato in Economia Aziendale

FEDERICA IANNONE



*Laureata in Lingue e Letterature
Moderne*

FRANCESCA LANZANO



Laureanda in Economia e Management

ABSTRACT

Il progetto, realizzato in collaborazione con **Olympus S.r.l.**, azienda italiana che opera da 20 anni nel settore delle tecnologie innovative e dei materiali compositi per il consolidamento sismico, si propone di promuovere la nuova linea di sistemi Olympus STONE CRM, in un momento di forte crescita del settore legato al Superbonus 110%. A tale scopo è stata condotta un'analisi di scenario al fine di definire il problema ed il target di riferimento, facendo ricorso anche alla somministrazione di un questionario. In seguito, in un'ottica di una strategia di inbound marketing, sono state delineate alcune proposte strategiche, in particolare: una campagna di Web Marketing, sfruttando il canale YouTube; l'organizzazione di un contest in collaborazione con l'Università degli Studi di Napoli "Federico II" e la realizzazione di un evento di raccolta fondi. Obiettivo: incrementare la Brand Reputation e la Brand Awareness del marchio Olympus.

ABSTRACT - PROJECT WORK 2021

AZIENDA: 

TITOLO: “PIANO DI COMUNICAZIONE E MARKETING
INTERNAZIONALE – LA SOSTENIBILITÀ COME DRIVER DI
CRESCITA E DI SVILUPPO AZIENDALE”

MARINA MORELLI

Team Leader



*Laureata in Design e
Comunicazione*

ANTONIA APPOLLONI



*Laureata in Comunicaz.
Pubblica e d'Impresa*

PIERLUIGI MARESCA



*Laureato in Economia
Aziendale e Management*

MARIO MINERVINI



*Laureato in Economia
Aziendale e Management*

FRANCESCA SANTORIELLO



*Laureata in Sociologia e
Politiche per il Territorio*

MARIA SCARPATO



*Laureanda in Economia
Aziendale e Management*

ABSTRACT

Il presente elaborato si propone di sviluppare un piano di marketing internazionale mirato a specifici paesi dell'Unione Europea – Germania, Francia, Austria – finalizzato alla diffusione dei servizi di sostenibilità ambientale offerti dalla società **Tecno Srl** e ad incoraggiare la propensione, ormai inevitabile, a modelli di business green. Dopo una attenta analisi del contesto normativo europeo, si è proceduto delineando il country profile dei paesi in esame con un focus su tematiche ambientali, comparti economici più sviluppati e principali competitor di Tecno Srl. Per lo sviluppo concreto della strategia di marketing sono state individuate società che presentano un sistema d'offerta complementare a quello di Tecno, con cui potenzialmente realizzare alleanze finalizzate alla distribuzione dell'innovativo prodotto KontrolON e ad integrare i servizi di consulenza e processi di audit alle aziende. Al fine di promuovere i servizi di consulenza ed efficientamento energetico offerti dall'azienda nel mercato europeo, è stato sviluppato un piano di comunicazione che mira al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030. Nel concreto si è prevista la partecipazione a fiere internazionali e la pubblicazione di inserzioni su magazine di settore online e offline.