

SCHEDA DI VALUTAZIONE DEI PROJECT WORK

AZIENDA: **ANTONY MORATO** TITOLO: “ANALISI ED INDIVIDUAZIONE DI MARKETPLACE FASHION PER FUTURE COLLABORAZIONI”

EDOARDO MONTELEONE

Team Leader



*Laureando in Economia
Aziendale*

GIULIA BERRINO



*Laureata in Scienze della
Comunicazione*

ANGELO CASANO



*Laureato in Economia e
Management*

LUCIA ELISINO



*Laureata in Economia e
Management*

UMBERTO FORMISANO



*Laureando in Innovation and
International Management*

ABSTRACT

Nel contesto odierno, in cui il commercio si è gradualmente spostato dal fisico all'online, è divenuto imprescindibile per le aziende detenere un e-commerce o essere presenti su almeno un marketplace. In particolare, il settore del fashion è uno di quelli in cui la percentuale di acquisti online è cresciuta maggiormente rispetto agli altri. In virtù di quanto detto, nell'elaborato ci si è soffermati sullo studio dei principali marketplace europei con l'obiettivo di individuarne alcuni con cui il brand **Antony Morato** potrebbe collaborare in futuro in formula retail. In seguito alle analisi effettuate, la scelta è ricaduta, in particolare, su tre marketplace: Bol.com, Miinto e Yoox. I driver che hanno guidato questa decisione sono legati all'intenzione dell'azienda di espandere la propria rete distributiva a livello europeo e, contestualmente, migliorare la propria brand image in favore di un riposizionamento.

La Commissione di valutazione può esprimere il proprio giudizio mediante il seguente link
https://it.surveymonkey.com/r/PwMIM22_Faculty o mediante il QR code



SCHEDA DI VALUTAZIONE DEI PROJECT WORK

AZIENDA:



NAOMI LENZI
Team Leader



*Laureata in Traduzione
Specialistica*

TITOLO: “NUOVI SCENARI DI MARKETING E COMUNICAZIONE DALLA GINECOLOGIA FUNZIONALE A QUELLA ESTETICA”

FRANCESCA CAFASSO



*Laureata in Innovation
and International Management*

RAFFAELLA FIORENZA



*Laureata in Comunicazione
pubblica, d'impresa e
pubblicità*

NUNZIA SARNELLI



Laureata in Storia dell'Arte

MARICA TRICOLORE



*Laureanda in Innovation and
International Management*

ABSTRACT

Il presente progetto è frutto di un'analisi condotta sul mercato di riferimento, a livello nazionale, del device EvaTM, applicato nel campo della ginecologia estetico-funzionale e prodotto dall'azienda italiana Novaclinical. L'obiettivo del lavoro è individuare nuovi possibili scenari di marketing nell'ambito della ginecologia estetico-funzionale, ed elaborare in base ad essi una strategia di comunicazione per incrementare la brand awareness di EvaTM ed aumentarne la penetrazione nel mercato di riferimento. Le strategie individuate derivano dall'analisi accurata del macroambiente e microambiente in cui EvaTM si inserisce, nonché dei risultati ottenuti tramite la survey appositamente realizzata. Queste hanno l'obiettivo di ingaggiare, attraverso canali e metodologie necessariamente diversificate, sia il mercato B2B che quello B2C, veicolando la value proposition del brand ed una più ampia consapevolezza sui temi dell'intimità femminile.

La Commissione di valutazione può esprimere il proprio giudizio mediante il seguente link
https://it.surveymonkey.com/r/PwMIM22_Faculty o mediante il QR code



SCHEDA DI VALUTAZIONE DEI PROJECT WORK

AZIENDA: **DocPeter** TITOLO: “ANALISI DI MERCATO PER LA CREAZIONE DI UNA PIATTAFORMA ONLINE PER LA VENDITA DI FARMACI B2B”

RICCARDO SANGIOVANNI

Team Leader



*Laureato in Marketing e
Management Internazionale*

ANNACHIARA CAMMARATA



*Laureata in Relazioni e
Istituzioni dell'Asia e dell'Africa*

CARLO FONTANA



*Laureato in Economia
Aziendale*

SIMONE RUSSO



*Laureato in Economia
Aziendale*

CRISTIANO TORELLA



*Laureato in Economia
Aziendale*

ABSTRACT

Il presente elaborato è il resoconto del lavoro svolto in collaborazione con l'azienda **DocPeter**, assegnato con l'obiettivo di creare una piattaforma online per la commercializzazione di prodotti biomedicali al mercato B2B. L'azienda è la divisione web di Farmacia Santa Caterina srl, e attualmente opera nel commercio online in ambito B2C. L'apertura al canale del B2B è per DocPeter funzionale ad un suo più capillare presidio dell'intera filiera del pharma. A seguito di un'analisi del macroambiente, del settore e dei competitor, si è proceduto ad investigare i bisogni del target di riferimento. A valle dei risultati ottenuti, l'obiettivo principale del progetto si è evoluto ed ampliato nell'intento di creare un'offerta integrata di prodotti e servizi sia per il medico che per il paziente. In questo modo si posizionerà DocPeter al centro di un ecosistema. Il fine ultimo del progetto è così divenuto quello di porre l'azienda quale interlocutore di riferimento nelle interazioni medico-paziente, rendendola partner strategico degli studi medici, guidando questi ultimi lungo un percorso di digitalizzazione.

La Commissione di valutazione può esprimere il proprio giudizio mediante il seguente link
https://it.surveymonkey.com/r/PwMIM22_Faculty o mediante il QR code



SCHEDA DI VALUTAZIONE DEI PROJECT WORK

AZIENDA:  **NOVARTIS** TITOLO: “REDUCE CARDIOVASCULAR RISK: PATIENT ENGAGEMENT CAMPAIGN”

CARMELA PIROZZI

Team Leader



*Laureata in Economia
Aziendale*

ANDREA BERARDI



*Laureato in Economia e
Commercio*

ORIANA CALÒ



*Laureata in Management del
Patrimonio Culturale*

VITTORIA DI PORZIO



*Laureata in Traduzione
Specialistica*

ABSTRACT

Il colesterolo LDL, anche noto come “colesterolo cattivo”, è il principale responsabile di disturbi cardiovascolari. Tuttavia, le conoscenze e la consapevolezza sui reali rischi che un alto livello di LDL può comportare, appaiono ancora piuttosto deboli. Pertanto, è emersa la necessità di attuare la campagna di comunicazione “Reduce cardiovascular risk: Patient engagement campaign”, volta a educare e sensibilizzare il grande pubblico in merito a tale tematica. La strategia di implementazione delle attività comunicative ha assunto una finalità sia educativa che pratica: obiettivo ultimo è ottenere un cambiamento comportamentale nel patient journey che conduca l’utente ad una piena consapevolezza dei rischi in cui può incorrere. Al fine di valutare l’impatto dell’intera campagna, si monitorerà il numero di persone coinvolte e incoraggiate ad assumere attivamente comportamenti di prevenzione cardiovascolare.

La Commissione di valutazione può esprimere il proprio giudizio mediante il seguente link
https://it.surveymonkey.com/r/PwMIM22_Faculty o mediante il QR code



SCHEDA DI VALUTAZIONE DEI PROJECT WORK

AZIENDA: **PRO&NG** s.r.l. TITOLO: “IL MARKETING COME LEVA STRATEGICA NEL B2B: LA BRAND AWARENESS TRA STRATEGIA COMMERCIALE ED EMPLOYER BRANDING”

FRANCESCO CARRIERO

Team Leader



Laureato in Economia Aziendale

DAVIDE CAIAZZO



Laureato in Marketing e Management

NOEMI NATALE



Laureata in Comunicazione pubblica, sociale e politica

FRANCESCA NOVIELLO



Laureata in Economia Aziendale

ANNA MESSINA



Laureata in Scienze economiche, finanziarie e internazionali

ABSTRACT

L'obiettivo dell'azienda **Pro&NG** è rafforzare, nell'indotto del settore delle telecomunicazioni, la brand awareness attraverso lo sviluppo di strategie, sia digitali, che fisiche. Il progetto terrà conto dei valori aziendali, quali innovazione e sostenibilità, contribuendo anche ad accrescere l'employer branding. Pertanto, si è deciso di partire dall'analisi dell'ambiente esterno ed interno, ponendo successivamente l'attenzione sui nuovi trend emergenti e sulle opportunità di crescita nel mercato attraverso una S.W.O.T. Analysis. Al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati, le strategie implementate prevedono la creazione e programmazione di contenuti ad-hoc per diverse piattaforme social, come Instagram e LinkedIn, migliorando la comunicazione aziendale. Inoltre, a supporto della strategia digitale si è pensato, sia alla partecipazione ad eventi e fiere, che ad una presenza stabile nel mondo universitario. In questo modo, si auspica che Pro&NG, non solo avrà una maggiore attraction, ma anche una retention di risorse più elevata, riuscendo così ad accrescere la propria brand awareness e consolidare l'employer branding.

La Commissione di valutazione può esprimere il proprio giudizio mediante il seguente link https://it.surveymonkey.com/r/PwMIM22_Faculty o mediante il QR code

