



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI SALERNO

**Dipartimento di Scienze Aziendali
Management & Innovation System**

**Dottorato di Ricerca in
Management & Information Technology
Curriculum
Marketing & Comunicazione
XV Ciclo**

Abstract

*L'approccio strategico al mobile marketing.
Un'indagine empirica sui clienti "Poste Mobile"*

Coordinatore

Ch.mo prof. Andrea De Lucia

Tutor

Ch.mo dott. Antonio D'Amato

Candidata

Dott.ssa Anna Cascella

Anno Accademico 2015/2016

Abstract

Il lavoro di tesi riflette sulla diffusione del fenomeno mobile in Italia. Dopo una panoramica generale sullo sviluppo di questa tecnologia, vengono trattati il rinnovato approccio dei consumatori nel processo d'acquisto e le conseguenti strategie di marketing adottate dalle aziende presenti nel mercato. Lo studio, in particolare, evidenzia ed approfondisce l'utilizzo e l'espansione delle tecniche di acquisto e di pagamento effettuate mediante l'uso dei dispositivi mobili mettendo in luce le potenzialità in termini di business e le relative criticità con riferimento alla salvaguardia della privacy degli utenti. Nel dettaglio vengono analizzate le tecniche adottate nell'ambito del mobile promotion, del mobile commerce e lo sviluppo del mobile proximity payment in Italia. Infine il lavoro presenta un'indagine sull'utilizzo del *mobile payment* in Italia, condotta sul campione di utilizzatori del servizio Poste Mobile.

Abstract

This work reflects on the diffusion of the mobile phenomenon in Italy. After a general overview of the development of this technology, the renewed approach of consumers in the buying process and the resulting marketing strategies adopted by the companies in the market. The study, highlights and deepens the use and expansion of purchasing and payment techniques through the use of mobile devices by highlighting business potential and criticality with regard to privacy safeguards Of users. In detail, the techniques used in mobile promotion, mobile commerce and the development of mobile proximity payment in Italy are analyzed.

Finally, the paper presents an investigation into the use of mobile payment in Italy, conducted on the sample of users of the Poste Mobile service.