

ABSTRACT

Titolo della tesi

La Web strategy e i CRM museali. Il caso di Fondazione Torino Musei

Titolo del master

Master in Progettazione, Comunicazione e Management del Turismo Culturale

Autore

Chiara Di Salvo

La tesi muove dall'analisi del museo contemporaneo, i cui repentini mutamenti degli ultimi anni si sono rivelati tanto incidenti da condurre a una revisione del concetto stesso di museo, mettendo in luce dinamiche e visioni relative al suo rapporto con il pubblico di riferimento e alle pratiche necessarie per intercettarlo, coinvolgerlo e tenere traccia della sua ormai primaria e irrinunciabile presenza.

Nell'era digitale in cui ci troviamo, molte delle pratiche partecipative e comunicative della cultura si muovono oggi su un duplice piano: quello del "reale", tra le mura dei musei, e quello "virtuale", sui siti e social network.

Si è scelto, quindi, di indagare l'operato digitale dei musei, la *Web strategy*, le potenzialità da essa offerte, gli strumenti della comunicazione online e gli innovativi sistemi informativi, come il CRM (*Customer Relationship Management*), che i musei hanno cominciato ad adottare da qualche tempo al fine di una più strutturata progettazione culturale, con particolare riferimento alla realtà museale di Fondazione Torino Musei.