

Fiere ed Eventi Linee Guida E-Business Consulting

FIERE ED EVENTI

Linee Guida

1. Briefing introduttivo

- 1.1. Caratteristiche della manifestazione (pubblico, obiettivi, rilevanza)
- 1.2. Scopi della manifestazione
- 1.3. Obiettivi
- 1.4. Criteri di successo

2. Budget

3. Pianificazione

- 3.1. Definizione della missione della manifestazione (obiettivi, rilevanza, compiti)
 - a. Mercato nuovo (alcuni contatti; pochi/nessun Cliente attivo)
 - b. Mercato recente (diversi contatti; alcuni Clienti attivi)
 - c. Mercato maturo (molti contatti; portafoglio Clienti attivi)
- 3.2. Definizione temi (nuovo prodotto/prodotto esistente)
- 3.3. Definizione scenario (mercato nuovo/mercato maturo)
- 3.4. Regole per la progettazione/valutazione tecnica dello Stand
- 3.5. Costruzione dell'offerta al Cliente (esposizione, eventuali "prodotti ariete")
- 3.6. Selezione del Team di progetto (chi fa che cosa)
- 3.7. Attivazione dei Consulenti ed appaltatori (eventuale) (definizione del briefing + controllo)
- 3.8. Attivazione dell'Agenzia di pubblicità per la promozione antecedente la manifestazione (eventuale) (definizione del briefing + controllo)
- 3.9. Attivazione dell'Agenzia di PR (eventuale): (definizione del briefing + controllo)

4. Comunicazione con i Clienti

- 4.1. Mailing (inviti e programma/info generali, ove necessario)
- 4.2. Telemarketing
- 4.3. Pianificazione degli appuntamenti
- 4.4. Preparazione appuntamenti ed incontri (schema di riferimento: prospect, 2° contatto, cliente. + confezione appuntamenti contenente documentazione ad "hoc"; dossier Cliente Mktg)
- 4.5. Definizione dei premi e dei gadget (eventuale)

5. Organizzazione dei Servizi

- 5.1. Prenotazioni (Stand, alberghi, sale per le presentazioni)
- 5.2. Organizzazione viaggi (voli aerei, taxi, auto)
- 5.3. Ordinazione dei servizi di Stand (fiori, catering, servizio di pulizia)
- 5.4. Prenotazione dei servizi aggiuntivi (interpreti, modelle, hostess, fotografi)
- 5.5. Assicurazioni
- 5.6. Info generali
 - a. Avvenimenti mondani, ove disponibili (teatro, cinema, mostre, eventi)
 - b. Selezione di 3 ristoranti top/alla moda (eventuale visita)

6. Supporti alla vendita

- 6.1. Definizione supporti
- 6.2. Verifica strutture
- 6.3. Eventuali modifiche/manutenzioni

7. Prodotti da esporre

- 7.1. Definizione assortimento (esemplari e ricambi)
- 7.2. Nomina del Responsabile preparazione prodotti
- 7.3. Caricamento dell'ordine sul software gestionale
- 7.4. Preparazione degli espositori
- 7.5. Test di funzionamento degli espositori
- 7.6. Imballo materiale
- 7.7. Spedizione

8. Materiale promozionale e pubblicitario

- 8.1. Preparazione materiale (blocchi, depliant, documentazioni commerciali, etc.)
- 8.2. Imballo materiale
- 8.3. Spedizione materiale

9. Il Team di vendita e la Formazione

- 9.1. Pianificazione e selezione del Team di vendita
- 9.2. Definizione delle attività del Team durante la fiera
- 9.3. Programmazione e strutturazione degli appuntamenti
- 9.4. Monitoraggio concorrenza relativa (secondo Mercato; secondo evento)
- 9.5. Aggiornamento/informazione
- 9.6. Preparazione del programma di formazione ed eventuali incontri individuali
- 9.7. Riunione "Ranghi completi" (obiettivi, nuovi prodotti) (eventuale)
- 9.8. Riunione "ad personam" (appuntamenti, incontri) (eventuale)
- 9.9. Organizzazione delle giornate di lavoro

10. Piano promozionale (eventuale)

- 10.1. Pubblicità e "direct-mail" (posta ed e-mail)
- 10.2. Definizione degli omaggi (eventuale)
- 10.3. Annuncio temporaneo sul sito web aziendale
- 10.4. Piano di PR da realizzare insieme al programma promozionale (con l'agenzia di PR) (eventuale)

11. Materiale per la Stampa/Ufficio Stampa

- 11.1. Preparazione e ordinazione dei materiali per la manifestazione (stampati, hardware e/o software per attrezzature audiovisive)
- 11.2. Cartelle stampa (progettazione e prima stesura)
- 11.3. Comunicati stampa (progettazione e prima stesura)
- 11.4. Verifica della qualità del materiale stampato
- 11.5. Attivazione della stampa

12. Hospitality e Catering

- 12.1. Definizione del tipo di Catering
- 12.2. Prenotazione della sistemazione per le recezioni previste fuori dallo Stand
- 12.3. Ordinazione apparecchiature e materiale iniziale (lavello, frigorifero)
- 12.4. Fornitura luce per servitù elettriche
- 12.5. Fornitura di posacenere e cestini
- 12.6. Richiesta autorizzazione sanitaria per la fornitura di cibi e bevande (solo territorio nazionale)

13. Valigetta documenti (materiale al seguito)

- 13.1. Elenco documenti

14. Procedure di allestimento

- 14.1. Sopralluogo presso lo stand per verifica andamento lavori (2 gg. prima dell'inizio fiera)
- 14.2. Approntamento del materiale espositivo, promozionale ed informativo
- 14.3. Pulizia ed approntamento delle aree dello stand
- 14.4. Verifica servizi prenotati in Fiera

15. Giorno prima della manifestazione

- 15.1. Verifica del ruolo del Team di vendita
- 15.2. Verifica dello Stand (fotografare eventuali imperfezioni/difetti di costruzione)
- 15.3. Riunioni e formazione finale (hostess comprese)
- 15.4. Routine di gestione (turni di servizio e riposo)
- 15.5. Verifica della disponibilità delle brochure e dei gadget
- 15.6. Verifica dell'Hospitality e del Catering

16. Ultimo giorno della manifestazione

- 16.1. Recupero dei documenti di lavoro (riviste, moduli contatti)
- 16.2. Supervisione durante la rimozione dei prodotti
- 16.3. Ringraziamento verbale e congedo del Team di lavoro

17. Abbandono dello Stand

- 17.1. Procedure

18. Dopo la manifestazione

- 18.1. Attività di "follow-up" (contatti, ordini, lamentele, opportunità di PR, ecc.)
- 18.2. Valutazione dell'attività del Team
- 18.3. Rapporto di fine manifestazione