Come cambiano gli eventi nel 2024? Organizzare e partecipare a meeting e fiere

Eventi in Presenza

«Gli eventi oggi? Sono indispensabili: creano relazioni fisiche, personali, in un mondo tutto digitale»

Enrico Pazzali, Presidente
Fondazione FieraMilano

Ripensare gli Eventi Marketing

- Motivazione e Unicità
- Obiettivi
- Dimensione temporale
- Dimensione geografica

Tendenze del Mercato del Marketing degli Eventi nel 2024

- **FULL EXPERIENCE**
  - Sia online che offline i partecipanti valutano un evento con il metro del «Ritorno sull'Esperienza»
  - Interattività: Domande, feedback, coinvolgimenti pre e post evento

- **SOSTENIBILITA'**
  - Tema da considerare sia per gli eventi fisici che per quelli online

- **PICCOLO E' MEGLIO**
  - Puntare ad eventi molto targettizzati per curare la presenza

Come fare un evento?

Eventi Fisici

- Si svolgono in un luogo con i partecipanti tutti di persona.
  - Interazioni faccia a faccia, Esperienza tangibile
  - Vincoli di spostamento e costi più alti

Eventi Digitali

- In diretta streaming o «falsa diretta»
  - Interazioni virtuali sostenute dalla gamification
  - Accessibili da qualsiasi luogo

Eventi Ibridi o Inclusivi

- Combinano caratteristiche degli eventi fisici e digitali
  - Massimizzano l'accessibilità e la portata
  - Costi mediamente superiori agli eventi in presenza
  - Gamification e Timing

Tattiche per la promozione degli eventi:

PRIMA

Utilizzo dei Social Media:

- Creazione di eventi e pagine dedicati su piattaforme come Facebook, LinkedIn e Instagram
- Condivisione da account di settore
- Campagne di promozione PPC per raggiungere un pubblico più ampio e specifico.
- Uso di # per aumentare la visibilità e tracciare le discussioni relative all'evento.

Email Marketing:

- Invii sequenziali di email per costruire anticipazione e mantenere informati i potenziali partecipanti.
- Personalizzazione delle comunicazioni
- Utilizzo di e-mail di terze parti

Contenuto Multimediale:

- Creazione di video teaser o interviste con gli speaker per suscitare interesse
- Uso di interviste audio per anticipare l’evento
- Video pillole tematiche

SEO e Contenuti Ottimizzati:

- Ottimizzazione del sito web dell'evento per i motori di ricerca per aumentare la visibilità sulle keyword dell’evento
- Backlink da testate di settore per incrementare la visibilità del proprio evento

Monitoraggio e Analisi:

- Utilizzo di strumenti di analisi per monitorare le prestazioni delle campagne per fonte di traffico.
- Adattamento delle strategie in tempo reale basato sui dati raccolti

Tattiche per la promozione degli eventi:

DURANTE

Partnership e Influencer Marketing:

- Collaborazione con influencer o professionisti del settore per amplificare il messaggio
- Utilizzo di partnership per estendere la portata del marketing e condividere le risorse

Introduzione alla gamification:

- La gamification è l’uso di elementi e tecniche di gioco in contesti non ludici, come gli eventi di settore, per:
  - aumentare l'engagement dei partecipanti
  - migliorare l'esperienza
  - raggiungere obiettivi specifici
  - Prendere decisioni insieme
  - Verificare il tasso di comprensione dei messaggi
  - Votare insieme la miglior soluzione

Il vantaggio dello streaming:

- L'uso dello streaming per avere relatori da remoto offre diversi vantaggi significativi:
  - Accesso a Esperti : La possibilità di includere relatori da qualsiasi parte del mondo elimina le limitazioni geografiche
  - Riduzione dei Costi: legati ai viaggi e altri spese logistiche. Questo può rendere più economico l'organizzare eventi con un alto calibro di relatori
  - Flessibilità nel Pianificare: possono partecipare senza dover modificare sostanzialmente i loro impegni quotidiani

Experience: il ruolo del Testimonial

- Un testimonial è una persona, generalmente riconosciuta e rispettata, scelta per rappresentare, promuovere e dare credibilità ai messaggi dell'evento.
- Può essere un esperto del settore o una celebrità che abbia un legame con il tema:
  - Storytelling
  - Condivisione di esperienze
  - Un punto di vista alternativo
  - Intrattenimento SI ma con attenzione al contenuto

Tattiche per la promozione degli eventi:

DOPO

Video e Audio dell'evento

- La registrazione video dell'evento, fatta con un telecamera fissa o un operatore video con 2 telecamere consente di avere un prodotto di qualità per la comunicazione post evento.
  - A favore di chi era presente e di chi non è intervenuto
- Dal video si possono ricavare anche spezzoni audio coinvolgenti

Creazione di Community o Club

- Feedback del prodotto:
  - Gli utenti condividono idee, problemi e suggerimenti che possono guidare lo sviluppo del prodotto e l'innovazione
- Supporto tra utenti:
  - Le community permettono agli utenti di aiutarsi reciprocamente e fare rete
- Fidelizzazione:
  - Le community aumentano l'engagement e la fedeltà degli utenti. Sentirsi parte di una comunità rafforza il legame con il marchio
- Advocacy del marchio:
  - Gli utenti attivi in una community spesso diventano ambasciatori del marchio, promuovendolo volontariamente

MLC consulting

CALENDARIO SMART WEBINAR - EVENTI

		Modalità	Titolo
27 FEBBRAIO	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	La logistica dell'e-commerce
11 APRILE	LOGISTICA EFFICIENTE	Presenza - Milano	Il magazzino del futuro -prima tappa Milano
18 APRILE	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	Fashion & luxury: come avere una supply chain "alla moda"
23 MAGGIO	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	Ottimizzare il picking
13 GIUGNO	INNOVAZIONE Supply Chain	Presenza - Milano	L'innovazione nella supply chain 10 INNOVAZIONE EDIZIONE
3 LUGLIO	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	Food & beverage: soluzioni e tecnologie per una supply chain innovativa
18 SETTEMBRE	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	Soluzioni software e hardware per la supply chain
25 SETTEMBRE	LOGISTICA EFFICIENTE	Presenza - Mestre	Il magazzino del futuro - seconda tappa Mestre
24 OTTOBRE	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	Spare parts automotive: affrontare una sfida distributiva sempre più complessa
14 NOVEMBRE	INNOVAZIONE Supply Chain	Smart Webinar	L'outsourcing del magazzino e dei trasporti come leva di competitività
27 NOVEMBRE	AUTOMATION TOMORROW	Presenza - Milano	La smart factory

www.innovazionesupplychain.it www.logisticaefficiente.it www.automationtomorrow.com

3 EVENTI IN PRESENZA

LOGISTICA EFFICIENTE

IL MAGAZZINO DEL FUTURO

ESCLUSIVA ROADSHOW - MILANO MESTRE

MILANO - 11 APRILE
MESTRE - 25 SETTEMBRE

INNOVAZIONE Supply Chain

L'INNOVAZIONE NELLA SUPPLY CHAIN

MILANO 13 GIUGNO

10 EDIZIONE

INNOVAZIONE Supply Chain

AUTOMATION TOMORROW

TECNOLOGIE INNOVATIVE NELLA SMART FACTORY

MILANO 27 NOVEMBRE

MLC CONSULTING, L'EVENT PLANNER PER I TUOI EVENTI DI SUCCESSO

DALLA FASE PROGETTUALE ALLA FASE OPERATIVA

La nostra attività include la definizione di tutti gli step necessari e l'individuazione della strategia migliore per il raggiungimento dell'obiettivo aziendale.

BRIEF EVENTO

- Definizione dello scopo e del target di riferimento
- Individuazione dei professionisti a cui affidare il ruolo di guida dell'evento e l'esposizione di approcci e contenuti metodologici
- Definizione della location e dei servizi
- Definizione della campagna promozionale
- Gestione delle iscrizioni e supporto operativo durante l'evento

Il piano lavori che predisponiamo consente di gestire e controllare lo stato di avanzamento in ogni sua parte, calendarizzare le attività, indicare i next steps e condividere con il cliente una fotografia sempre aggiornata.

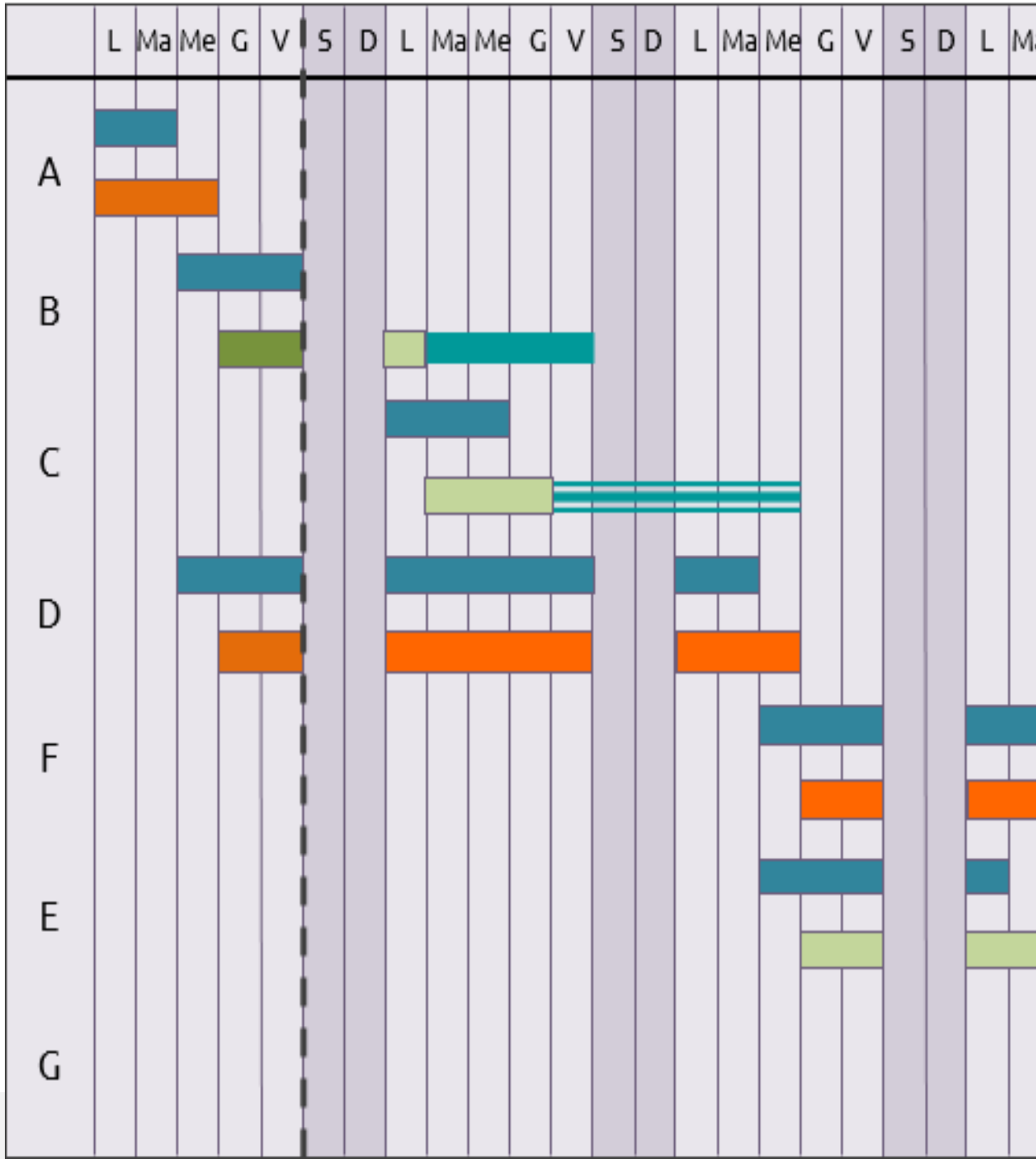
LE AZIENDE CHE HANNO SCELTO MLC CONSULTING

Domande e Grazie!

https://mlcconsulting.it/

Pianificazione di un evento

- Comunicazione da minimo 30 giorni prima a 60 giorni dopo
- Preparazione di contributi multimediali pre evento
- Utilizzo di contenuti multimediali post evento
- Telemarketing SI/NO?
- Gadget SI/NO?
- Creazione di collateral complementari ai contenuti dell’evento



Budget per gli Eventi

1. Tipo di evento: Il tipo di evento che stai organizzando avrà un impatto significativo sul budget
2. Location: La scelta della location è un fattore cruciale nel budget anche in funzione dello streaming per rendere disponibile l'evento online
3. Ristorazione: servizi di catering e accoglienza
4. Tecnologia e attrezzature: Il noleggio di attrezzature per il collegamento online a seconda del tipo di evento
5. Marketing e pubblicità: promozione dell'evento online, stampa, social media
6. Riprese Audio e Video per prolungare l'effetto di un evento
7. Gadget e Sistemi di Gamification per coinvolgere
8. Logistica e Personale:

Analisi Post-Evento: Misurare il Successo e Ottimizzare

- Raggiungimento del pubblico target
- Valutazione dei feedback dei partecipanti
- Calcolo del ROI
- Incremento Brand Awareness