

# La Fiera come strumento di marketing



# Contenuto

---

1. Che cos'è una fiera
2. La fiera come strumento di marketing
3. La partecipazione fieristica



## 1. Che cos'è una Fiera?

# Una Fiera è...

---

- Un mercato a tempo, in un luogo preciso, legato a uno o più settori economici
- Un luogo d'incontro tra domanda e offerta: scambio di beni, servizi, informazioni

# Tipologie di Fiere

---

1. B2B
2. B2C
3. B2B & C
4. Mostre convegno
5. Ibride-digitali

# L'impatto di una fiera sull'indotto

1:7



# Il mercato fieristico globale

Equivale a circa 72 campi da calcio (1=7.000m<sup>2</sup>)

118 bn/€



I quartieri più grandi - 2023		m <sup>2</sup> lordi	Nazione
1.	China Import & Export Fair Complex (Pazhou Complex) - Guangzhou	→ 504.000	China
2.	NECC - Shanghai	470.000	China
3.	Shenzhen World Exhibition & Convention Centre	400.000	China
4.	Messe Hannover (Deutsche Messe)	392.453	Germany
5.	Messe Frankfurt - Frankfurt/Main	372.073	Germany
6.	Fiera Milano (Rho Pero)	345.000	Italy

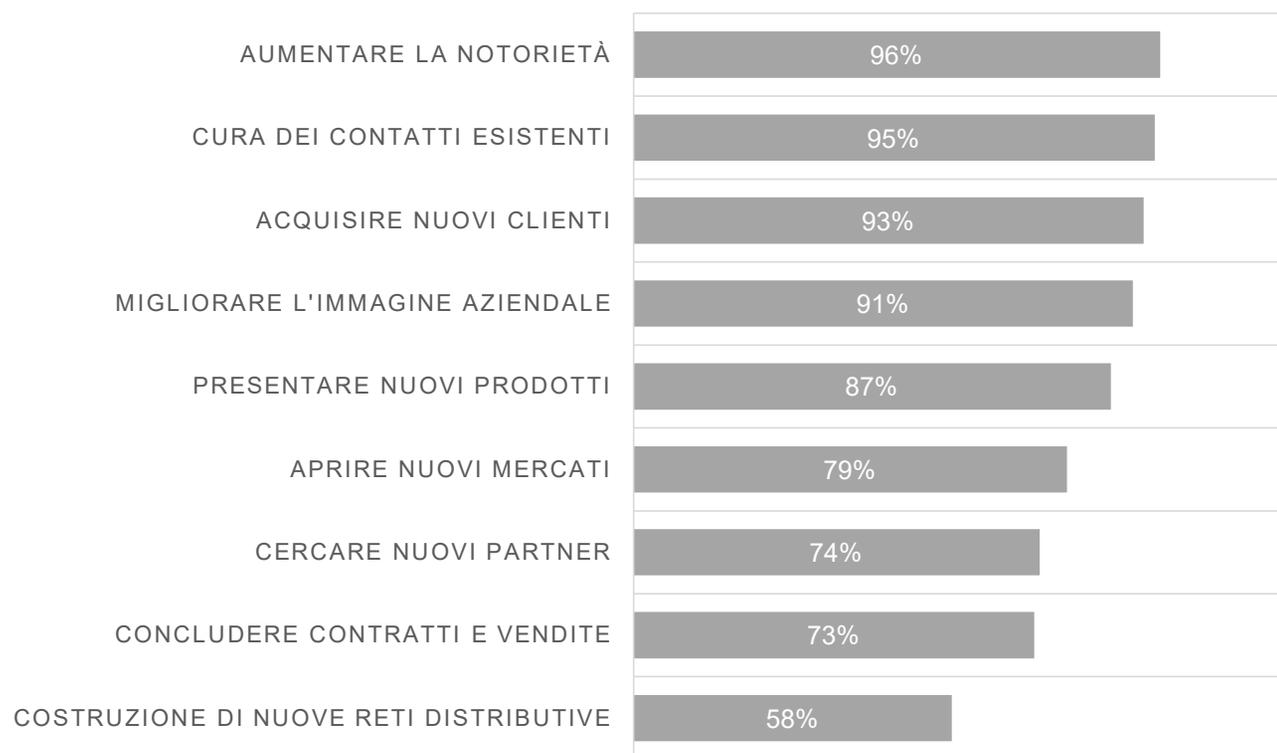
2,70 bn/€ Rai

I fatturati più elevati fra organizzatori - 2023		bn/€	Nazione
1.	Reed Exhibitions	7,91	Gran Bretagna
2.	Informa	2,77	Gran Bretagna
3.	GL Events	1,40	Francia
4.	Messe Frankfurt	0,061	Germania
5.	Fiera Milano	0,058	Italia
6.	NECC - Shanghai	0,044	Cina



## **2. Perché le aziende partecipano alle fiere?**

# Le risposte più frequenti



# Gli obiettivi

---

**Concreti e quantificabili  
prima di pianificare la  
partecipazione**



# La fiera nel marketing mix

---

Le 4 P

**P**roduct

**P**romo-  
tion

**P**lace

**P**rice



### **3. Le fasi di una Fiera**

- a. preparazione
- b. presenza in fiera
- c. gestione del dopo-fiera

# La programmazione

---

1  
anno  
prima

Visitare e scegliere la fiera

7/8  
mesi  
prima

Prenotare la superficie

7

Stabilire il budget

6

Progettare lo stand

5

Scegliere i propri prodotti o i servizi da esporre

4

Ordinare i servizi necessari alla partecipazione

3

Preparare la campagna promozionale

2

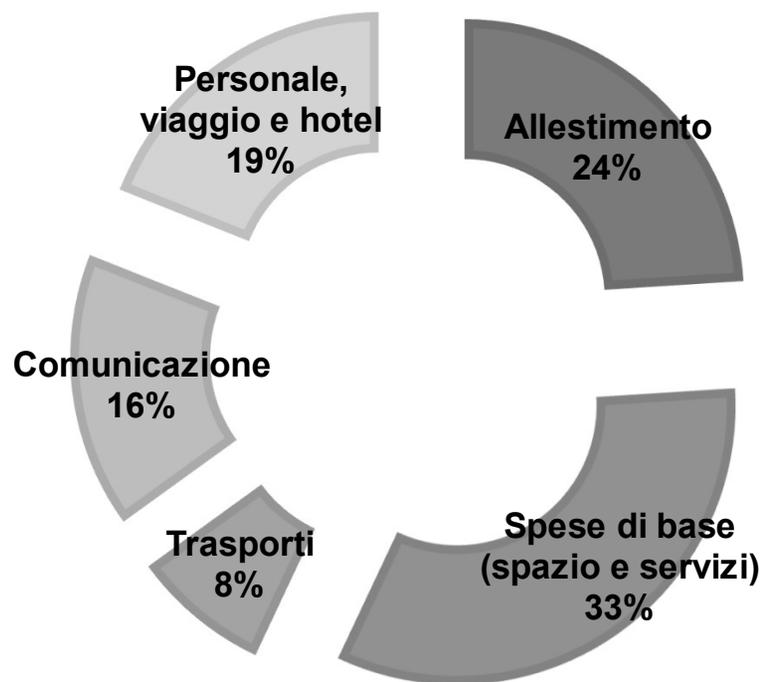
Istruire il personale

1

Preparare il materiale informativo

# Stabilire il budget

---



# Canale multisensoriale

---



Quali altri sensi dei nostri visitatori vogliamo coinvolgere oltre alla vista?

- olfatto – profumo, cibo
- palato – cibo e bevande
- udito – musica

# Allestimento

---

## STAND PREALLESTITO

- Fornitore Fiera Bolzano – unico per spazio, servizi e stand
- Prezzo contenuto
- Soluzioni pratiche

VS

## STAND PERSONALIZZATO

- Fornitore ditta specializzata
- Prezzo più alto
- Prodotto più personalizzato

# I nostri preallestiti

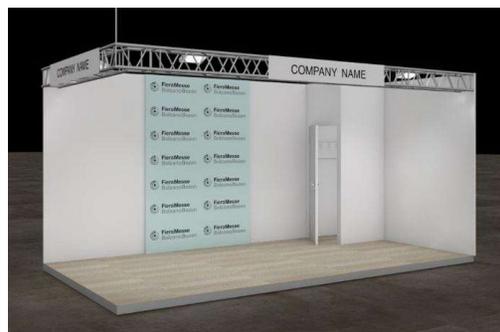
---



Light



Medium



Premium

# Uno stand personalizzato

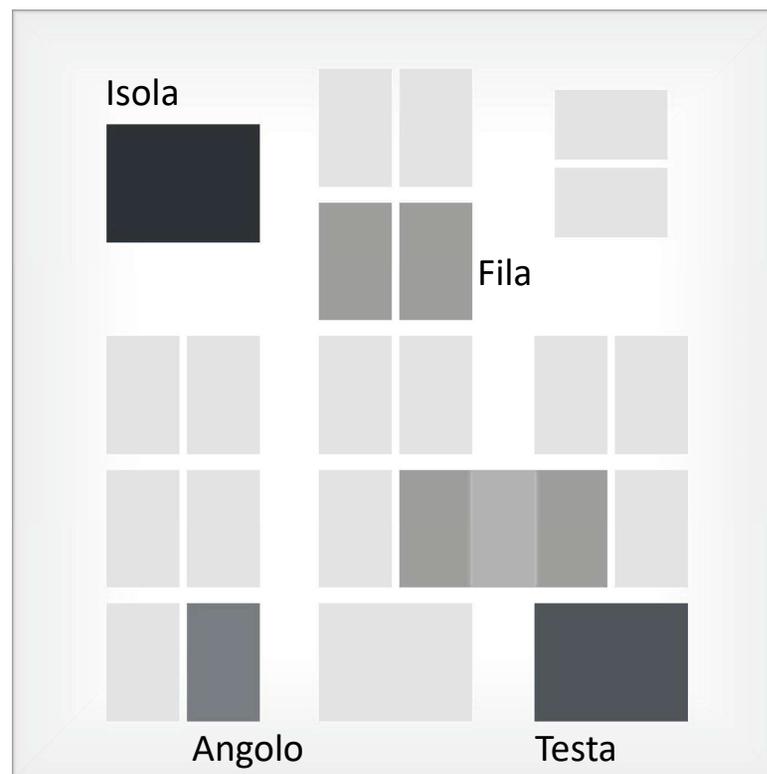


# Uno stand personalizzato



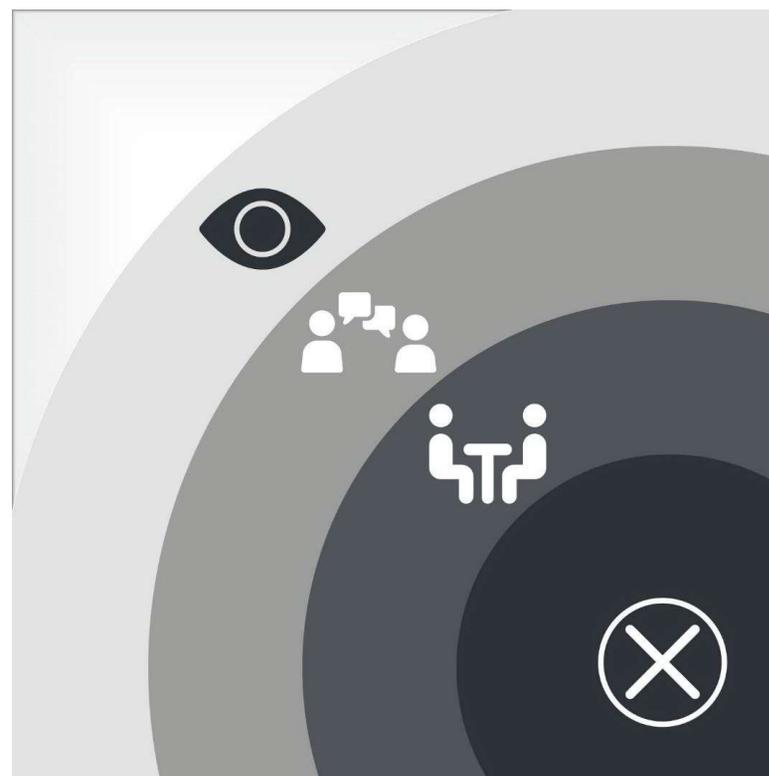
# I tipi di spazio

---



# I settori dello spazio

---



# I settori: un esempio



# I settori: un esempio



# Eye catcher

---



a person or thing that attracts the attention



# La campagna promozionale

---

## Va pianificata accuratamente almeno 3 mesi prima

- Elaborare un messaggio in linea con la corporate identity, la mission e lo stand
- Scegliere i social su cui si vuole essere presenti e pianificare il lavoro durante la fiera – NB: non tutti i social vanno bene per tutti i target di pubblico
- Pianificare la produzione di layout per inserzioni, video e flyer
- Organizzare l'invito dei clienti attuali e potenziali

# La formazione del personale

---

## Organizzazione & condivisione

- Ruoli specifici e orari di servizio
- Formazione e motivazione
- Regole condivise di approccio al cliente
- Sistema digitale per raccogliere i dati del cliente – permission marketing



# Il materiale per lo stand

---

## Portare l'essenziale

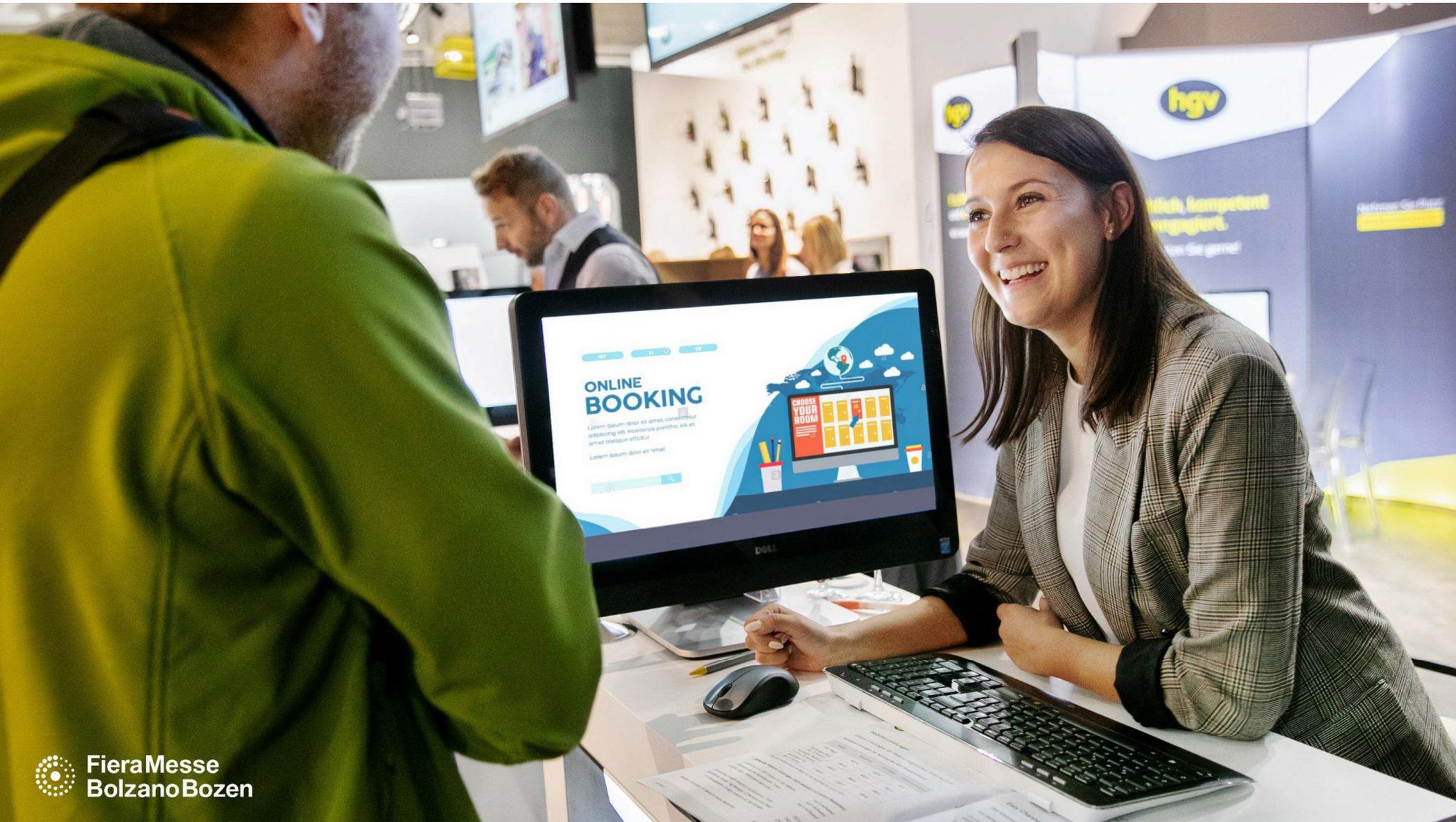
- Strumenti di presentazione - digitali e non
- Bibite e stuzzichini\*
- Prese di corrente, prolunghe, forbici, nastro adesivo
- Materiale per la pulizia

\*Se non in confezioni monodose, procurarsi presso l'organizzatore un'autorizzazione sanitaria





Inizia la Fiera!



# Il cliente al primo posto

---

## Il colloquio di vendita

### 1. Apertura

presentazione personale, prima impressione 3 sec.

### 2. Analisi dei bisogni

domande es. “Come posso aiutarLa”? 4 min.

### 3. Presentazione del prodotto

prova multisensoriale, 75% aspetti non verbali

### 4. Chiusura

saluto, registrazione, segnali di vendita



# Seguire i social media

---

## Un buon social media manager

1. Racconta la partecipazione in tempo reale
2. Cura e condivide una fotogallery di qualità
3. Risponde subito a critiche e osservazioni
4. Valorizza gli ospiti vip e i giornalisti
5. Segue anche altri eventi in fiera





Finisce la Fiera!  
Che cosa va fatto  
dopo?

# Cosa fare dopo la fiera

---

## Entro una settimana

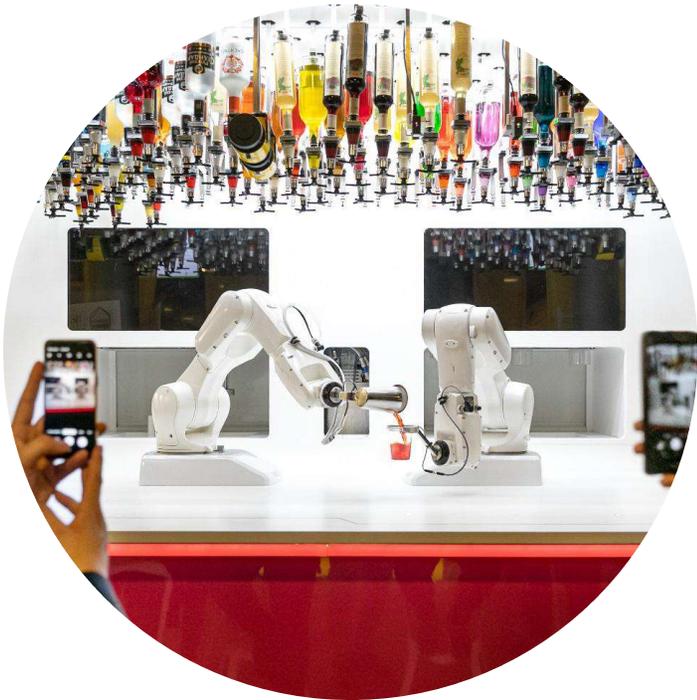
- Contare e valutare i contatti
- Inviare ringraziamenti, risposte, offerte e informazioni varie
- Rispettare gli appuntamenti fissati in fiera

## Entro un mese

- Aggiornare il data base clienti/visitatori
- Fare una riunione con il personale coinvolto e verificare il raggiungimento degli obiettivi
- Rassegna della presenza in fiera sui media

# Le fiere di domani

---



## Tendenza

- + leggere
- + social
- + compatte



# FieraMesse BolzanoBozen

**Vi aspettiamo in Fiera!**