

Istruzioni per far funzionare lo stand



Milano, via S.Vittore 49

seconda replica ore 14.30

TERRE DI MEZZO EVENTI

marketing

LA FIERA È UN LUOGO STRESSANTE



LA FIERA È UN LUOGO STRESSANTE

Faticoso per 65.000 visitatori

Faticoso per 620 espositori

Ne vale la pena?

Moltissimo o pochissimo, dipende:

› da cosa ti aspetti:

visibilità, vendita, relazioni...

› da cosa offri:

piacere, esperienza, idee, autonomia, narrazioni...

MILANO

Scambio tra centro e periferia

Un italiano su 6 abita
a 100 km da qui



Le tre G

- › Gadget
- › Gnocca
- › Gigantismo

Lo scopo è un rapporto asimmetrico
(convincere, vendere, fatturare)



GIOCHI A SOMMA ZERO



Rapporto asimmetrico

C'è un vincitore
e un perdente

Gioco a somma zero: $I - I = 0$



Le tre simmetrie

- › Lealtà
- › Trasparenza
- › Un'idea di cosa è “bello”

Lo scopo è un rapporto simmetrico
tra visitatore ed espositore



Rapporto simmetrico

Gioco a somma diversa da zero:
o entrambi vincono ($I+I=2$)
oppure perdono ($-I-I=-2$)



Non ragionare in termini di *business*

(agire sugli altri per ottenere qualcosa per sé)
manipolare per vendere e fatturare

Ma in termini di *slow business*

(qualcosa per sé che troviamo insieme agli altri)
cercare **sicurezza, stabilizzazione, autonomia.**

Motivazioni non solo di guadagno monetario (ma anche).
Crescita lenta, assestata, entro limiti definiti, con scarsi rischi.
Basso ricorso al debito, piccola scala, terziario fai-da-te.

**Piccoli
suggerimenti
pratici**

RICORDA INNANZITUTTO CHE

La tua presenza in fiera ha sempre:

un prima che prepara
personalità, sito, cartaceo, aspettative

un durante
quello di cui parliamo oggi

e un dopo che raccoglie
relazioni, narrazioni, contatti, continuità

LA SVELTINA È UN PECCATO

Se hai poco tempo non sprecarlo correndo

Internet, stampati e allestimento:
se li programmi pensandoci *prima*,
sprechi meno tempo, soldi e nervi.

Meglio dedicare tempo che soldi:
è più amoroso per la tua scommessa esistenziale

Il *prima* e il *dopo* *passano* dal vostro sito.

Fiera + sito potenziano reciprocamente i loro effetti

Il sito permette di approfondire, ri-incontrare, verificare,
scambiare, trasformare in abitudine.

Da questo, spesso, dipende la tua salute finanziaria.

DISTURBO DI FONDO

In una fiera c'è molto “rumore”:
immagini, suoni, distrazioni...

chi ti visita preferisce
evitare altro casino

quindi meglio essere:

Chiaro, semplice,
breve, pulito.

SINTESI

Hai poco spazio, hai poco tempo,

hai mille cose da dire.

Scegliline una, principale

Una “primadonna” che sia

- › un buon *esempio* (una parte per il tutto)
- › una buona *differenza* dagli altri

Vuoi che i tuoi stampati siano letti *davvero*?

Cartaceo: poco ma buono

che sia

- › chiaro, leggibile, interessante
- › graficamente semplice e pulito
- › poco ingombrante nelle borse

DIFFERENZIAZIONE

Sei diverso davvero o fai finta?

Allora non scopiazzare la pubblicità commerciale

Cerca di raccontare chi sei davvero:
il marketing crea personalità artificiali
per differenziare prodotti tutti simili tra loro.

Se sei speciale, mostralo.

DIFFERENZIAZIONE

Se tutti i “piccoli” imitano i cliché del marketing,
alla fine si somigliano tutti e vince il più forte.



Se sei speciale, mostralo.

Lo stand ti assomiglia?

Attento:

- › se è pasticciato, sei un pasticcione;
- › se è incasinato, sei un casinista,
- › se è “plasticoso”, sei un uomo di plastica,
- › ...

Dove c'è rumore, premura e dispersività,
la mente umana usa la logica elementare: $A=A$

Sì, lo stand ti assomiglia!

Attento:

- › se è creativo, tu sei creativo,
- › se è divertente tu sei divertente,
- › se è intelligente, intrigante, bello...

A=A è un'identità mentale

chi ti visita scopre un *legame* con sé

Una fiera non è un mercatino

Se trovi un *cliente* che *compra un prodotto*,
gli vendi un articolo per una volta.

Se crei un *legame* con qualcuno che
impara la strada per venirti a trovare,
sarete alleati a lungo nel tempo.

Lo stand non è una trincea

Il territorio affollato può suscitare
l'istinto della nicchia difensiva.

Meglio creare una linea di *scambio*
e non una di *confine*.

Lo stand non è un magazzino

Il disordine raramente è gioioso,
di solito fa *effetto discount*.
Non va bene per chi vende la qualità.

Spesso il venerdì è perfetto ma la domenica...

Lo stand non consiste solo nell'allestimento

Sono le persone che fanno lo stand.

Spesso il venerdì sono entusiaste, ma la domenica...

Quando non ascolti, non ti ascoltano

Da una fiera si torna avendo *imparato*.

Meglio uno scarso successo da cui apprendi
che un discreto successo che non ti rinnova.

Cose da usare con parsimonia e solo se servono *davvero*

- › monitor, proiettori...
- › roll-up, gigantografie, poster con molto testo...
- › musiche e altri audio,
- › vestiti formali (cravatta, tailleur...),
- › cartelloni, se ripetuti, numerosi o ingombranti,
- › gadget inutili (se mai donate frutti, semi, piantine...)

IL MAINSTREAM NON SI RINCORRE, SI CAMBIA

Materiali a bassa impronta ecologica
(carta riciclata, faretti a led, materiali naturali...)

Non è una moda

Stai comunicando, dunque

- › stai cambiando ciò che la gente reputa normale
- › stai abbassando il rumore informativo
- › stai alleandoti con chi ti visita
- › mostri che è possibile farlo davvero

Certo, sei anche più figo, ma non è per quello che lo fai.

NON FARE COME IL PASSERO COLL'UOVO DI CUCÙ

Materiali a bassa impronta ecologica

Diventa moda quando é cosmesi e non progetto

ad es.

- › usi carta riciclata, ma ne usi tanta inutilmente
- › ti occupi più del contenitore che del contenuto
- › esponi bellissimi paesaggi, ma su poster di pvc
- › l'ecologicità del prodotto è vaga o ingannevole
- › ...

Se fai poche fiere

Usa strutture

- › leggere,
- › creative,
- › economiche,
- › svelte da montare.

Spendi più tempo e meno soldi.

Se fai molte fiere

Usa strutture

- › leggere, ma non prefabbricate
- › creative, ma semplici
- › economiche, abbastanza ma senza esagerare
- › svelte da montare, smontare, scaricare, stoccare.

Cioè lo stesso principio, ma con molta più robustezza, adattabilità e sicurezza.

Domenica sera: sii stanco ma felice.

Preparati a misurare la tua fatica.

Molte buone occasioni di contatto si perdono
quando ormai la concentrazione è satura.

Lunedì riposa, ma martedì...

Quando credi di aver finito comincia il lavoro vero,
quello per cui hai speso fatica e denaro.

- › archivia i nuovi indirizzi e-mail
- › guarda i siti e le brossure di chi ti ha contattato
- › seleziona il cartaceo altrui, conserva l'indispensabile
- › telefona e scrivi a chi te l'ha chiesto
- › racconta a colleghi e soci cos'hai imparato

Grazie



TERRE **DI MEZZO**
EVENTI

smn^o