

Events & Exhibitions, il team fa la differenza

PREMIATA ALLA NONA EDIZIONE DEL BEA ITALIA PER LA MIGLIOR FIERA CON L'EVENTO 'IBM@ SMAU 2011', EVENTS & EXHIBITIONS TRAE LA SUA FORZA DA UN CORE TEAM FATTO DI GIOVANI E CAPACI EVENT MANAGER, IN GRADO DI PROPORRE AL CLIENTE SOLUZIONI DI ASSOLUTA AVANGUARDIA TECNOLOGICA. NEL FUTURO, DUE NUOVI CLIENTI DALLA FRANCIA E CIRCA 120 EVENTI PREVISTI PER IL 2013.

Un affiatato team nazionale e internazionale. Perché sono le persone che fanno la differenza. Parte da questa filosofia di pensiero il successo di **Events & Exhibitions**, salita sul palco del **Bea Italia 2012** per ritirare il primo premio nella categoria 'Fiera' con l'evento 'IBM@Smau 2011' per conto di George P. Johnson e del cliente IBM. "Vincere nella categoria Fiera è una grande soddisfazione - commenta **Micaela Cremonesi**, account director & senior strategist **GPJ** -. Le fiere sono spesso considerate uno strumento poco efficace nella comunicazione face to face, per cui è stato necessario ripensare la presenza del cliente in modo innovativo e, allo stesso tempo, finalizzato alla raccolta di lead oltre che al posizionamento del brand come leader di mercato. Abbiamo lavorato su una messa in scena fortemente tecnologica, su soluzioni di comunicazione digital e di personal marketing che consentissero di generare una comunicazione personalizzata con i visitatori, attraverso un approccio non convenzionale, creando uno spazio che non comportasse la presenza di prodotti fisici". Infatti, insieme alla **George P. Johnson**,

prima agenzia di event marketing del mondo, di cui è partner italiano, **Events & Exhibitions** ha sviluppato e gestito la soluzione software 'TouchScope' che consente di raggiungere i potenziali clienti in modo personalizzato. "Questo software, già vincitore di premi in tutto il mondo, consente alle informazioni di essere disponibili in modo user-friendly, ed è apprezzato dagli utenti per la capacità di rendere vivo e interattivo il messaggio



LEONARDO MELZI,
CREATIVE DIRECTOR
E PROJECT MANAGER
EVENTS & EXHIBITIONS

In occasione di Smau 2011 Events & Exhibitions ha progettato per il cliente IBM un grande stand il cui nucleo comprendeva gli spazi istituzionali, mentre intorno venivano presentati i maggiori business partner





dell'azienda, generando lead - spiega **Leonardo Melzi**, creative director e project manager **Events & Exhibitions** -. Il TouchScope si presenta con un multi-screen dinamico e con un ambiente di gestione multi-touch, che può veicolare contenuti differenti, come presentazioni, video, white paper e demo online. L'architettura dello stand è stata studiata per integrare molteplici soluzioni digital, mantenendo viva l'immagine istituzionale di IBM, ma comunicando allo stesso tempo la visione di azienda dinamica e aperta: la realizzazione di un'area di ospitalità ha favorito anche contatti one to one con ospiti nuovi e consolidati".

INTEGRAZIONE, INNOVAZIONE E FLESSIBILITÀ

L'agenzia si sviluppa in diversi reparti, tra i quali grafica e marketing, ma il core team è costituito da giovani event manager. "Grazie all'esperienza, alla disciplina e al team esteso di collaboratori, siamo in grado di offrire al cliente soluzioni di assoluta avanguardia tecnologica, mantenendo sotto controllo gli aspetti di budget e di brand - prosegue Melzi -. Inoltre, possiamo contare sull'esperienza e la competenza di George P. Johnson, trasferendole su tutti i progetti che vengono gestiti per i nostri clienti nazionali e internazionali, a partire da IBM, F5, Salesforce, Abb, Bracco, Smau, AxaAssicurazioni, e altri ancora".

L'approccio parte sempre dal capire quali siano gli obiettivi del cliente e qual è il mercato di riferimento, al fine di proporre soluzioni ottimali. In seguito, la proposta



esecutiva viene sviluppata in team con il cliente. "Essere in contatto con chi si occupa delle vendite, oltre che con il marketing, è per noi un valore aggiunto - commenta Cremonesi -. In aggiunta alle capacità esecutive di primissimo livello, siamo in grado di offrire flessibilità, integrazione nell'ambito del più grande network internazionale, capacità di generare approcci non convenzionali, con una attenta analisi degli obiettivi del cliente e di curare ogni dettaglio alla luce dell'idea strategica dell'evento".

120 EVENTI PER IL 2013

Il 2013 parte in positivo con l'acquisizione di due clienti dalla Francia. "Siamo ragionevolmente ottimisti - sottolinea Melzi -: credo che riusciremo a mantenere la media di 120 eventi durante l'anno e a rispettare il budget. Gli sforzi saranno volti a far conoscere le nostre capacità e il nostro valore aggiunto anche a clienti internazionali, sul mercato europeo".

Events & Exhibitions è già fortemente attiva sul mercato estero: grazie alla partnership con Gerge P. Johnson e alla collaborazione con l'agenzia francese ChooYou è in grado di gestire eventi praticamente in ogni Paese europeo e negli Stati Uniti. "Credo che in questo periodo si debba puntare su integrazione digital, flessibilità, coraggio, capacità di capire gli obiettivi del cliente in ottica di personal marketing, oltre, naturalmente, sull'eccellenza nell'esecuzione e la capacità di analizzare i risultati e imparare da questi", conclude Cremonesi. Le fa eco Melzi: "Fondamentali l'allineamento alle esigenze del cliente, l'intelligenza nella pianificazione e nella scelta del modello di evento da produrre, l'integrazione tecnologica e la capacità di 'respirare' i trend internazionali, grazie ad alleanze e networking".

☐ L'evento 'IBM@Smau 2011' realizzato da Events & Exhibitions per conto di George P. Johnson ha ottenuto il primo premio nella categoria 'Fiera' al Bea Italia 2012



☐ **MICAELA CREMONESI**, ACCOUNT DIRECTOR & SENIOR STRATEGIST GPJ