

# IBM BusinessConnect 2013

**Obiettivi:** coinvolgere a 360 gradi i clienti dell'azienda informatica e fare il punto sui nuovi trend. Un'opportunità di networking, informazione e business per oltre 1.000 professionisti, radunati in una 'piazza' fisica e virtuale per sessioni informative e one to one.

**Idea creativa e descrizione:** creare una customer experience a 360°, fresca e innovativa, che integrasse e coinvolgesse non solo i clienti, ma tutto l'ecosistema di business partner, sviluppatori, mondo accademico e influencer. In quest'ottica, concept di piazza 'aperta' e 'social', che permettesse di parlarsi e ritrovarsi in un'agorà tecnologica, si è sposato perfettamente con la presenza di sale dedicate ai diversi approfondimenti per tematiche e industrie. Protagonista assoluta della giornata è stata la convergenza tra le potenzialità del business e la tecnologia, con l'intento di illustrare a un grande pubblico di 1.000 persone lo stato dell'arte nelle aree tematiche trattate.

**Allestimenti/Scenografie:** un enorme palco completo di passerella con lo scopo di avvicinare gli speaker il più possibile agli ospiti, sormontato da un grande schermo interattivo per la messa in onda di concetti chiave e diretta video. Aree demo, expo, chioschi e punti catering dislocati in modo da favorire la circolazione fisica e delle idee. Arredi di design e luminosi a sostituzione della classica



platea per favorire la relazione. Costruzione ad hoc di diverse sale per ospitare i momenti di approfondimento e incontri singoli.

**Media Mix:** sono stati creati e veicolati attraverso i social media contenuti originali (video, social card, widget, storify) ed è stato promosso un piano editoriale di tweet sinergici dai diversi account aziendali e personali. Realizzate, inoltre, una Landing Page dedicata all'evento, con newsletter e mailing a oltre 12.000 contatti di quattro target diversi (sviluppatori, direttori marketing, finance e it), una campagna sms, azioni di recall rivolte a circa 1.500 contatti e varie attività adv.

**Risultati:** 1.000 partecipanti, grande successo dell'iniziativa 'Let's talk' e delle 'lounge' dedicate alle singole tematiche di business. Numerosi i feedback molto positivi post-evento di clienti che hanno apprezzato la formula innovativa e premiato lo sforzo di pensare al di fuori degli schemi tradizionali.

## [ SCHEDA ]

**Organizzatore:** Events & Exhibitions - GPJ

**Cliente:** IBM Italia

**Data:** 23 maggio 2013

**Target:** evento di grande respiro, ma con approccio personalizzato, ritagliato sulle esigenze delle singole figure presenti

**Location:** Palazzo del Ghiaccio (Milano)

**Budget:** da 300.000 a 400.000 euro

**Credits:** Leonardo Melzi, Alessandra Pasqualotto (ideazione, scenografie), Micaela Cremonesi (GPJ senior account manager & senior strategist), Marco Cerioli (regia), E&E-GPJ, Stipa (costruzione strutture), E&E-GPJ, MC Production (audio, luci, video, effetti speciali)