

IBM va in meta con Events&Exhibitions

AL FINE DI COINVOLGERE I PROPRI BUSINESS PARTNER, RENDERLI PARTECIPI E PARTE INTEGRANTE DELLE SCELTE STRATEGICHE AZIENDALI, IBM HA SCELTO LA FORMULA DEL ROADSHOW CON 'IBM CONNET', PROGETTO REALIZZATO DA GEORGE P. JOHNSON TRAMITE L'ALLIANCE ITALIANA EVENTS&EXHIBITIONS. UN OBIETTIVO, IL 'FARE SQUADRA', BEN RAPPRESENTATO DAL RUGBY, SPORT AL CENTRO DEL PROGETTO.

Quattro tappe in quattro città strategiche (Padova, Milano, Roma e Catania) per un progetto all'insegna del 'fare squadra', firmato da **Events&Exhibitions** per IBM lo scorso marzo. Obiettivo del roadshow 'IBM conNet' era condividere con i Business Partner, principali attori e promotori dei prodotti e dei servizi IBM nel mercato delle piccole e medie imprese, le strategie e la value proposition 2012, evidenziare la vicinanza dell'azienda alla rete di partner e dimostrarne la forza di supporto che da sempre mette loro a disposizione. Come precisa **Paolo Carnevale Baraglia**, manager of demand programs, digital & database marketing **IBM Italia**: "Erano due i principali messaggi rivolti al target invitato: dimostrare che IBM contribuisce a far crescere il business dei propri partner e a renderlo più competitivo; comunicare che è facile fare affari profittevoli con l'azienda, rafforzando le partnership tramite IBM Business Partner Organization. Ma non solo: con 'IBM conNet' volevamo da un lato garantire un'occasione di incontro concreta su

tematiche di business quali nuovi prodotti, programmi di canale e aree di crescita, e dall'altro favorire la motivazione e facilitare la relazione con gli esponenti dei vertici aziendali che abbiamo invitato. Ciò doveva avvenire in un contesto di mercato non particolarmente felice, data l'attuale crisi economica. Credo che il format, le location scelte e la regia adottata per l'evento abbiano davvero consentito il raggiungimento di tali obiettivi".

L'iniziativa è stata concepita nell'ambito delle strategie di marketing e messa a punto nel primo trimestre, al fine di condividere con i Business Partner le strategie di marketing, svilupparle e portarle a



PAOLO CARNEVALE BARAGLIA, MANAGER OF DEMAND PROGRAMS, DIGITAL & DATABASE MARKETING IBM ITALIA

A ogni relatore IBM, secondo le caratteristiche della propria funzione all'interno della 'squadra IBM', è stato assegnato un ruolo corrispondente nel rugby





A moderare la sessione plenaria del roadshow 'IBM conNet', firmato da Events&Exhibitions, la giornalista Cristina Fantoni, che, ispirandosi al gioco del rugby, ha coinvolto il pubblico nella costruzione della squadra IBM/Business Partner



LEONARDO MELZI,
SENIOR ACCOUNT DIRECTOR
EVENTS&EXHIBITIONS

compimento durante tutto il resto dell'anno. A firmare il progetto George P. Johnson, l'agency of record di IBM, che si occupa della pianificazione e della gestione degli eventi di marketing dell'azienda, in tutto il mondo, compresa l'Italia, garantendo gli standard di qualità e la 'consistency' nei messaggi di marketing e comunicazione previsti da IBM Corporation. "Abbiamo affidato il roadshow a George P. Johnson (prima agency di eventi di marketing del mondo secondo AD per il terzo anno consecutivo, ndr) - precisa Baraglia - e al suo partner italiano Events&Exhibitions (E&E), che collabora positivamente con IBM Italia da diversi anni". Tre gli step principali del progetto: la fase di pianificazione strategica e di sviluppo del concept dell'evento, la fase di execution con la scelta delle città e delle location, dell'ospite moderatore, considerato molto importante per il successo dell'evento, e di tutta la struttura dell'evento e quella finale di follow on. "Tra i fattori di successo del progetto - commenta Baraglia - anche l'adozione, in questo evento, del nuovo concept chiamato 'Live Event Experience', sviluppato da GPJ/E&E per IBM Italia. Tale approccio

si basa su quattro fasi: provocare un ingaggio e un impegno iniziali, incoraggiare un dialogo, per poi creare la collaborazione, e, quindi, estendere il rapporto di partnership nel futuro".

IL RUGBY, SIMBOLO DEL FARE SQUADRA

Per rappresentare in modo efficace la forza e l'organicità IBM è stato scelto il rugby, sport di »

[SCHEDA TECNICA]

Società organizzatrice: Events&Exhibitions tramite George P. Johnson.
Cliente: IBM Italia.
Tipologia: Roadshow.
Obiettivi: Condivisione della strategia e della value proposition IBM.
Target: Business Partner IBM.
Data: 6 marzo (Padova), 8 marzo (Roma), 13 marzo (Catania), 15 marzo (Milano).
Location: Padova (Villa Foscarini Rossi), Roma (Museo Maxxi), Catania (Sifi), Milano (Fondazione Arnaldo Pomodoro).
Ospiti d'eccezione: Cristina Fantoni, giornalista sportiva (conduttrice dell'evento).
Numeri: Circa 100 Business Partner per tappa.
Budget: 150.000 euro.



Il roadshow realizzato per IBM da George P. Johnson, tramite l'alliance italiana Events&Exhibitions, ha fatto tappa in quattro città strategiche: Padova, Milano, Roma e Catania (marzo 2012)



Obiettivo del roadshow 'IBM conNet' (marzo 2012) era la condivisione con i Business Partner delle strategie e value proposition dell'azienda

squadra in cui correttezza, determinazione e obiettivi sono aspetti determinanti.

“La conduzione dell’evento - spiega **Micaela Cremonesi**, senior account director George P. Johnson - è stata affidata a una giornalista esperta del settore, Cristina Fantoni, che, in sessione plenaria, ha introdotto i fondamentali dello sport”. A ogni relatore IBM, secondo le caratteristiche della propria funzione all’interno della ‘squadra IBM’, veniva assegnato un ruolo corrispondente nel rugby e spiegate le regole da seguire per rappresentare al meglio la propria mansione ‘sul campo’. A ‘formazione’ ultimata, ogni partecipante ha potuto comprendere appieno i valori ‘metaforici’ trasmessi e le modalità con le quali trasferirli nel proprio lavoro, al fine di promuovere e vendere i prodotti e i servizi IBM, con entusiasmo e consapevolezza ancora maggiori. A chiudere i ‘giochi’ aperitivi/cene di networking, per confrontarsi e condividere emozioni ed esperienza.

“Le location di ogni tappa - continua **Leonardo Melzi**, senior account director Events&Exhibitions - sono state personalizzate graficamente. A Roma e Milano, dove le location erano molto ampie, è stato realizzato uno speciale allestimento dell’area relazionale con tavolini e sgabelli luminosi e una decorazione del pavimento caratterizzata dallo stesso ‘look & feel’ della grafica utilizzata per tutto il roadshow”.

Events&Exhibitions ha elaborato l’evento a 360 gradi, partendo dall’ideazione a livello strategico e concettuale e arrivando all’execution creativa. L’agenzia ha messo sul campo quattro figure chiave: lo strategy director, per la parte preliminare, l’operation director e l’event manager, per la parte di ideazione ed esecutiva, e il creative director, per la parte di design grafico.

“La partecipazione e il gradimento - continua Melzi - sono stati molto alti in tutte e quattro le tappe del roadshow. Il coinvolgimento e l’interazione tra IBM e i suoi Business Partner sono aumentati, anche se a oggi è ancora presto per valutare eventuali incrementi nelle vendite”. Soddisfazione anche da parte dell’azienda, come precisa Baraglia: “IBM conNet 2012 è stato molto apprezzato sia dalla rete dei top partner a cui era dedicato sia da IBM Business Partner Organization, committente interno. Nell’analisi post evento, praticamente il 100% dei partecipanti ha dichiarato che l’evento ha soddisfatto completamente le aspettative. Personalmente, sono contento di questo risultato, in quanto si è ripetuto per tutte le quattro tappe che abbiamo organizzato nelle più importanti città italiane, facendo della vicinanza territoriale un fattore importante e molto apprezzato dal nostro canale”.



MICAELA CREMONESI,
SENIOR ACCOUNT DIRECTOR
GEORGE P. JOHNSON