

Liana Benedetti

# POSTI ESAURITI

Organizzare corsi, seminari  
e convegni con poca spesa  
e ottimi risultati



MANUALI/FrancoAngeli



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

**Liana Benedetti**

# **POSTI ESAURITI**

**Organizzare corsi, seminari  
e convegni con poca spesa  
e ottimi risultati**

**FrancoAngeli**

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it)*

---

# Indice

<b>Premessa</b>	pag.	13
<b>1. Convegni, seminari e corsi: la tempistica di organizzazione</b>	»	15
1. Tempistica e modalità organizzative	»	17
1.1. Scaletta dei tempi e check list attività	»	17
<b>2. La progettazione</b>	»	23
1. Idea iniziale	»	23
1.1. Individuazione degli argomenti	»	24
1.2. Sondaggi	»	26
1.2.1. Trattamento dei dati raccolti “fatto in casa”	»	28
1.2.2. Sondaggi in outsourcing	»	29
2. Fase di progettazione: cose da fare	»	29
3. Titolo	»	30
4. La scaletta turbo	»	32
4.1. Come si compila la scaletta	»	32
5. Data, orario e durata	»	33
5.1. Date	»	33
5.2. Orari	»	34
5.3. Durata	»	35
6. Luogo e sala	»	35
6.1. Luogo	»	35
6.2. La sala	»	36
6.2.1. Come trovare la sala	»	37

7.	Scelta dei relatori/docenti	pag.	38
7.1.	Criteri di scelta dei relatori	»	38
7.1.1.	Criterio di “notorietà” (in caso di primo incarico)	»	38
7.1.2.	Criterio dell’intervista	»	39
7.1.3.	Criterio “pubblicazioni ed interventi” a seminari e convegni effettuati sull’argomento specifico	»	39
7.1.4.	Criterio “capacità espositiva”	»	39
7.1.5.	Criterio “esperienza” sulla materia	»	40
7.1.6.	Criterio “costo”	»	40
7.1.7.	Criterio “rotazione”	»	41
7.2.	Ricerca dei relatori	»	42
<b>3.</b>	<b>Mezzi di comunicazione</b>	»	45
1.	Prima di tutto: la mailing list	»	45
1.1.	Tenuta dei dati	»	45
1.1.1.	La normativa	»	47
1.1.2.	La pratica	»	47
1.1.3.	I vari tipi di mailing e la percezione d’intrusione nella privacy da parte del ricevente	»	48
1.2.	Scelta dei destinatari	»	49
1.2.1.	La procedura per la scelta	»	49
2.	Dépliant	»	50
2.1.	Come impostare il dépliant	»	50
2.2.	La copertina	»	51
2.2.1.	Che cosa va e dove in copertina	»	51
2.2.2.	I caratteri del dépliant	»	52
2.2.3.	La presentazione (non sempre è utile)	»	52
2.2.4.	Il programma	»	54
2.2.5.	Indicazione della segreteria organizzativa e iscrizioni	»	54
2.2.6.	Filetti e box	»	55
2.2.7.	La piantina	»	55
3.	Le spedizioni	»	56
3.1.	Invio cartaceo	»	56
3.1.1.	Tempistica e modalità di spedizione	»	56
3.1.2.	Attenzione a peso e formati!	»	57
3.1.3.	Solo dépliant o lettera + dépliant?	»	58
3.2.	Newsletter ed e-mail	»	58
3.2.1.	Invio di e-mail	»	58
3.2.2.	Newsletter	»	60

3.3. Fax	pag.	62
4. Internet e indicizzazione nei motori di ricerca	»	63
5. Radio	»	63
5.1. I costi	»	64
5.2. Il testo dello spot e la voce dell'annuncio	»	64
6. Stampa: quotidiani e free press	»	65
7. Affissioni	»	65
8. Il co-marketing	»	66
9. Il comunicato stampa	»	67
<b>4. Gestione delle iscrizioni</b>	»	69
1. Preiscrizione o non preiscrizione?	»	69
2. Iscrizioni online o tradizionali?	»	70
2.1. Iscrizioni tradizionali	»	70
2.2. Iscrizioni online	»	71
3. Overbooking: cosa fare	»	72
3.1. Le soluzioni	»	72
3.1.1. Cambiare sala: le problematiche	»	72
3.1.2. Aggiungere posti	»	73
4. Iscrizioni insufficienti: cosa fare	»	74
<b>5. Materiali</b>	»	75
1. Materiali da distribuire	»	75
1.1. La cartellina	»	76
2. Materiali da proiettare	»	77
2.1. Slides da proiettare	»	77
2.2. Il cartellone del convegno	»	77
<b>6. Organizzazione della reception, della sala e degli interventi</b>	»	79
1. Partire per la sala con il materiale	»	79
2. La reception	»	79
2.1. Il tavolo della reception	»	81
2.2. Selezione dei receptionist	»	82
2.3. Riconoscibilità dei receptionist	»	83
3. Preparazione della sala e del percorso per arrivarci	»	83
3.1. Le indicazioni all'esterno ed in entrata	»	83
3.2. La preparazione della sala	»	85
3.2.1. Tavolo relatori	»	85
3.2.2. Preparazione e gestione della sala	»	86



4.	Il coordinamento degli interventi e il rispetto dei tempi	pag.	89
4.1.	Coordinamento degli interventi	»	89
4.2.	Rispetto dei tempi	»	89
4.3.	Interventi del pubblico	»	90
<b>7.</b>	<b>Catering (coffe break o buffet): scelta del fornitore, costi e modalità</b>	»	93
1.	Scelta del tipo di servizio da richiedere	»	94
2.	Scelta del fornitore	»	94
3.	Modalità e menù	»	95
4.	Costi	»	95
<b>8.</b>	<b>Follow up e gradimento</b>	»	97
1.	Il questionario	»	97
1.1.	Parametri	»	97
1.2.	Punteggi	»	98
1.3.	Distribuzione e raccolta dei questionari	»	100
1.4.	Calcolo del gradimento	»	100
<b>9.</b>	<b>Casi particolari</b>	»	103
1.	Seminario informativo/convegno “lampo” organizzato in 8 giorni	»	103
2.	Differenze organizzative tra convegni e incontri formativi	»	104
2.1.	Premessa	»	104
2.2.	Differenze e somiglianze organizzative rispetto ad altri eventi	»	105
2.2.1.	Le somiglianze	»	105
2.2.2.	Le differenze	»	106
3.	Incontri di networking	»	108
4.	Corsi di lunga durata	»	110
5.	Corsi a pagamento	»	112
5.1.	Differenze organizzative	»	112
5.2.	Il prezzo	»	112
5.2.1.	Calcolo del prezzo	»	113
5.3.	Gli sconti	»	114
5.4.	I gadget	»	115
5.5.	Annullamento per scarse adesioni	»	115
5.6.	Catering	»	116
<b>10.</b>	<b>Organizzazione della struttura</b>	»	117
1.	Premessa	»	117

2.	Programmazione annuale e organizzazione del lavoro	pag. 117
2.1.	Organizzazione informatica delle informazioni	» 119
2.1.1.	La messa in comune delle informazioni	» 119
3.	I collaboratori giusti: come sceglierli	» 124
3.1.	Fasi della selezione	» 126
3.2.	I costi della selezione psico-attitudinale	» 126
4.	L'organizzazione della struttura	» 127
4.1.	Organizzazione informatica	» 127
4.2.	Organizzazione dei collaboratori	» 128
4.2.1.	Intercambiabilità tra i collaboratori	» 128
4.2.2.	Scambio delle informazioni	» 129
4.2.3.	Assegnazione chiara dei compiti	» 129
4.2.4.	Organizzazione a fisarmonica del personale	» 130
4.3.	I mezzi tecnici	» 131
4.3.1.	Gestione della risposta telefonica	» 131
4.3.2.	Le attrezzature giuste e i materiali necessari	» 132
4.3.3.	Gestione dei documenti cartacei	» 133
<b>11.</b>	<b>Conclusioni</b>	» 135
1.	Fattori che portano al successo	» 135
2.	Fattori che portano all'insuccesso	» 136



*Alle collaboratrici e ai collaboratori  
che mi hanno supportato anche  
nelle situazioni di lavoro più difficili*



---

## Premessa

Sale piene, sale vuote. Pubblico attento e reattivo, pubblico che pisolava. Argomenti interessanti, chiacchiere senza costrutto. Costi alti, costi accettabili. Cose che servono, cose inutili.

Abbiamo sempre una scelta. Sta a noi avere la sensibilità per individuare la strada giusta e centrare l'obiettivo del successo nell'organizzazione di convegni, seminari e corsi.

Il segreto: un sistema di ascolto dei bisogni dei clienti, fiuto nell'individuare gli argomenti di maggiore interesse, un taglio pratico nell'impostazione delle iniziative, una comunicazione efficace, un'organizzazione efficiente e tanta passione.

Questo manuale – dal taglio molto operativo – permette di comprendere il tipo di lavoro da fare per progettare e realizzare convegni, seminari e corsi di successo e di acquisire gli strumenti per creare una struttura efficiente e agile, capace di rispondere rapidamente agli stimoli esterni e di stimolare a sua volta i propri clienti.



## Convegni, seminari e corsi: la tempistica di organizzazione

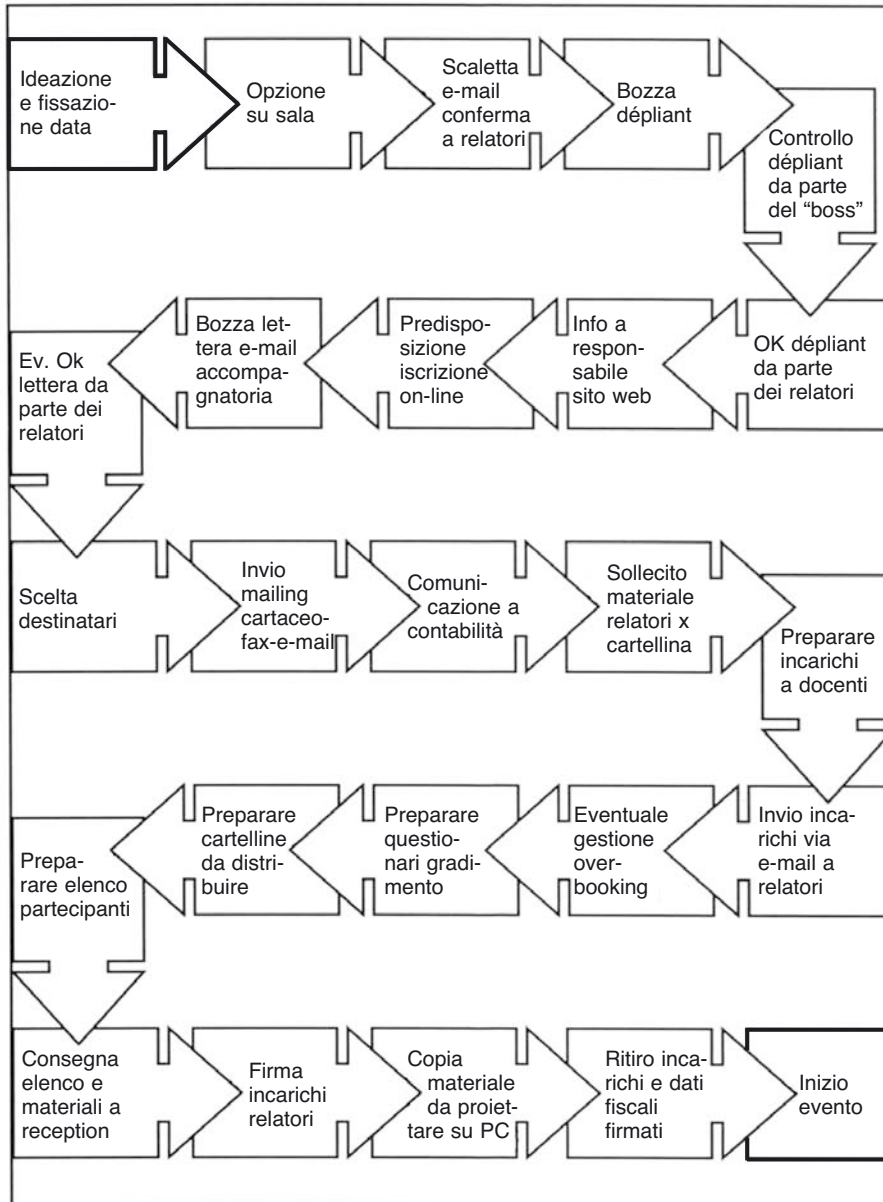
Individuare gli argomenti che interessano, programmare le attività, assegnare compiti precisi ai collaboratori, rispettare uno standard di tempistica, professionalità e passione per il lavoro: questi alcuni punti chiave per avere successo nell'organizzazione di eventi quali seminari, convegni e corsi.

Il rispetto dell'ordine temporale delle attività è senz'altro una delle "norme tecniche" più essenziali e va preso in considerazione prima di iniziare la progettazione.

Nella figura 1.1 trovate uno schema esemplificativo della successione logica delle attività (sistematiche in ordine temporale) utile come traccia da seguire per non "perdere colpi" nell'organizzazione di un evento formativo/informativo/congressuale. Potrà risultare di utilità soprattutto per i neofiti di questo tipo di lavoro, ma anche per chi non lo fa abbastanza spesso da averlo "stampato in testa".



Fig. 1.1 – Schema temporale delle attività organizzative



## **1. Tempistica e modalità organizzative**

Un seminario o convegno si può organizzare anche in 8 giorni in casi di emergenza, ma è un'eventualità da evitare a tutti i costi. I tempi stretti sono in genere nemici della qualità e del buon risultato.

I tempi standard di organizzazione di un evento devono essere di **almeno 2 mesi circa**. Il primo mese è dedicato all'organizzazione dell'evento (prenotazioni sale, redazione materiale promozionale, contatti con i relatori per fissare i dettagli sia economici che didattici del loro intervento), il secondo mese a raccogliere le adesioni e ad organizzare l'evento.

Molto meglio in ogni caso è programmare annualmente o al minimo semestralmente le attività, organizzando almeno la prenotazione delle sale e l'impegno dei relatori alla fine dell'anno precedente o del semestre precedente. Lasciemo solo la predisposizione del materiale promozionale, il mailing, le pagine web al periodo immediatamente precedente l'effettuazione.

Molti relatori bravi sono infatti prenotabili solo con molto anticipo (almeno 6 mesi) e quindi la programmazione annuale o semestrale diventa indispensabile. Lo stesso discorso vale per le sale, se non si utilizzano proprie strutture. Una sala molto richiesta non può essere prenotata con un mese di anticipo, ma dovrà essere fermata almeno 3-4 mesi prima. In genere basta – per un primo periodo – “opzionare” la sala, senza quindi inviare l'ordinativo immediatamente. In tal modo in caso dovessimo disdire prima della scadenza dell'opzione, non pagheremmo la penale.

### **1.1. La scaletta dei tempi e check list attività**

In genere è bene seguire una **scaletta standard dei tempi e una check list delle attività**, in modo da evitare le corse dell'ultimo momento.

Una scaletta dei tempi e check list delle attività che ho utilizzato con successo è indicata nella tab. 1.1.

**Tab. 1.1 – Scaletta dei tempi e check list delle attività in breve**

**Progettazione (preferibilmente almeno 3 mesi prima)**

- ◆ titolo, data
- ◆ sede/i, prendere opzione per sede seminario
- ◆ profilo relatori (3 o 4 righe al massimo)
- ◆ contattare i relatori. Si può fissare tutto al telefono o anche fissare durante un incontro preliminare di persona. Durante tale contatto si predisporrà insieme con il relatore/i relatori la scaletta del seminario
- ◆ determinare importi incarichi e riportarli nella scheda del seminario (per non dimenticarsene). Una volta redatto l'incarico salvarlo in una cartella condivisa sul server
- ◆ inviare modulistica relativa ai dati fiscali del relatore (a meno che non sia un relatore abituale dal quale basterà raccogliere i dati fiscali una volta l'anno)

**Almeno 60 giorni prima**

- ◆ contattare grafico per impostare il dépliant promozionale dando le informazioni necessarie:
  - logo organizzatore
  - titolo
  - tipologia (corso, seminario o convegno)
  - gratuito/pagamento
  - date
  - sedi
  - orari
  - eventuale agile presentazione in linguaggio chiaro ed essenziale
  - programma (scaletta)
  - profilo relatori (3 o 4 righe al massimo)
  - riquadro con istruzioni per iscrizione on-line
  - cartine sedi e possibilità di posteggio (specificando se è a pagamento)
  - riferimenti segreteria organizzativa: indirizzo, telefono, e-mail
  - eventuali collaborazioni e loghi dei partner;
- ◆ in caso di **corso a pagamento** aggiungere altre info per il grafico
  - quota di partecipazione e scontistiche
  - riportare tutte le informazioni relative al conto corrente e alle varie condizioni economiche sul volantino; info su quota e sconti anche sulla scheda del corso salvata sul server
- ◆ se seminario gratuito:
  - indicare in ogni caso sul volantino collaborazioni e partnership

#### **Almeno 45 giorni prima**

- ◆ richiedere al grafico il file del dépliant e farlo approvare dai vari soggetti coinvolti (nel caso di collaborazione con altri enti, la bozza deve essere approvata anche da loro e quindi i tempi devono essere anticipati)
- ◆ una volta approvata/modificata la bozza, in caso si sia decisa la stampa, procedere alla conferma alla tipografia per il numero di copie del dépliant e/o delle locandine concordato
- ◆ prenotare in modo definitivo la sede del seminario, tenendosi possibilmente sempre la possibilità di disdire senza pagare penale se si avvisa con almeno un mese di anticipo:
  - inviare ordinativo al gestore della sala confermando le caratteristiche della sala ed in particolare:
    - specificare la disposizione delle sedie, il tipo di tavolo relatori, la presenza di microfoni fissi e di microfono portatile
    - verificare tipologia e velocità connessione internet (se serve durante l'evento)
    - verificare se è necessario effettuare qualche configurazione sul PC per collegarsi – ad esempio potrebbe esistere una rete o normale o wireless: in tal caso il PC deve essere configurato per vederla. Meglio – se possibile – provare prima del giorno dell'evento, anche se ormai quasi tutti i portatili hanno già di default la possibilità di collegarsi con una rete wireless
    - disponibilità sistema videoproiezione chiarendo se il costo è incluso nel costo della sala o se è aggiuntivo
  - in caso non ci sia il collegamento internet che invece sarebbe necessario, ci si può attrezzare con una chiavetta per l'accesso ad internet fornita da uno dei vari gestori di telefonia mobile. Da effettuare un accertamento sulla copertura del gestore nella zona della sala: quindi anche in questo caso è da provare prima, perché ci possono essere delle sorprese
- ◆ chiarire bene con il gestore della sala:
  - la disponibilità del tavolo per la reception
  - messa in funzione con almeno un'ora di anticipo dell'impianto di condizionamento se la stagione è estiva
  - la temperatura dell'impianto di riscaldamento d'inverno

#### **Almeno 1 mese prima**

- ◆ predisporre il testo della pagina web, inserire la notizia sul sito web e nel sistema di iscrizione on-line, controllare quanto pubblicato
- ◆ verificare le possibilità di promozione dell'iniziativa sui giornali con l'addetto stampa
- ◆ predisposizione indirizzari per il mailing