



DISCLAIMER

Il Font mostra contenuti a esclusivo scopo informativo. Queste informazioni non costituiscono una diagnosi, non sostituiscono la visita medica e non devono essere considerati la prescrizione di una terapia.

IL FONT CONSIGLIA

CREARE EVENTI: ECCO IL BUSINESS DEL VENTUNESIMO SECOLO

Isabella Lopardi 1 giorno ago Eventi Leave a comment 3 Views

Like 0 G+ Submit Share Salva

Creare eventi: ecco il business del ventunesimo secolo. Gli eventi? "In questi ultimi anni, in particolare nel nostro Paese, gli eventi sono aumentati in numero, varietà e complessità. Ancora più significativo è il loro **crecente utilizzo** da parte di istituzioni, enti, imprese di dimensione grande e **medio-piccola**. Gli eventi culturali, artistici, sportivi, enogastronomici, e chi più ne ha più ne metta, sono diventati, per le comunità locali, importanti strumenti per sviluppare l'attrattività dei luoghi, per riaffermare l'**identità collettiva**, la storia della comunità e, per le imprese, strumenti per promuovere prodotti/servizi, per potenziare l'azione di vendita, la comunicazione corporate e di prodotto e le relazioni pubbliche".

Lo si legge nel testo *Gli eventi. Come progettarli e realizzarli*, edito da [Franco Angeli](#). Ne sono autori e curatori Umberto Collesei, Francesca Checchinato, Marta Dalle Carbonare. Il testo è dedicato in primis ai professionisti della comunicazione d'azienda e del settore eventi, ma anche agli studenti. Propone molte **case history** a supporto delle spiegazioni, con numerosi collegamenti con video e immagini da visualizzare sul sito dedicato: ecco un dettaglio che rende **interattiva** la lettura.

Creare eventi, in rapporto con la vita sociale contemporanea

Eventi: stanno diventando una componente fondamentale di molti **piani di marketing**. I format si moltiplicano e sempre più diffusamente si ricorre alle tecnologie digitali. Sono necessarie

non soltanto capacità organizzative, ma anche **competenze** di comunicazione e di progettazione. Ha scritto la prefazione al testo Vanni Codeluppi: appare chiaro che "I numerosi eventi... non devono la loro nascita soltanto a ragioni di carattere economico e aziendale, perché sono diventati ormai una componente imprescindibile della **vita sociale** contemporanea". Un elemento della vita sociale dunque: della società che evolve.

Creare eventi: combinazione tra reale e virtuale

"Nel tempo, oltre a coinvolgere la quasi totalità degli attori economici come strumenti di marketing e di promozione, gli eventi sono divenuti **essi stessi business**, stimolando la nascita di imprese specializzate nella loro organizzazione e realizzazione.

Quanto alla loro varietà, sembra sufficiente richiamare da un lato i diversi tipi di eventi, culturali, artistici, sportivi, territoriali, aziendali, e dall'altro gli eventi fisici e quelli **virtuali o digitali**.

Come risultato della **combinazione** di accadimenti reali e virtuali si creano così diverse situazioni, che coinvolgono la funzione marketing, la **gestione dell'evento** e la comunicazione. Quest'ultima è essa stessa componente dell'evento o mezzo per la sua diffusione.

Come creare eventi

Ma come si crea un evento? Ragioniamo nel dettaglio.

Nella pratica, sono necessari prodotti promozionali, utili ad aumentare la conoscenza del brand. Per ogni azienda, nel contesto della **stampa digitale**, ci sono opportunità illimitate per definire una propria **strategia di marketing**. Su che cosa bisogna fare perno? Spesso si punta su social media e campagne online, adottate dalle aziende: si utilizzano soluzioni sempre più varie, talvolta costose. Questo è il prezzo, al fine di incrementare la visibilità del brand. Non bisogna dimenticare, tuttavia, che la soluzione **più semplice** è anche la più efficace. Una buona idea è prendere in considerazione articoli promozionali personalizzati, sia da parte delle piccole, sia delle grandi imprese. Il giusto materiale pubblicitario può migliorare i risultati di marketing, restando leggero per il nostro budget.

Creare eventi: materiale promozionale per aumentare la visibilità

Quel che stiamo spiegando può essere molto semplice o molto complesso: i gadget variano, dalle penne agli accessori da campeggio. Sulla base del target che si intende raggiungere, si scelgono i prodotti, ma in ogni caso gli articoli promozionali personalizzati serviranno a lasciare un **ricordo** nei clienti, che resterà nel lungo periodo. Una pubblicità sui social può essere dimenticata in poche ore: la stampa promozionale, invece, non si lascia ignorare, **capta l'immaginazione**. Il logo e il nome dell'azienda saranno visibili al cliente tutte le volte che questi utilizzerà una penna personalizzata, guarderà un adesivo o controllerà la data sul calendario. Considerando il materiale promozionale, l'immagine del brand **si sviluppa di conseguenza**, insieme alla relazione con il cliente. Che cosa sono, di fatto, i prodotti pubblicitari? Un legame con il cliente, che fa leva sulla sfera emozionale: in tal modo, **l'azienda non si dimentica**.

Creare eventi: ricevere oggetti gratis

Qual è l'obiettivo? Ricordare l'azienda al cliente.

Il pubblico delle aziende **ama ricevere oggetti gratis**, quindi quando ciò accade è ben disposto nei confronti del brand.

Secondo le ricerche, i prodotti pubblicitari sono **sei volte più efficaci** rispetto alla carta stampata o alla pubblicità online. Se si propongono oggetti di qualità, essi saranno utilizzati **molte volte**.

Creare eventi: facciamo un esempio

Helloprint è una realtà da 15 anni: è stato allora che ha incominciato a offrire il suo servizio di stampa on

line, oggi attivo e strutturato, condotto con tecniche innovative. Che cosa avviene, dunque, se parliamo di gadget? Si può stampare il logo o il nome dell'azienda e il risultato diventa duraturo.

Helloprint è leader nel fornire materiale per la creazione di eventi. Differenti prodotti promozionali possono essere utilizzati in molti modi, in modo da incrementare la visibilità del brand, in modo da raggiungere il proprio **segmento di mercato**. Nel caso di Helloprint parliamo di penne, bottiglie d'acqua, braccialetti, zaini, segnapagina, brochure, poster e molte altre soluzioni. Aumenta di conseguenza il numero di persone raggiunte dall'azienda. Il cliente può personalizzare la propria grafica: può scegliere il modello, per un totale di 22 prodotti; caricare il suo logo, aggiungere testo e immagini; configurare il suo prodotto, scegliendo materiale e dimensione; infine, confermare il suo ordine on line.

C'è di più: prodotti pubblicitari divertenti possono stimolare la conversazione e gadget possono essere distribuiti in occasione di fiere ed eventi. E' il dono di un oggetto, che sviluppa nel soggetto che lo riceve un senso di obbligo nei confronti dell'azienda e lo spinge a fare qualcosa: così si fidelizza il cliente.

SHARE



Tags [EVENTI](#) [PUBBLICIZZARE EVENTI](#) [STAMPA DIGITALE](#)

ABOUT ISABELLA LOPARDI

Isabella Lopardi ha lavorato come giornalista, traduttrice, correttore di bozze, redattrice editoriale, editrice, libraia. Ha viaggiato e vissuto a L'Aquila, Roma, Milano. Ha una laurea magistrale con lode in Management e comunicazione d'impresa, è pubblicista e redattore editoriale. E' preside del corso di giornalismo della Pareto University.

Previous [Alimenti 10 e lode. Le uova: buone in tutti i sensi](#)

Next [Cattiva digestione? Torniamo in forma con i rimedi naturali](#)

RELATED ARTICLES

Natur@gorà, il nuovo evento di CarraraFiere dedicato agli stili di vita sostenibili

15 dicembre 2017

Modena Benessere Festival: anche in Emilia il week end è a tutto benessere

24 novembre 2017

Pharmaexpo 2017, Napoli ripropone il salone dell'industria farmaceutica

24 novembre 2017

LASCIA UN COMMENTO

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

Nome *

ULTIMI COMMENTI

Paolo Frigoli: La Tecnica Alexander è utilissima a musicisti, cantanti, attori, sportivi (corsa...

Redazione: Buongiorno Daniele, verosimilmente si, e se ha fatto bene la fisiokinesiterapia...

Redazione: E' comunque innegabile che un uomo maturo, in senso anagrafico, esercita un fasc...

Simone: Questo più che un uomo maturo che sa ciò che vuole, sembra un uomo "beta", bisogn...

daniele: Buon giorno prof. Campanelli, ho fatto la terapia del dolore e delle manipolazion...