Corso - 06/04/2027

Come ottenere il massimo dalla fiera: strumenti e best practice per le aziende del machinery

Un corso per imparare a pianificare la partecipazione, gestire lo stand e misurare il ritorno dell'investimento: prima, durante e dopo la fiera

Obiettivi

Molte aziende del **settore machinery** partecipano ogni anno alle **fiere di riferimento** con budget significativi e un team dedicato. Poi tornano a casa con una valigia di biglietti da visita. E succede poco.

Il problema, quasi sempre, non è la fiera: è il **metodo**. Obiettivi poco definiti, team non allineati, **follow-up** che si disperde, strumenti usati male o per niente.

Questo **corso sulle fiere per costruttori di macchine** affronta ogni argomento da due prospettive complementari: quella dell'**organizzazione fieristica** e quella dell'**azienda espositrice**. Due voci, uno stesso tema, per capire entrambi i lati del tavolo e tradurre ogni contenuto in decisioni operative concrete.

Il filo conduttore è il **prima, il durante e il dopo fiera**. Le tre giornate alternano contenuti e **workshop pratici**, in cui i partecipanti lavorano in gruppo sulla partecipazione di un costruttore di macchine a una **fiera internazionale**, fino a impostare il **report pre-fiera**.

Cosa impari

- Leggere una **fiera di settore** come piattaforma di business e valutarne il potenziale in modo oggettivo
- Definire **obiettivi e KPI di partecipazione** distinti per marketing, commerciale e comunicazione
- Costruire una **roadmap operativa** dalla decisione di partecipare fino al follow-up post-fiera
- Scegliere e integrare gli **strumenti promozionali e digitali** offerti dalla fiera
- Coordinare il **team aziendale** (marketing, commerciale, offering, service, direzione) con ruoli e responsabilità chiari
- Gestire lo **stand** in modo efficace: ingaggio, contatti, clienti strategici, agenda appuntamenti
- Preparare un **report pre-fiera** condiviso in azienda, con responsabilità chiare su logistica, comunicazione, appuntamenti e concorrenza
- Misurare i risultati con un **report post-fiera** che confronta il realizzato con quanto pianificato
- Riconoscere gli errori più comuni e applicare le **buone pratiche**

Programma

Giornata 1 · Visione strategica

- Come funziona la fiera: obiettivi, logiche e ruolo nel settore machinery
- I buyer nel settore machinery: come selezionano, visitano e valutano gli espositori
- Comunicare con l'organizzazione della fiera: tempi, modalità e gestione delle informazioni
- Le opportunità di promozione: visibilità, co-marketing e strumenti
- La fiera come leva strategica: posizionamento, mercato e concorrenti
- Definire obiettivi e KPI di partecipazione: marketing, commerciale e comunicazione
- **Workshop:** due gruppi preparano la partecipazione di un costruttore di macchine a una fiera internazionale, uno sul fronte marketing e comunicazione, l'altro sul fronte commerciale, e confrontano priorità, tempi e budget

Giornata 2 · Gestione operativa: organizzazione e comunicazione

- I servizi della fiera per gli espositori: strumenti pratici per aumentare l'efficacia
- I nuovi format fieristici: fisico-digitale, matching e piattaforme
- **Organizzazione: chi fa cosa e quando**
  - Roadmap della partecipazione e ruoli tra marketing, commerciale, offering, service e direzione
  - Gli strumenti operativi: CRM, agenda appuntamenti, raccolta lead digitale
  - Gestire lo stand e i clienti strategici

- **Comunicazione: cosa si dice e come**
- Messaggi chiave e storytelling
- Il piano di comunicazione prima, durante e dopo la fiera, integrato con i servizi della fiera
- Contenuti live e team di stand come primo mezzo di comunicazione

Giornata 3 · Prima e dopo la fiera

- **Il report pre-fiera:** logistica e organizzazione, comunicazione, inviti e appuntamenti, panorama competitivo
- Ruoli e responsabilità per ciascuna area del report
- I meeting di avvicinamento in azienda: concept e piano di comunicazione, meeting tecnico sulle macchine, meeting operativo
- **Il report post-fiera:** KPI, follow-up e confronto con quanto pianificato
- **Workshop:** i gruppi riprendono il caso della prima giornata e impostano il report pre-fiera

Ulteriori informazioni

- Per l'iscrizione di più partecipanti della medesima azienda, è previsto uno sconto del 10% sulla quota di partecipazione
- Il corso sarà attivato a raggiungimento di un numero sufficiente di partecipanti e la conferma sarà inviata tramite e-mail 7 giorni prima dell'inizio del corso.
- La quota di partecipazione è comprensiva di materiale didattico in formato digitale e attestato di partecipazione.
- Si intendono aziende associate quelle aderenti alle associazioni: ACIMAC, ACIMALL, AMAPLAST, UCIMA e FEDERTEC .
- Possibilità di finanziare il corso tramite Fondimpresa e Fondirigenti.

Destinatari

- **Responsabili marketing** di aziende produttrici di macchinari, impianti e beni strumentali
- **Direttori commerciali e area manager** che gestiscono la presenza fieristica
- Chi **coordina internamente più funzioni aziendali** (marketing, commerciale, service, direzione) in occasione di un evento fieristico
- Chi gestisce i **rapporti con l'organizzazione della fiera** e vuole farlo con più metodo

Durata
24 ore

Quota di adesione:
1.350,00 € + IVA a persona per le aziende associate
1.680,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento
06/04/2027 09.00-18.00 - Modena
13/04/2027 09.00-18.00 - Milano
20/04/2027 09.00-18.00 - Modena