



# LA FIERA: STRUMENTO DI MARKETING A 2 DIMENSIONI

---

**BtoB Marketing Forum 2014**  
**Milano, 1 aprile 2014**

*Roberto Foresti*

*Direttore Commerciale Internazionale e Sviluppo*

*Fiera Milano S.p.A.*



---

Official Partner

# Fiera Milano nel mondo\*

**113** manifestazioni  
in Italia e all'estero

**30.000** espositori

Più di **5 milioni** di  
visitatori

**BRAZIL:** Fiera  
Milano Cipa

**SOUTH AFRICA:** Fiera  
Milano Exhibitions  
Africa

**INDIA:** Hannover  
Milan Fairs India

**TURKEY:** Fiera  
Milano Interteks

**RUSSIA:** LLC Fiera  
Milano

**CHINA:** Hannover Milan  
Fairs China and  
Worldex Fiera Milano  
Exhibitions

**SINGAPORE:** Singex  
Group Exhibitions

\* Updated to February 2014

# La strategia di Fiera Milano

## Strumento di politica industriale

Supportare lo sviluppo dell'economia italiana e il rilancio dei settori più promettenti favorendo **lo crescita delle imprese a livello territoriale e internazionale**

## Strumento per lo sviluppo delle imprese attraverso l'export

Esportare nei mercati esteri i **segmenti più rappresentativi dell'economia italiana**:

- alimentare
- abbigliamento
- arredamento
- automazione

## Espansione geografica

Continuare l'espansione geografica (prossimo obiettivo: USA) per promuovere il complesso processo di **internazionalizzazione e delle aziende italiane**.

## Rafforzamento dei nostri brand

Sviluppare piattaforme di matchmaking che consentono di incrociare perfettamente le esigenze di **domanda e offerta**.

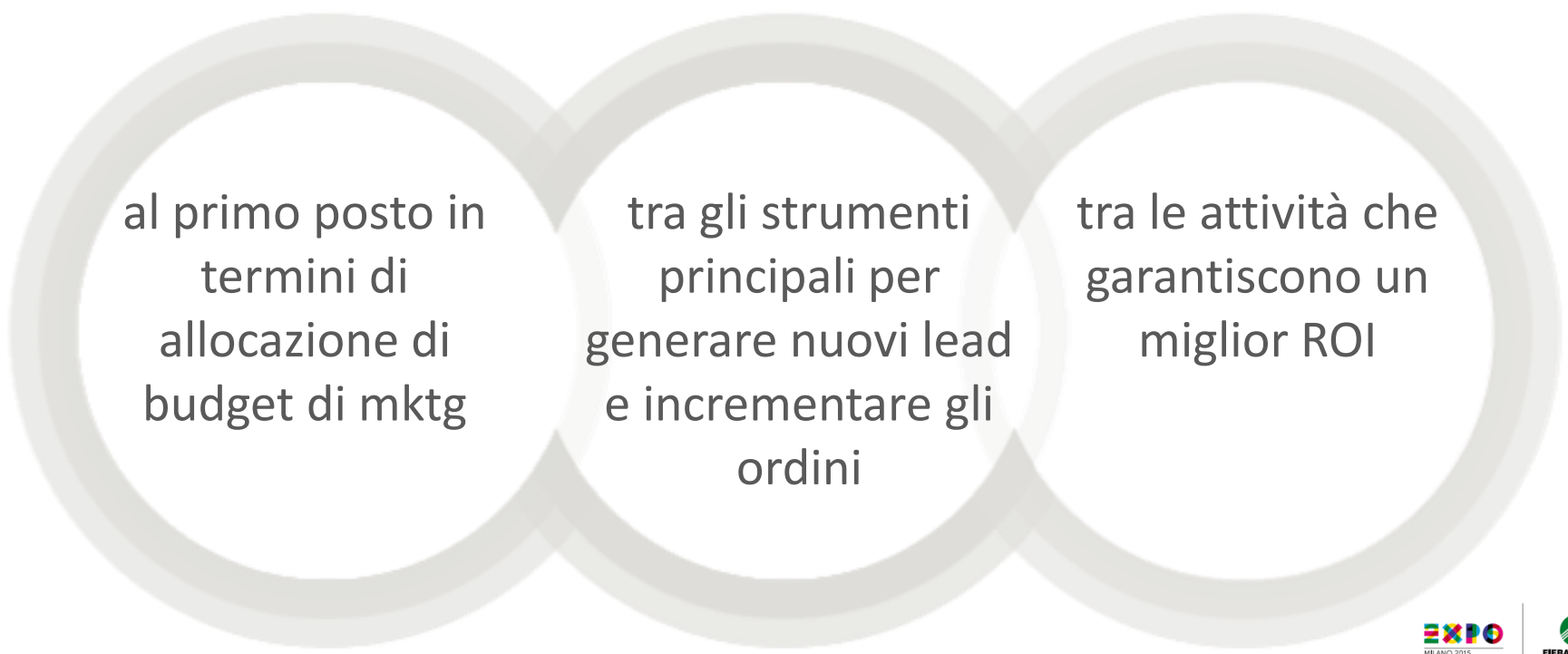
# Le fiere come strumento di marketing BtoB

---

La partecipazione alle fiere viene riconfermata anno dopo anno dalle aziende, perché l'evento "fiera" presenta opportunità difficilmente ritrovabili in altri strumenti di **vendita** e di comunicazione.

Il **70/80% delle aziende** riconferma durante la fiera la sua presenza all'edizione successiva.

**La fiera è:**



al primo posto in termini di allocazione di budget di mktg

tra gli strumenti principali per generare nuovi lead e incrementare gli ordini

tra le attività che garantiscono un miglior ROI

# L'evoluzione della fiera

Le fiere sono da sempre associate all'esposizione di beni e prodotti e, naturalmente, seguono l'evoluzione dei tempi.

Oggi la fiera è ancora uno strumento insostituibile di business perché favorita da relazioni *face-to-face*. La fiera odierna si è "reinventata" più snella, efficiente, market oriented e internazionale.

Cambiano gli strumenti, ma non il core business del sistema fieristico:

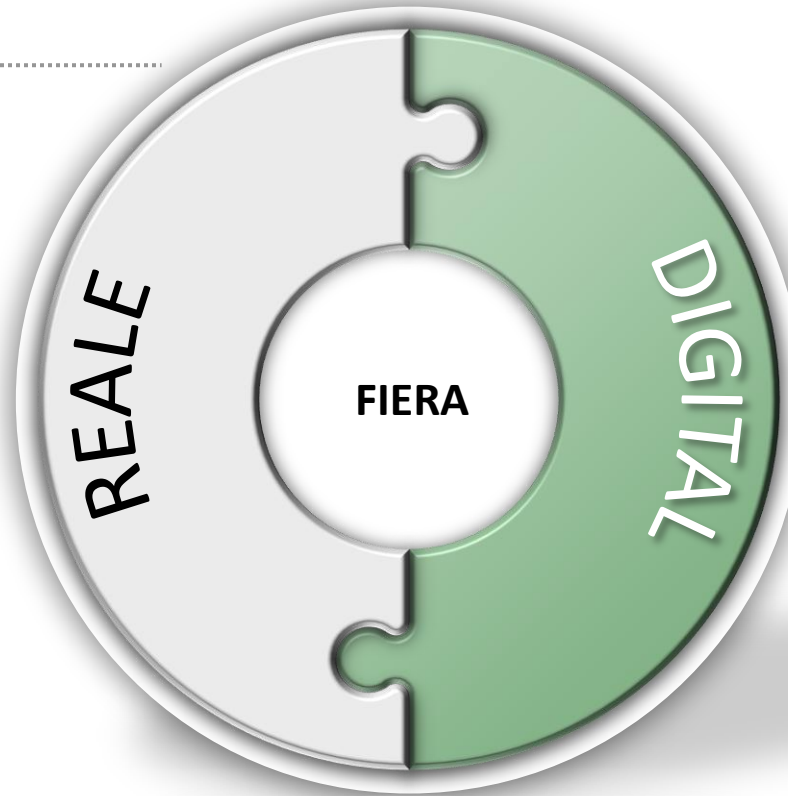
- implementare i contatti
- fare business

Il prodotto come bene materiale, lascia il posto ai **servizi** ed alle **esperienze**, che diventano sempre più protagonisti delle moderne fiere.

# La fiera di oggi: strumento di mktg a 2 dimensioni

## DIMENSIONE REALE

- Incontri face to face
- Servizi a valore aggiunto: il **matchmaking**
- Confronto diretto con il mercato
- Informazione



- Utilizzo della tecnologia digitale
- Condivisione di esperienze
- User generated content

## DIMENSIONE SOCIAL

Queste due dimensioni **complementari** rappresentano la nuova tendenza, la **FIERA DELL'ESPERIENZA**, ricca di contenuti, di servizi a valore aggiunto ed emozionalità.

# Dimensione reale: il matchmaking

Fiera Milano predispone **le condizioni più favorevoli all'incontro** tra **domanda e offerta**, lavorando molto sull'incrocio tra le esigenze dei visitatori professionali e le proposte con cui si presentano le aziende che espongono.

E' il processo che chiamiamo **match making** e che rappresenta un indiscutibile servizio a valore aggiunto.

## **RICERCA e SELEZIONE** DEI BUYER PER:

- ATTIVITÀ SVOLTA (es.: distributore, grossista, GDO, ecc.)
- SETTORE D'INTERESSE (es.: tavola, regalo, decorazione, ecc.)
- ESIGENZE SPECIFICHE (es.: città o zona, tipologia di partnership richiesta, ecc.)

**RILEVAZIONE**, ATTRAVERSO UN QUESTIONARIO, DELLE ESIGENZE DELLE AZIENDE IN RELAZIONE AI BUYER CHE DESIDEREREBBERO INCONTRARE

**INCROCIO** DEI DATI FORNITI E DEFINIZIONE DELL'AGENDA DI INCONTRI PERSONALIZZATI

# Dimensione digital: la fiera «social»

---

Fiera Milano sfrutta le potenzialità del web che permettono di:

- dilatare la mostra oltre i suoi limiti temporali
- consolidare la presenza sui più importanti social network e coinvolgere la dimensione social nell'evento fisico
- avere una visibilità maggiore prima durante e dopo l'evento
- mantenere alta l'attenzione

Il sistema di relazioni che si crea sui social network ha un potenziale enorme e diventa, se usato in maniera strategica, strumento potente di marketing e comunicazione.

Ne è un esempio la piattaforma di **HOMI plus** una perfetta **TRASPOSIZIONE WEB DELL'EVENTO REALE** con stand che riproducono fedelmente gli spazi espositivi di HOMI Milano e attraverso cui è possibile entrare in contatto con le aziende, fare business e conoscere le offerte nel dettaglio.



# Un caso di successo: theMICAMshanghai

theMICAMshang

theMICAMshanghai – salone internazionale del settore calzaturiero – è il frutto dell'organizzazione e della collaborazione affiatata tra Assocalzaturifici e Fiera Milano.

Per identificare i buyer adeguati, Fiera Milano si è avvalsa di:

- una **rete di agenti di vendita** radicati sul territorio
- **istituzioni locali**
- **associazioni di categoria** che ben conoscono le dinamiche del mercato.

Identificati: **180 VIP BUYER** provenienti da Cina e dintorni (Giappone, Korea, Taiwan)



# Un caso di successo: HOMI Milano



PASS  
HOMI BLOGGER

- **3 Social Evangelist professionali** sono stati reclutati per far passaparola intorno al marchio Homi attraverso le loro reti
- Un **hashtag dedicato** è stato lanciato per la prima edizione di HOMI Milano : **# hominewmacef**
- **4 Tour specifici** dedicati a **quattro settori specifici** ed espositori selezionati nei settori:
  - Cucina
  - Gastronomia
  - Moda e Gioielli
  - Bambini
- **45 blogger** impegnati con successo

# HOMI Milano: overall social performances

---



**#hominewmacef** ha raggiunto circa **756.000\*** account mentre **#homi 1.815.000 account.**

**Homi è stata menzionata 300 volte in 4 giorni nei post di twitter**



**+1.100 likes** in 4 giorni;  
**+20% vs Set 13**



**500 nuove foto** caricate con # homimilano



**+1.200 nuovi followers** in 4 giorni;  
**+22% vs Set 13**



**GRAZIE PER L'ATTENZIONE!**



Official Partner