

Le attività fieristiche

Ecco alcune delle attività connesse alle fiere e che si svolgono prima, dopo e intorno ad esse:

- ➔ studio del mercato di riferimento, per valutare quale manifestazione fieristica scegliere e in quale località;
- ➔ allestimento dello stand secondo criteri tecnici, logistici, commerciali e di comunicazione sensoriale;
- ➔ creazione e gestione di aree business particolarmente coinvolgenti;
- ➔ animazione, giochi interattivi;
- ➔ selezione e istruzione delle hostess presenti agli stand;
- ➔ studio e realizzazione di materiale promozionale a stampa (dépliant, cataloghi, ecc.);
- ➔ elaborazione di lettere ed e-mail per i contatti in fiera (mailing fieristico);
- ➔ creazione di schede per la rilevazione delle presenze presso gli stand;

- ➔ creazione di progetti per realizzare un business di particolari dimensioni ed interesse;
- ➔ contatti con la stampa per ottimizzare le notizie da divulgare;
- ➔ contatti con le riviste di settore per ottimizzare la campagna pubblicitaria;
- ➔ elaborazione di articoli sulle testate specializzate;
- ➔ studio di iniziative mirate sul target fieristico degli operatori;
- ➔ organizzazione di eventi in fiera (convegni, incontri, presentazioni, ecc.).

La professionalità è d'obbligo: le fiere vengono preparate, con l'input dei responsabili PR delle aziende, da un'agenzia di comunicazione.

Soltanto le fiere di ridotte dimensioni possono essere organizzate da servizi di comunicazione interni alle aziende, ma sempre con riferimenti e utilizzo di consulenti esterni.

