

# ORGANIZZARE UN EVENTO

- **Preparazione del progetto**
  - Brief**
  - Lista dei desideri**
  - Piano di comunicazione**
  - Preventivo**
- **Presentazione del progetto**
  - Piano commerciale**
  - Presentazione in *Power Point***
  - Presentazione particolareggiata dei singoli eventi**
- **Organizzazione**
- **Comunicazione**
  - Con la stampa**
  - Con gli utenti**
  - In field***
- **Valutazione**
  - Raccolta dati**
  - Decisioni**
  - Domande**
  - Strumenti**

# Preparazione del progetto

# Brief

- **Che cosa è un brief**
- **Capire il cliente**
- **Tradurre con creatività**
- **Essere schematici**

# Brief

- **Intestazione**
- **Background**
- **Obiettivi**
- **Target**
- **Sintesi del progetto**
- **Tono di voce della comunicazione**
- **Parole chiave**
- **Vincoli**
- **Lettura del cliente tra le righe**

# La lista dei desideri

- **Senza regole**
- **Quello che mi piace**
- **Quello che sarebbe perfetto ma..**
- **Quello che non c'entra niente ma ce l'ho a disposizione**

# **La lista dei desideri**

## **Festival della matematica**

- **Keith Devlin**
- **Stefano Benni**
- **Gli exhibit dell'Exploratorium**
- **Alessandro Bergonzoni**
- **“Proof” con la regia di Peter Brook**
- **Dalai Lama**

# La lista dei desideri

## Festival della psicologia

# Piano di comunicazione

- **L'idea**
- **Gli obiettivi**
- **Il target**
- **I messaggi chiave**
- **Le strategie**
- **Quando e dove**
- **Le iniziative**

# Preventivo

- **Costi interni**
- **Costi generali**
- **Costi di organizzazione**
- **Costi di comunicazione**
- **Costi di ideazione**
- **Guadagno della struttura**
- **Entrate presunte**

# Preventivo

## Costi di organizzazione

- **Compenso produttori**
- **Compenso coordinatore**
- **Compenso ricerca sponsor 10%**
- **Rimborsi spese produttori e coordinatore**

# Preventivo

## Costi di comunicazione

- **Volantini illustrativi**
- **Locandine**
- **Manifesti**
- **Spot radiofonici**
- **Promocard**
- **Grafico pubblicitario**
- **Cartellonistica**
- **Ufficio stampa**

# Presentazione del progetto

# Piano commerciale

- **L'esclusiva merceologica**
- **Presenza del marchio su comunicati, "newsletter", volantini, manifesti**
- **Presenza del marchio su mailing e sito internet dell'evento**
- **Presenza all'evento di giornalisti e troupe televisive**
- **Piena e totale collaborazione dell'ufficio stampa, comunicazione e pubbliche relazioni**

# Presentazione

- **Contenuti del piano di comunicazione**
- **Più immagini che parole**
- **Presenza del logo/titolo su tutte le slide**
- **Pulita, semplice, leggera**
- **Elementi grafici**
- **Provarla**

# Descrizione eventi

- **Dettaglio di tempi e andamento e contenuto**
- **Biografia di eventuali partecipanti**
- **Legame diretto con gli obiettivi**
- **Motivazioni**
- **Confronto con altre esperienze analoghe**
- **Elenco di tutto quello che serve**

# Comunicazione

# Con la stampa

- **Comunicati stampa**
- **Interviste radiofoniche**
- **Interviste televisive**

# Comunicato stampa

- **L'ABC**
- **La struttura**
- **La forma**
- **Vendere l'idea**
- **I tempi**
- **I modi**

# Comunicato stampa

## L'ABC

- **Accuratezza**
- **Brevità**
- **Chiarezza**

# Comunicato stampa

## LA STRUTTURA

- **Titolo**
- **Sommarietto**
- **Notizia 5 w**
- **Riepilogo**
- **Recapiti**

# Comunicato stampa

## LA FORMA

*Quando scriverà un articolo, si ricordi che ogni frase ha un soggetto, un predicato, un complemento oggetto. Se una volta sentirà il desiderio di usare un aggettivo venga prima a chiedermi il permesso.*

- **Sintassi all'americana**
- **No gerundi**
- **Massimo 3 righe**
- **Blocchi di testo**
- **Corsivo e neretto**

# Comunicato stampa

## LA FORMA

***490.000 visitatori (+ 18.000 rispetto all'anno scorso) e 3.000 espositori, su una superficie espositiva netta di 107.000 metri quadrati: sono i primi i numeri di Smau, la 36<sup>a</sup> Esposizione internazionale dell'Information & Communications Technology, che si è chiusa ieri a Fiera Milano...***

***La 36<sup>a</sup> edizione di Smau, l'esposizione internazionale dell'Information & Communications Technology, si è chiusa oggi a Milano con un grande successo di pubblico. La manifestazione si è dunque confermata come un momento irrinunciabile per comprendere le tendenze tecnologiche, scientifiche e culturali del settore e un'occasione unica per entrare nel grande mercato del Mediterraneo...***

# Comunicato stampa

## VENDERE L'IDEA

- Numeri e statistiche
- Provocazioni
- Messaggi chiave
- Legame con l'attualità
- Elementi di novità

# Comunicato stampa

## I tempi

- **Quotidiani**
- **Settimanali e supplementi**
- **Mensili**
- **Radio**
- **Televisione**

# Comunicato stampa

## I modi

- **Senza attachment**
- **Biglietto da visita**
- **Telefonata prima**
- **Telefonata dopo**








# Con gli utenti

- **Volantini**
- **Pieghevoli**
- **Manifesti**
- **Striscioni**
- **Autobus**
- **Promocard**
- **Mail**

# *In field*

- **Pannelli illustrativi**
- **Schede da asportare**
- **Schede fisse**
- **Pieghevoli**
- **Registrazioni**
- **Richiesta informazioni**

<p><b>Dati</b></p> <p>Nome .....</p> <p>Cognome .....</p> <p>Indirizzo .....</p> <p>Cap ..... Città ..... Prov .....</p> <p>Tel. .... Cell. ....</p> <p>e-mail .....</p>	<p>Info raccolta da</p>	<p>Data</p>
	<p>Desidera essere informato sui prossimi eventi?            sì    no</p> <p>Desidera essere informato sulle pubblicazioni?            sì    no</p>	
<p><b>Note</b></p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>		

nodo quotidiano	come si fa	nodo matematico
nodo semplice		Nodo trifoglio 
nodo delle scarpe	sapete farlo da voi?	Nodo trifoglio 
nodo scorsoio		Nodo banale 
nodo Savoia		Nodo figura otto 

# Valutazione

# Raccolta dati

- **Tempi previsti e reali**
- **Costi previsti e reali**
- **Guadagni previsti e reali**
- **Affluenza prevista e reale**
- **Inconvenienti**
- **Riscontro stampa**

# Decisioni

- **Parametri del successo**
- **Livello di accuratezza**
- **Risorse**
- **Utente**

# Domande

- **Obbiettivi**
- **Aspettative**
- **Extra-benefit**
- **Cosa è andato bene**
- **Cosa è andato male**
- **Guadagni**
- **Cosa cambiare**
- **Come far meglio**

# Strumenti

- **Diario**
- **Questionario**
- **Rassegna stampa**
- **Indagine**
- **Riunione**