

COME PROGETTARE UN EVENTO AZIENDALE DI SUCCESSO

Obiettivi · Concept · Format · Esperienza · Risultati

Un evento di successo non si improvvisa.
Si progetta.

Prima del dove, viene il perché

Un evento aziendale non nasce dalla scelta di una location, da un catering o da un allestimento. Nasce da un obiettivo.

Progettare significa trasformare quell'obiettivo in un'esperienza coerente per le persone che parteciperanno, coordinando messaggi, format, contenuti, spazio, tecnologia e tempi.

La progettazione è il momento in cui un'esigenza aziendale diventa un progetto.



Indice

01 Definire l'obiettivo

02 Conoscere il pubblico

03 Costruire il concept

04 Scegliere il format

05 Progettare la guest journey

06 Contenuti e coinvolgimento

07 Ritmo e scaletta

08 Location, tecnologia e brand

09 Preparare il piano B

10 Misurare il risultato

Errori da evitare

Il Consiglio EVENTIME

Checklist finale

01. Definire l'obiettivo

La prima domanda non è “dove lo facciamo?”, ma “perché lo stiamo facendo?”. Un evento può informare, motivare, celebrare, formare, lanciare un prodotto, creare relazione o rafforzare il senso di appartenenza.

Un evento può avere più finalità, ma deve avere un obiettivo principale.



02. Conoscere il pubblico

Un evento per il management non si progetta come un family day. Una convention della rete vendita richiede dinamiche diverse da un incontro con clienti o stakeholder.

- Quante persone parteciperanno?
- Quali ruoli e profili aziendali saranno presenti?
- Da dove arriveranno?
- Quali aspettative hanno?
- Quanto conoscono già il tema e l'azienda?



03. Costruire il concept

Il concept non è uno slogan. È l'idea centrale che tiene insieme contenuti, comunicazione, scenografia, attività e tono dell'esperienza.

Il concept è il filo conduttore che permette a ogni elemento di raccontare la stessa storia.

UN CONCEPT EFFICACE DEVE ESSERE

- coerente con gli obiettivi
- riconoscibile e comprensibile
- adatto al pubblico
- traducibile in contenuti e spazio
- semplice da guidare le decisioni

04. Scegliere il format

Convention, meeting, workshop, roadshow, gala dinner, team building o family day sono strumenti differenti. Il format deve derivare dall'obiettivo e dal pubblico, non dall'abitudine.

Non chiederti quale evento vuoi organizzare. Chiediti quale format può raggiungere meglio l'obiettivo.



05. Progettare la guest journey

L'esperienza dell'ospite comincia prima dell'ingresso nella location e continua anche dopo la conclusione dell'evento.



Ogni momento dell'evento è un punto di contatto con l'ospite.

06. Contenuti e coinvolgimento

Speech, video, panel, attività, entertainment e networking devono essere combinati per mantenere attenzione e partecipazione. Il problema non è avere pochi contenuti: spesso è averne troppi.

Alternare informazione, partecipazione e relazione crea un'esperienza più efficace.



07. Costruire ritmo e scaletta

Una buona agenda non indica soltanto cosa succede. Definisce quando succede, quanto dura e cosa deve avvenire prima e dopo.

09:00 **Accoglienza**

10:00 **Apertura**

11:15 **Break**

11:45 **Contenuti**

13:00 **Lunch**

14:30 **Attività**

17:00 **Chiusura**

Il ritmo dell'evento è parte dell'esperienza.

08. Location, tecnologia e brand

Quando il progetto è definito possiamo scegliere gli strumenti per realizzarlo. La location deve supportare il format. La tecnologia deve supportare i contenuti. L'allestimento e la comunicazione devono rafforzare l'identità dell'evento.

Nessun elemento dovrebbe essere progettato separatamente dagli altri.



La tecnologia deve avere una funzione

Audio, video, luci, LED, streaming e regia non sono semplici dotazioni tecniche. Sono strumenti al servizio dei contenuti e dell'esperienza.

- Dimensionare la tecnologia sul format reale
- Verificare contenuti e formati prima dell'evento
- Prevedere backup per gli elementi critici
- Integrare regia, palco e scaletta



09. Preparare sempre un piano B

Un evento dal vivo contiene variabili che non possono essere controllate completamente: problemi tecnici, ritardi, meteo, variazioni di partecipazione o modifiche dell'ultimo momento.

Un buon progetto non elimina l'imprevisto. Ne riduce l'impatto.

PRIMA DELL'EVENTO VERIFICA

- soluzioni alternative
- backup tecnici
- margini nella scaletta
- responsabilità chiare
- procedure decisionali
- contatti rapidi con i fornitori

10. Misurare il risultato

La progettazione dovrebbe terminare esattamente dove è iniziata: dall'obiettivo. Prima dell'evento bisogna stabilire come valutarne i risultati.

- partecipazione e tasso di presenza
- engagement durante l'evento
- feedback e survey
- lead e opportunità commerciali
- qualità del networking

“È piaciuto” è un'indicazione. Un KPI è una misura.



Errori da evitare

- Partire dalla location e adattare tutto il resto.
- Voler comunicare troppe cose nello stesso evento.
- Progettare pensando solo all'azienda e non agli ospiti.
- Confondere spettacolarità ed efficacia.
- Riempire completamente la scaletta senza margini.
- Pensare al piano B solo quando nasce il problema.
- Misurare il successo soltanto dalle impressioni.

Molti problemi organizzativi nascono da decisioni sbagliate prese durante la progettazione.

IL CONSIGLIO EVENTIME

Prima di aggiungere qualcosa a un evento, chiediti sempre perché dovrebbe esserci.

Una nuova attività, un video, uno speech, un allestimento o una tecnologia possono sembrare interessanti presi singolarmente.

Ma un evento efficace non nasce dalla quantità degli elementi che contiene. Nasce dalla loro coerenza.

Se un elemento non contribuisce all'obiettivo, non migliora l'esperienza e non rafforza il messaggio, probabilmente non è necessario.

Progettare significa anche saper togliere.

Checklist di progettazione

- | | |
|---|--|
| ☐ Obiettivo principale definito | ☐ Scaletta e ritmo verificati |
| ☐ Pubblico identificato | ☐ Location coerente con il progetto |
| ☐ Messaggio chiave chiaro | ☐ Tecnologia dimensionata |
| ☐ Concept coerente | ☐ Budget allineato alle priorità |
| ☐ Format scelto in funzione dell'obiettivo | ☐ Piano B predisposto |
| ☐ Guest journey progettata | ☐ KPI definiti prima dell'evento |
| ☐ Contenuti definiti | ☐ Follow-up previsto |
| ☐ Attività di engagement previste | |

Dal progetto all'organizzazione

Quando obiettivo, pubblico, concept, format, guest journey, contenuti e KPI sono definiti, il progetto può entrare nella fase operativa.

IL SISTEMA DEL MANUALE EVENTIME®

VOLUME 1 Come organizzare un evento aziendale

VOLUME 2 Quanto costa un evento aziendale

VOLUME 3 Come scegliere la location

VOLUME 4 Come progettare un evento aziendale

Strategia e organizzazione funzionano meglio quando fanno parte dello stesso processo.

Un metodo, non una formula

Non esiste un format perfetto per ogni azienda. Esiste un processo di progettazione che aiuta a prendere decisioni più consapevoli.

Obiettivo → Persone → Concept → Format → Esperienza → Risultati



UN EVENTO DI SUCCESSO NON SI IMPROVVISA. **SI PROGETTA.**

Gruppo EVENTIME

Organizzazione e progettazione di eventi aziendali
a Torino, in Italia e all'estero.