b.connected: la strategia su misura che funziona in mercati maturi o emergenti

scritto da Claudia Meo | 3 Settembre 2024



b.connected continua a mettere alla prova, in un contesto di mercato "sensibile", la sua formula imprenditoriale che, con successo, contraddistingue il suo operato da oltre un decennio: una collaborazione stabile e trasparente con i clienti, che inizia ben prima degli eventi e si protrae ben oltre l'organizzazione delle manifestazioni internazionali. Questa soluzione su misura si basa su un'analisi approfondita dei mercati e sulla creazione di servizi professionali personalizzati, pensati per rispondere alle esigenze specifiche di ogni azienda.

Il cuore pulsante delle attività di b.connected rimane l'**evento promozionale "su misura".** Sebastiano Bazzano,

fondatore e managing partner dell'azienda, fa notare il crescente apprezzamento verso eventi mirati e focalizzati: produttori ed importatori sottolineano, infatti, l'opportunità offerta dall'evento di approfondire la reciproca conoscenza. L'intimità che si raggiunge in eventi "a misura d'azienda" permette di creare connessioni più vivide e concrete mettendo al centro le persone. Ne è un esempio il Canada dove quest'anno è stato possibile **curare in modo particolare la dimensione relazionale**, proponendo incontri informali, al di fuori del canonico incontro b2b, che incarnano perfettamente lo spirito di attenzione e cura che b.connected offre.

Il 2024 ha finora visto b.connected impegnata in diverse missioni internazionali, tra cui due trasferte negli Stati Uniti, una tappa in Canada e passaggi nei mercati asiatici di Giappone, Corea del Sud e Singapore. Nonostante le sfide poste dai mercati globali, si è respirata un'aria di maggiore ottimismo rispetto al sentiment che aveva segnato la fine del 2023.

I mercati visitati dalle aziende che hanno scelto di essere accompagnate da Sebastiano Bazzano e dal suo team hanno mostrato grande fiducia nei confronti del "modello tradizionale" b.connected e un'interessante apertura nei confronti di alcune iniziative innovative di quest'anno.

Tra queste, **"Facciamo Rete", un progetto mirato a sostenere micro e piccole imprese** contraddistinte dall'alta qualità dei loro prodotti e da una forte identità territoriale, ma che non dispongono delle risorse organizzative ed economiche per affrontare autonomamente eventi internazionali. Le tappe di Houston e Seoul sono state quest'anno l'occasione di testare questa nuova proposta di b.connected che ha segnato il tutto esaurito e portato a casa interessanti risultati per le aziende partecipanti. Il successo dei banchi condivisi, che ospitano fino a 3 cantine, ha permesso tra l'altro di dare visibilità anche a regioni italiane meno presenti sui mercati

esteri, ampliando così l’offerta e l’appeal di questi eventi.

La tappa di Houston è stata, inoltre, teatro dell’**apertura al comparto food** con aziende siciliane che hanno presentato le proprie eccellenze con etichette che vanno dall’olio d’oliva alle conserve e ai condimenti: il *taste of Sicily* ha riscosso molto successo e b.connected sta già lavorando per replicare l’esperienza anche in Brasile, grazie alla collaborazione con un partner locale.

Con un bilancio, quindi, molto positivo b.connected si appresta ad affrontare la seconda parte del 2024 con nuovi impegni in Nord America e Asia, toccando città come Los Angeles, Toronto, Singapore, Ho Chi Minh City, Taipei, Tokyo e Seoul, con una sfidante avventura anche in Nigeria.

A testimoniare l’efficacia dell’approccio *taylor made* proposto da b.connected, è Marina Savoia, di Cantina Coali, azienda familiare della Valpolicella, che sottolinea il grande lavoro di selezione svolto dal team di Sebastiano Bazzano in vista dell’evento: “I buyer che incontriamo sono operatori molto seri, selezionati con la massima professionalità e sanno già molto bene che tipo di azienda siamo, in quale area operiamo, che tipo di prodotto facciamo; di fatto, hanno già in mano un identikit aziendale e questo aiuta moltissimo per il buon esito dell’incontro. b.connected, di fatto, ha svolto per noi **un ruolo di vero e proprio apripista nei confronti del mercato**. C’è poi anche moltissimo **lavoro di follow up** sui contatti creati, sia per quei rapporti che lasciano intravedere una conclusione positiva sia anche per quelli che fisiologicamente sono destinati a chiudersi senza esito immediato. Questo contributo di feedback non è affatto scontato, mentre per noi si rivela essenziale per acquisire consapevolezza sulla bontà delle nostre scelte. Abbiamo già partecipato a tre eventi con Sebastiano e siamo certi che ci saranno altre occasioni interessanti”.

Guardando al **2025**, il team di Sebastiano Bazzano ha già in

programma di visitare mercati consolidati e di esplorarne di nuovi. Il calendario provvisorio prevede eventi nel corso dell’inverno negli **Stati Uniti**, in **Messico** e in **Brasile**; in primavera un ritorno in Canada a **Calgary** e una nuova tappa a Houston; l’estate sarà la volta del sud-est asiatico, con eventi a **Tokyo** e **Taipei**. L’autunno vedrà le aziende tornare nuovamente a settembre in Canada, in particolare a **Toronto**, e negli Stati Uniti a **Los Angeles/New York**, e a ottobre in Asia, con **Vietnam** e **Corea**.