Guida alla buona riuscita della fiera

scritto da Agnese Ceschi | 16 Febbraio 2020



Dopo aver presenziato come giornalisti o consulenti a numerose manifestazioni fieristiche e avere osservato i produttori a contatto con il pubblico e la stampa, abbiamo pensato di fare tesoro delle nostre osservazioni e riproporle come consigli e feedback (che non hanno la pretesa di essere esaustivi), una sorta di **guida alla buona riuscita di un evento o di una fiera** vista dal giornalista.
Siamo sicuramente d'accordo tutti che un giornalista è un interlocutore importante per l'azienda, che sarà veicolo, nella maggior parte dei casi, di un messaggio (articolo, recensione, passaparola…) che inciderà sulla reputazione del brand stesso.
Per questo la preparazione all'incontro, l'accoglienza e il follow-up vanno studiati e preparati con molta accuratezza e vanno affidati a persone che siano adatte a questo ruolo, prima di tutto relazionale.

Partiamo da **un esempio concreto**: ci è capitato durante una

manifestazione di incontrare due categorie di interlocutori presso lo stand. Nel caso di realtà più piccole ad accoglierci c'era il produttore stesso o un membro della famiglia, mentre nel caso di realtà più strutturate un membro dello staff, addetto alla comunicazione o all'ospitalità.
È chiaro che è sempre più piacevole incontrare il produttore, colui che vive e sente l'azienda come propria e che può sicuramente raccontare aneddoti o storie "dall'interno", ma non sempre è la soluzione più adatta.
E con questo esempio veniamo alla regola numero 1: **chi si occupa dell'accoglienza dei giornalisti in fiera?**

La persona o le persone che si occupano dell'accoglienza dovranno essere pronte a gestire durante tutto l'evento le relazioni stampa ed essere pronti per
gestirle nel modo più efficace e produttivo possibile, dunque essere **preparate su cosa dire e come dirlo, senza improvvisare**.
Cosa significa ciò? Troppo spesso ci siamo ritrovati in degustazioni infinite o racconti di biografie familiari che ci hanno trattenuto in uno stand anche più di un'ora, che sicuramente ci hanno dato una panoramica dell'azienda, ma ci hanno terribilmente annoiato e fatto saltare il planning degli appuntamenti. Il tempo è prezioso, soprattutto in fiera, per voi e per il vostro interlocutore. Prepararsi dunque in modo chiaro e conciso sugli obiettivi e le informazioni da dare è la strada che con molta probabilità porterà i risultati migliori.
Le persone che si occupano dell'accoglienza dei giornalisti dovrebbero dunque:
– Studiare bene il materiale;
– prepararsi, se necessario, una scaletta delle cose da esporre;
– mettere in evidenza solo le novità e gli aspetti precedentemente scelti o quelli richiesti dall'interlocutore: **vi siete mai chiesti cosa sta cercando il vostro interlocutore**? A quali aspetti è interessato? Quanto tempo ha a disposizione? Forse chiederlo prima di iniziare a parlare potrebbe darci molte informazioni su come gestire l'appuntamento.

Approfondiamo, infine, altri due importanti aspetti relazionali: **la stanchezza e il pregiudizio**.
Iniziamo dal primo: la persona ideale per ricoprire il ruolo di accoglienza allo stand è una persona cordiale, abituata al front office; che gestisca gli appuntamenti sempre col sorriso, utilizzando un approccio unitario, fresco e vigile nei confronti di tutte le persone che passeranno dallo stand, dal primo giornalista all'ultimo.
Sappiamo che non è facile gestire un appuntamento a fine fiera, ma è sgarbato mostrare segni di stanchezza o scocciatura nei confronti dell'interlocutore, che magari condivide le nostre stesse sensazioni.
Infine attenzione alle discriminazioni: a volte le apparenze ingannano, alcune persone potrebbero occupare ruoli strategici o tornare molto utili alla nostra realtà. **Non fermiamoci alle apparenze**! Capiamo chi abbiamo davanti, sempre e comunque!

Abbiamo solo accennato alcuni consigli per affrontare al meglio una fiera. Torneremo nelle prossime settimane con informazioni sulla preparazione del materiale e sulla gestione concreta dell'appuntamento.