

Progettazione stand e fiere aziendali, tutto quello che c'è da sapere

Pubblicato: Domenica 31 Dicembre 2017



Non c'è niente di meglio che presentare i prodotti migliori e la propria mission aziendale presenziando a fiere internazionali. In Europa, Usa o Asia, le fiere sono un centro di incontro e di scambio che fortifica i rapporti con clienti permettendo di conoscere la concorrenza, di creare un lead di vendite e contatti e di tenersi al passo con le novità del settore.

3 punti importanti per creare uno stand fieristico di successo

1. Brainstorming sulle attività, le presentazioni e la logistica dello stand nel punto di interesse, è mirata a massimizzare il know-how del team addetto e dei protagonisti dell'azienda in prima linea;
2. Rispetto delle tempistiche correlato alla prenotazione in anticipo dello stand, organizzazione dello stesso. In questi eventi l'improvvisazione non è una strategia vincente!
3. Attenzione alla clientela e ai concorrenti, da un lato bisogna attrarre gente a visitare il proprio stand; dall'altro bisogna prendere spunto e capire il perché chi è seguito di più (i concorrenti) ha maggior successo.

Fiere e congressi all'estero: il caso di Barcellona

Tra le città più belle al mondo, centro di movida e divertimento, Barcellona rappresenta anche un luogo

di business e di commercio non indifferente.

La Fira de Barcelona, ad esempio, è un'istituzione conosciuta in tutto il mondo, la quale, 365 giorni l'anno, ospita e organizza più di 30.000 incontri tra congressi, fiere commerciali ed esposizioni artistiche ed eventi di ogni genere.

In un luogo grande circa 400.000 metri quadri, uno stand per farsi notare, deve avere quella marcia in più che sorprenda, attragga e offra un'esperienza. La [progettazione stand a Barcellona](#), in questo senso, deve essere targettizzata e studiata nei dettagli per ottenere il successo voluto e deve tener presente l'obiettivo preciso dell'azienda lì presente.

L'estetica dello stand e la sua realizzazione

La maggiore attrattiva di uno stand in uno luogo fieristico importante e grande, come quello di Barcellona, si basa in prevalenza sullo studio e la progettazione di un concept estetico che coniughi l'immagine del brand e l'innovazione. La struttura di uno stand viene concepita e realizzata dopo un lungo lavoro di ricerca da parte dell'azienda e, eventualmente, della società di consulenza specializzata. Il momento della messa in opera dello stand è il frutto di una scelta personalizzata e strategica, che tende a rendere unico lo stand aziendale in un contesto fieristico.

Come viene realizzato uno stand? Dopo la ricerca dell'obiettivo aziendale, lo stand viene realizzato tenendo presente: l'idea che l'azienda ha di sé e la percezione che vuole che clienti, concorrenti e interessati, possano avere della sua realtà interna. La scelta dei materiali e la loro presentazione sono imprescindibili per fare una buona impressione. Quando lo stand è ben organizzato e strutturato, nonostante il duro lavoro e lo stress della preparazione, i giorni in fiera possono portare a casa risultati sorprendenti sia a lungo che a breve periodo.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it