

**“CHI HA SPOSTATO IL MIO
FORMAGGIO?”
STRATEGIE PER FARE BUSINESS
NELLA “NUOVA” ITALIA DEI
CONVEGNI**

RODOLFO MUSCO,
CMM, CMP emeritus

Prof. TONINO
PENCARELLI, Direttore DiSAG
-Univ.Urbino

ITALIA
CHAPTER
 MPI

I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF

Il Prof. Pencarelli ha scritto

Caro Rodolfo, ti prego di ringraziare tutti per la presenza.

Mi scuso per non essere a Venezia, ma purtroppo devo curare problemi familiari.

Auguri di buon lavoro e spero che il mio contributo sia utile.

Tonino Pencarelli



PS: approfitto per passarti due aforismi che conosci certamente e che possono essere una buona guida per ogni operatore professionale del turismo:

<< Il mondo è un libro, e chi non viaggia legge solo una pagina >> (Sant'Agostino)

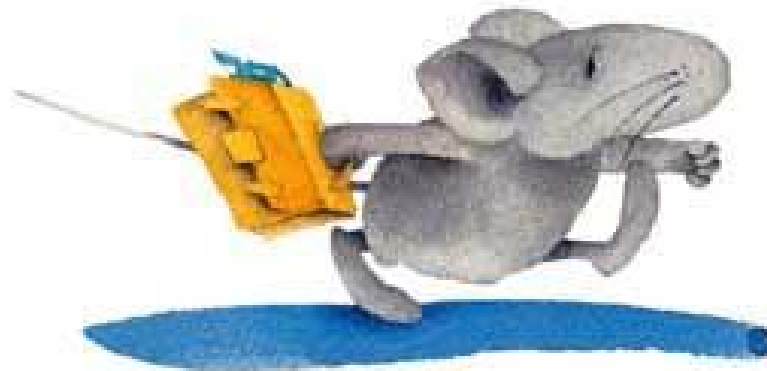
<< Il vero viaggio di scoperta non consiste nel cercare nuove terre, ma nell'avere nuovi occhi >> (Marcel Proust)





SPENCER JOHNSON
prefazione di **Kenneth Blanchard**
coautori di **L'One Minute Manager***

Chi ha spostato il mio formaggio?



CAMBIARE SE STESSI IN UN MONDO CHE CAMBIA
In azienda, a casa, nella vita di tutti i giorni

Sperling & Kupfer Editori



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Personaggi ed interpreti



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

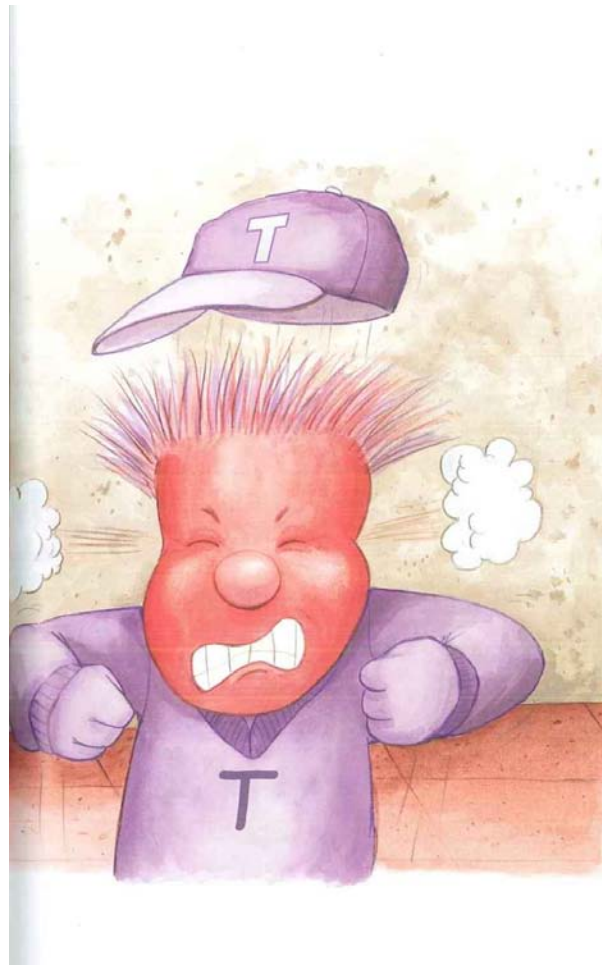
Quando tutto va bene...



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.



In periodi di crisi...



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.



Siamo in un labirinto



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.



I “nuovi” bisogni

- ***Consolidazione, merging, globalizzazione***
- ***Cambi nelle direzioni strategiche***
- ***Cambi della proprietà e del management***
- ***Priorità a breve termine***
- ***Economia “spaventata”***



I “nuovi” bisogni

- ***Sviluppo delle tecnologie***
- ***Comunicazione istantanea***
- ***Mobilità***

- ***Nuovi prodotti***
- ***Nuovi mercati***
- ***Scenari allargati***

- ***Fusioni***
- ***Ristrutturazioni***
- ***Espansione***
- ***Re-branding***



I "nuovi" bisogni

- **Consapevolezza**
- **Fiducia**
- **Network**
- **Creare valore**

- **Incontrarsi**
- **Motivare**
- **Aver piacere**

- **Localizzazione**
- **Forma**
- **Frequenza**
- **Divertimento**



Parli non

**Anche nel settore
farmaceutico vi sono
sensibili cambiamenti**

**Questo
riguarda l'85%
dei convegni**



Una riflessione clou



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.



Sappiamo veramente quali sono le tipologie di meeting, i loro processi decisionali e le loro necessità?

Simposia

Advisory board

Speakers forum

CONVENTION

Kick off

Congresso



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

In che “territorio” opero?

Valori

Concorrenza

ACCESSIBILITA'

Identificazione

“Sistema”



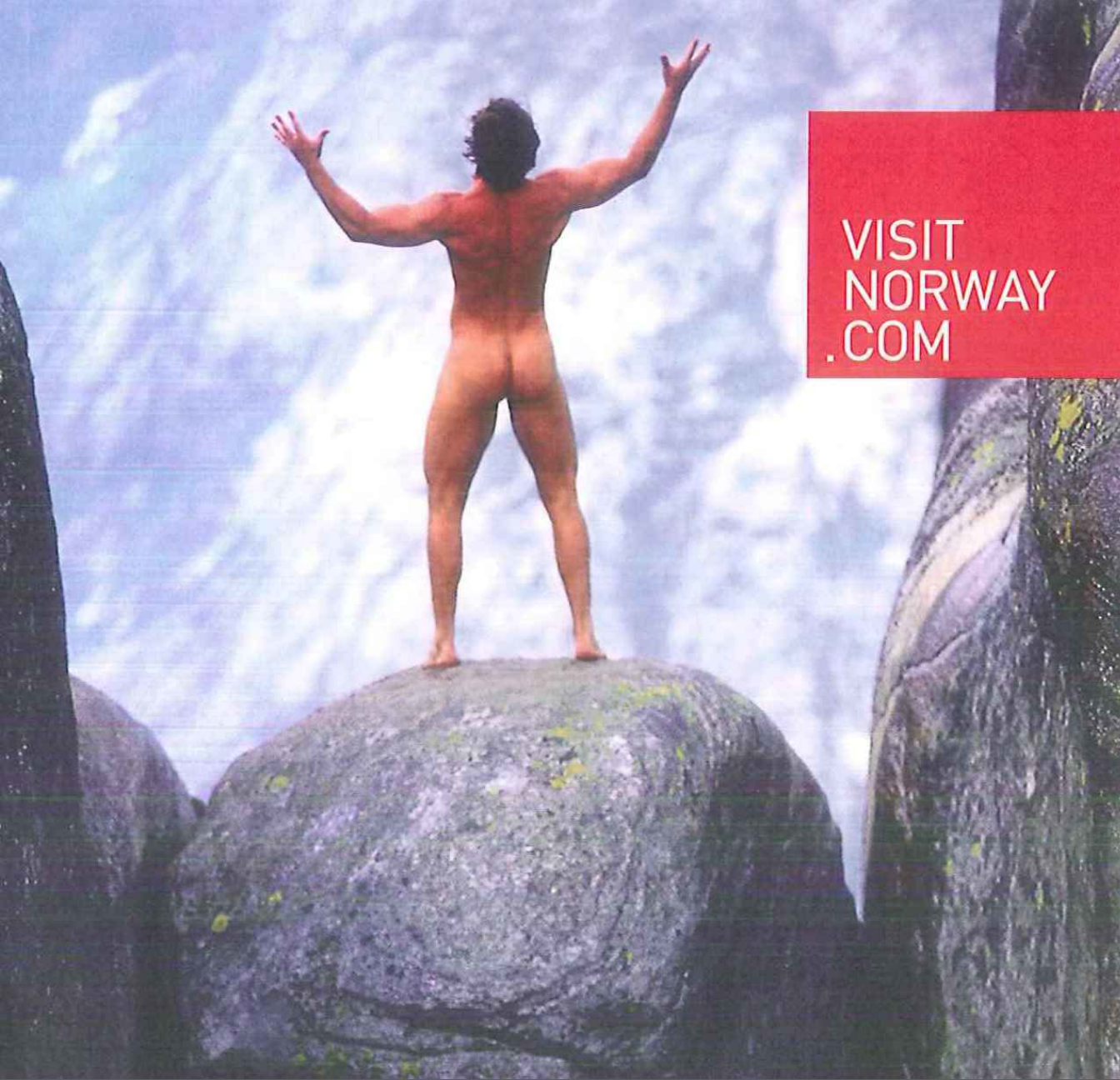
I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Quali clienti potenziali hanno bisogno dei “valori” del mio territorio?

Quali altri territori hanno valori analoghi?

Quali sono le nostre USP?





**Un
esempio**



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Se noterai per tempo
i piccoli cambiamenti,



ti sarà più facile adattarti
a quelli grandi,
quando arriveranno



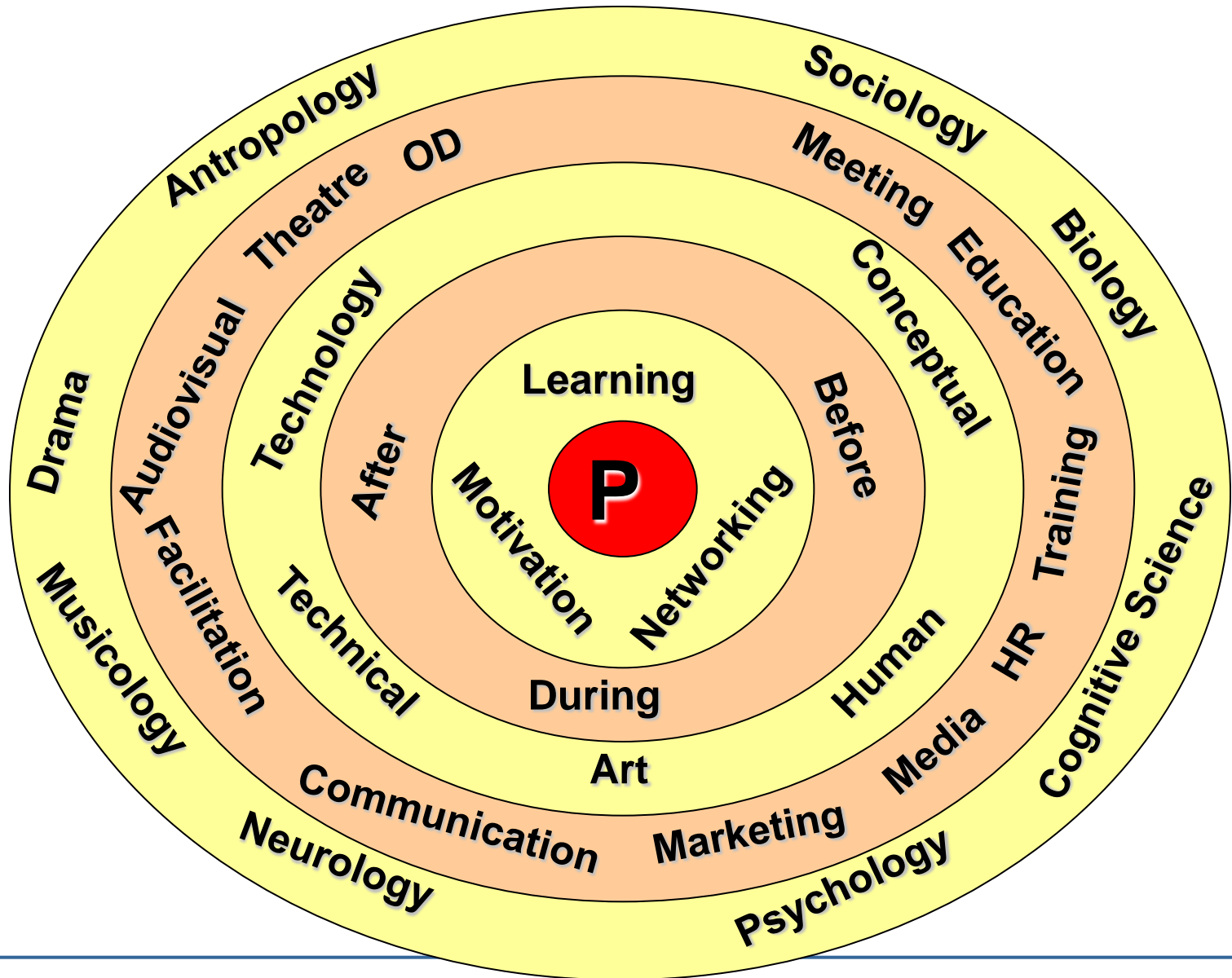
I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.



Un quesito importante:

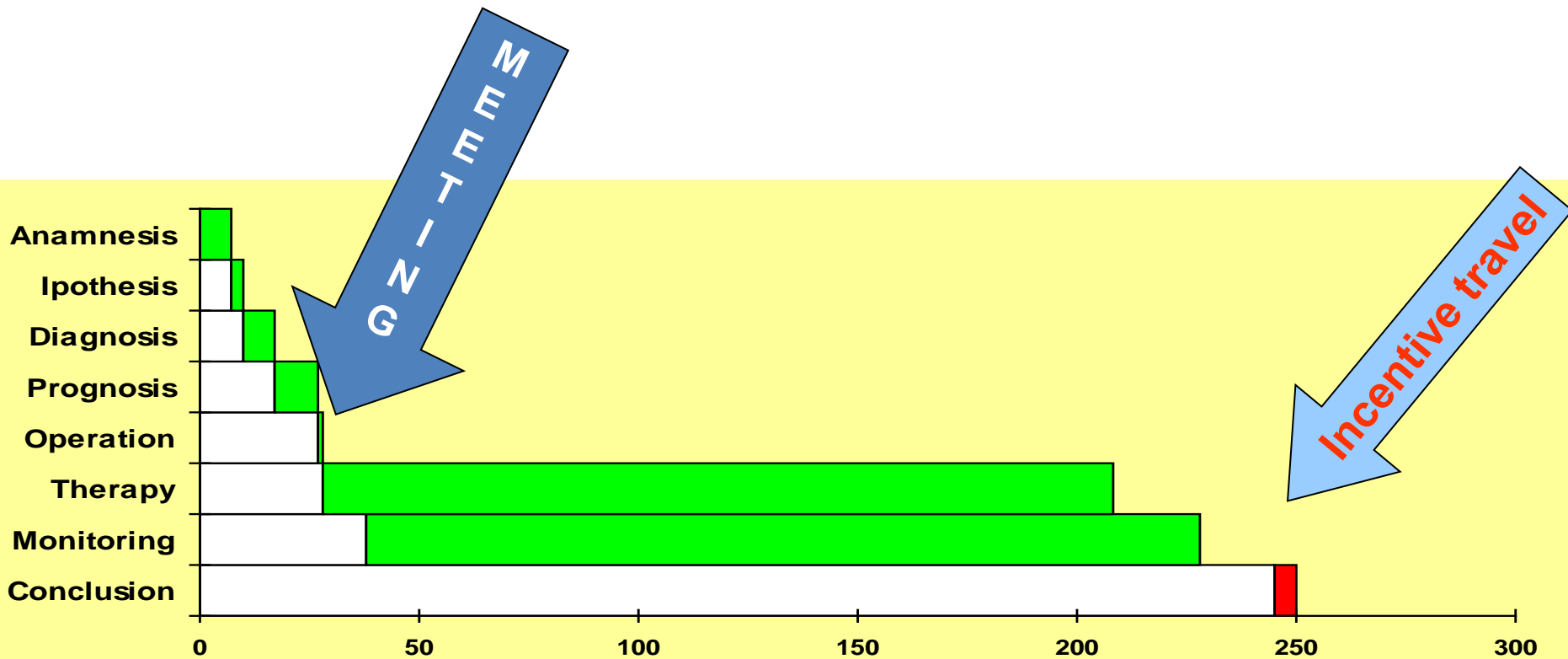
**Vogliamo interessarci soltanto di
“logistica” oppure vogliamo essere
“meeting architect” ?**





I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Strumento vs. processo



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Qual è il nostro formaggio?



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.



***Decidiamo che cosa
vogliamo essere***



Preoccupiamoci del nostro “brand”



I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Gli elementi costitutivi del brand

- ***il nome (o brand name)***
(riconoscibilità; memorabilità; distinguibilità; gradevolezza; emotività; creatività; difendibilità legale).
- ***il simbolo-logo (o brand mark)*** *(il complesso di elementi tipografici, figurativi e plastici, costituisce la principale componente della marca iconica).*
- ***il pay-off*** *(Il pay-off o motto o slogan è la frase conclusiva di un annuncio o di un comunicato pubblicitario ed è posta solitamente dopo il marchio).*



Le principali funzioni

Cliente ***finale***

- ***Identificazione***
- ***Garanzia***
- ***Relazione***

Noi

- ***Protezione***
- ***Rafforzamento***
- ***Capitalizzazione***





I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

Soprattutto...

- ***Quelli che si innamorano della pratica senza la scienza, sono come il nocchiero che monta sulla nave senza timone e senza bussola e non ha mai la certezza di dove va.***

Leonardo da Vinci



Thank you for your contribution



musco@motivationandevents.com

I MEETING SONO UTILI PER TUTTI. A GREAT CONFERENCE ALWAYS PAYS OFF.

