

# COME SUPPORTARE LE VENDITE CON IL DIGITALE IN UN PROCESSO DI ACQUISTO B2B MUTATO CASO PRATICO: PROMOZIONE DI UNA FIERA B2B

INTERVENTO DI PIETRO MARILLI



## QUALI SONO GLI **STRUMENTI DA INTEGRARE** IN UNA STRATEGIA DIGITALE

**PER ATTIRARE CONTATTI QUALIFICATI PRESSO LO STAND  
E SFRUTTARE AL MASSIMO LA PRESENZA IN FIERA?**

## OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE GRAZIE AL DIGITAL

per raddoppiare l'impatto pubblicitario della propria presenza in fiera:



1

**ATTIRARE**

più visitatori in target

allo **stand** della fiera

## OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE GRAZIE AL DIGITAL

per raddoppiare l'impatto pubblicitario della propria presenza in fiera:



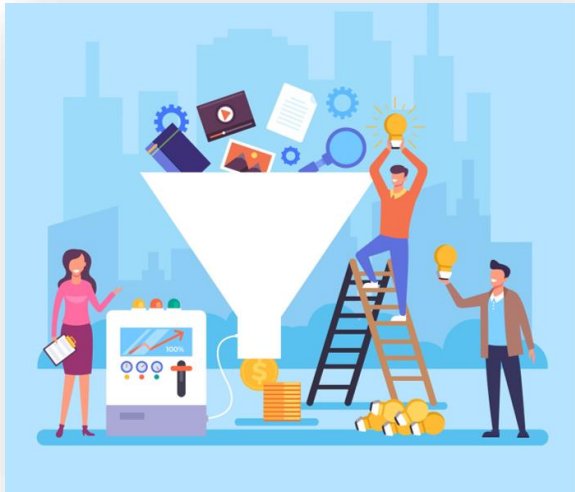
2

**FISSARE**

**incontri one to one**  
con potenziali clienti

## OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE GRAZIE AL DIGITAL

per raddoppiare l'impatto pubblicitario della propria presenza in fiera:



3

### RACCOGLIERE

**nominativi** per attività di  
marketing post fiera

## OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE GRAZIE AL DIGITAL

per raddoppiare l'impatto pubblicitario della propria presenza in fiera:



4

### SFRUTTARE

il digital per **migliorare awareness** del proprio brand  
tra i potenziali buyers

## QUANDO PARTIRE?



Il momento giusto per cominciare a promuovere  
una fiera è **MESI PRIMA**

**Anzi, partire il prima possibile!**

*Pensa all'industria cinematografica, che comincia  
a promuovere i film anche 1 anno prima*

## COME RAGGIUNGERLI?

### Timetable esempio attività consigliate (fiera xxx di settembre 2021)

**MARZO 2021**



**LANDING PAGE**

creazione di una pagina dedicata all'evento con tutte le informazioni chiave e un form per la raccolta contatti

**SEGNALAZIONE**

della propria presenza in fiera per esempio con news in evidenza sul sito o **post su LinkedIn**, ma con link alla landing page

# COME RAGGIUNGERLI?

## Timetable esempio attività consigliate (fiera xxx di settembre 2021)

### CAMPAGNE



**APRILE 2021**



#### parte tecnica

Creazione e implementazione codici di monitoraggio Google delle conversioni

#### parte operativa

- definizione del **target**
- **copywriting** degli annunci
- definizione **parole chiave da associare agli annunci**




## ANALISI TARGET (PRIMA DELLA FIERA)



Prima di partire con la promozione, è fondamentale individuare il target ideale per capire

### A CHI RIVOLGERCI

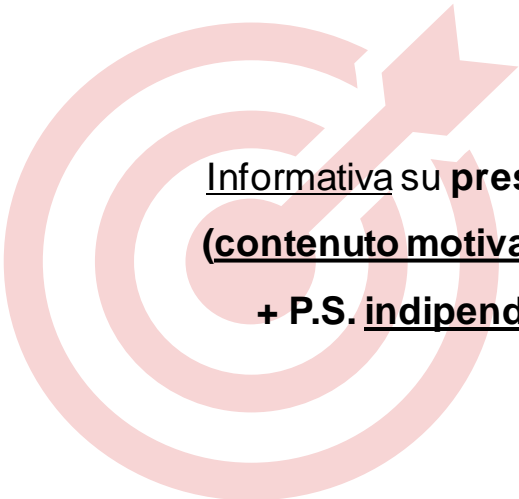
nel comunicare la nostra presenza alla fiera:

-  1. **CLIENTI** già acquisiti
-  2. **Potenziali clienti GIA' CONOSCIUTI**
-  3. **Potenziali clienti CHE NON CI CONOSCONO**

# COME RAGGIUNGERE IL TARGET E CON QUALE CONTENUTO?

## 1. CLIENTI già acquisiti

MAILING MIRATO, esempi di contenuto:



Informativa su presenza in fiera per presentare una novità con un workshop  
(contenuto motivazionale: NON dire SOLO saremo presenti allo stand 123)  
+ P.S. indipendentemente dalla fiera, incontrarsi per presentare novità

# COME RAGGIUNGERE IL TARGET E CON QUALE CONTENUTO?

## 2. Potenziali clienti già CONOSCIUTI

ANCHE SE NON abbiamo CONTATTO MAIL:

Campagna **Remarketing** che insegue i visitatori del sito

Es. Annuncio con **articolo** sulla **novità o problema** che risolve + rimando a **landing page**



## COME RAGGIUNGERE IL TARGET E CON QUALE CONTENUTO?

### 3. Potenziali clienti che NON CI CONOSCONO

#### CAMPAGNE PPC:

**Campagna Google** su rete di ricerca  
targettizzata sulle **parole chiave legate alla fiera**



## ESEMPI DI KEYWORDS

### A TEMAFIERA

KEYWORDS	VOL
Cosmoprof	9.900
Cosmoprof Bologna	1.600
Cosmoprof date	1.300
Cosmoprof biglietti	170
Espositori cosmoprof	90
Fiera di cosmetici Bologna	70

### ESIGENZE DEL TARGET

KEYWORDS	VOL
Packaging cosmetico	170
Fornitori packaging cosmetici	110
Aziende packaging cosmetici	90
Contenitori per creme cosmetici	50
Produzione contenitori per cosmetici	30
Packaging ecologico per cosmetici	10

## CAMPAGNE SUI SOCIAL



**Come si scrive un post in grado di attirare contatti in fiera?**





## NON IN QUESTO MODO!

- Vantaggio** di visitare lo stand poco chiaro
- Generico **CONTACT US**, non viene indicata una landing page



## — QUESTO POST VA MEGLIO...

- 
**CALL TO ACTION** per prenotare una **presentazione PRIVATA**
- 
 Anche qui **non c'è nulla che spieghi come fare; niente link**, niente landing page, etc...

Dal 14 al 17 Marzo vieni a trovarci a Cosmoprof 2021 - Stand XYZ!

Ti aspettiamo con tutte le novità di packaging 2021 🌸  
E una consulenza personalizzata dove risponderemo a tutte le tue domande per la realizzazione del tuo packaging su misura!

Prenota la tua consulenza: posti limitati!

<https://www.italy.com/it/vieni-a-trovarci/cosmoprof>  
#cosmoprof #cosmopack #cosmetica

Posso fare un flacone a forma di fiore per il mio profumo? 🌸  
Esiste un materiale ecologico per un packaging ultra-resistente?

Queste sono solo alcune delle domande che potrai fare direttamente ai nostri tecnici al #Cosmoprof: prenota la tua consulenza gratuita e vieni a trovarci allo stand!  
<https://www.italy.com/it/vieni-a-trovarci/cosmoprof>  
PS: posti limitati!

#cosmoprof #cosmopack #cosmetica



COSMOPROF  
WORLDWIDE BOLOGNA

COSMOPROF 14 - 17 MARZO  
BOLOGNA QUARTIERE FIERISTICO  
COSMOPACK COSMO TRENTO  
VIENI A TROVARCI  
STAND XXZ



POST OK!

- VANTAGGIO CHIARO: consulenza ad hoc
- Prenota! Posti limitati (*pressure*)
- Link alla landing page
- Foto / testi del **secondo post focalizzati su soluzioni su misura più che sulla fiera**

*I migliori packaging per le aziende dei settori skincare, profumeria e cosmetica*

COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA

consulenza one to one 18-22 marzo 2021 Cosmoprof Bologna stand xyz

Anche quest'anno saremo presenti a COSMOPROF, fiera di riferimento per la filiera produttiva della cosmetica. **Vieni a trovarci al nostro stand!**

Ti presenteremo le ultime novità in tema di:

- packaging di design
- packaging ecofriendly
- ...

Non solo! Approfitta di una **consulenza personalizzata** con i nostri tecnici direttamente allo stand, dove potrai:

- farci tutte le domande che desideri sul tuo packaging su misura
- approfondire tutte le caratteristiche tecniche delle nostre soluzioni
- etc...

**PS: posti limitati! Prenota la tua consulenza gratuita ora!**

Vieni a trovarci allo stand X

Prenota il tuo posto per una **CONSULENZA PERSONALIZZATA**

Company

Phone

**PRENOTA ORA**

LAVORIAMO CON:

Dior CHANEL MAC BOBBI BROWN

## Esempio di pagina di destinazione

ottimizzata per le campagne

PPC & Retargeting

**HOOK:**

**Prenota la tua  
consulenza personalizzata**

**INCURIOSIRE CON NOVITA'**

**VANTAGGI CONSULENZA**

**MESSAGGIO DI SCARSITA'**

**REFERENZE PER TRUST**

# How do you make a news operation more efficient and productive?

DIGITAL MEDIA Europe 2020

10-11 November 2020, Vienna, Austria

## Let's talk about it one-to-one

Fill in the form to arrange a meeting and find out how users are cutting time-to-market while building revenue.

First name

Second name

Company

Phone

Email

We won't share your details with anyone

Non sono un robot 

Submit

Not registered yet? You can register and buy your ticket [here](#).

CALL TO ACTION ACCATTIVANTE

VANTAGGI DELLA SOLUZIONE

ELEMENTI PER AUMENTARE TRUST

ELEMENTO MOTIVAZIONALE  
"ti spieghiamo come risparmiare tempo..."



Let the dialogue continue!

DME 2020 has been moved to November - but in the meantime we would love to hear from you!

Find out why leading news operations in Europe and throughout the world have built their success on our integrated newsroom technology.

### KEY TAKEAWAYS

- Seamless print and digital integration
- Reducing time-to-market for online news
- Frictionless content-sharing between titles

Fill in the form to get in touch - we look forward to hearing from you!

 Gartner peerinsights.. read our reviews: [Méthode - Cobalt](#)

Some of our customers:

 L'ESPRESSO

 FT FINANCIAL TIMES

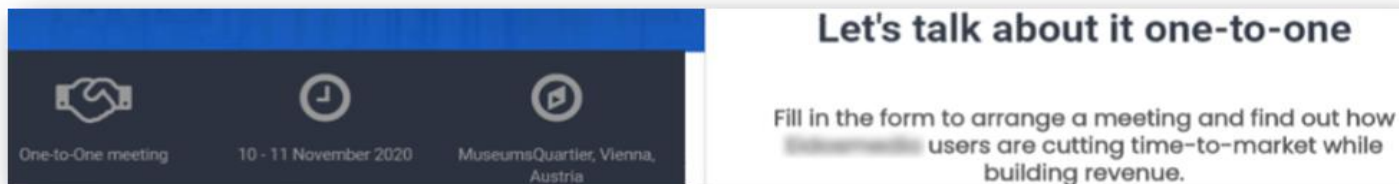
 Frankfurter Allgemeine

 FUNKE MEDIEN GRUPPE

 The Washington Post

## HOOKS PER LA PAGINA DI DESTINAZIONE

- ❑ Prenota un **meeting one to one** / il tuo posto per **il workshop**
- ❑ **Non puoi venire?** Fissiamo un **incontro** al di là della fiera



The banner features a dark blue header with the text "Let's talk about it one-to-one". Below the header is a dark grey bar containing three icons: a handshake, a calendar, and a location pin. Underneath these icons are the labels "One-to-One meeting", "10 - 11 November 2020", and "MuseumsQuartier, Vienna, Austria". To the right of this bar is a white box with the text "Fill in the form to arrange a meeting and find out how [redacted] users are cutting time-to-market while building revenue."