



BRUNO CHITARRINI

Bruno si occupa di Grafica, Progettazione Multimediale e Visual Design. Tre ambiti intrecciati indispensabili per migliorare la comunicazione aziendale. È un vero maestro nell'uso della tecnologia per potenziare le vendite e grazie alla sua visione strategica trasforma ogni spettacolo in un evento memorabile.

Dal 2017 si occupa anche di VR Experience con cui crea esperienze digitali di realtà aumentata e realtà virtuale per i suoi selezionati clienti. Tra i marchi che hanno scelto di affidarsi a lui spiccano nomi di prestigio come Ford, Volvo, Porsche, Challenge Network e The Academy Automotive Training.

REGIA | DI BRUNO CHITARRINI

COME GENERARE FIDUCIA (E VENDITE) CON UNA BUONA ORGANIZZAZIONE

Ogni vendita presuppone un atto di fiducia, sempre e in ogni caso. Questo è un aspetto che non devi mai perdere di vista, perché l'obiettivo del tuo evento è proprio conquistare la fiducia dei partecipanti.

Saper parlare bene sul palco è ovviamente fondamentale.

Se impari a usare le parole giuste, a muoverti in modo corretto e a dosare bene le pause sicuramente sarai apprezzato da chi ti ascolta.

Ma i complimenti non bastano, tu vuoi qualcosa di più dai tuoi spettatori. Vuoi che comprino e quindi che si fidino di te.

In questo articolo voglio quindi condividere con te alcuni consigli dettati dalla mia esperienza

sul campo, che ti permetteranno di creare un clima rassicurante, accogliente e capace di generare fiducia.

Prima di tutto devi pensare che la regia di un evento rispecchia, agli occhi del cliente, esattamente la struttura e l'organizzazione della tua azienda.

Vale a dire che più l'evento sarà pensato e ottimizzato nei suoi minimi dettagli più verrà percepita un grande gruppo che si mette in moto con competenza per offrire soluzioni efficaci.

Si dice spesso che è il contenuto quello che conta, ma nel caso degli eventi l'involucro deve essere impeccabile.

Quindi il tuo primo obiettivo è apparire organizzato (e possibilmente esserlo davvero).

L'organizzazione dell'evento è





fondamentale per aumentare fatturato e crescita.

Ragiona proprio come se il tuo evento fosse una parte della tua azienda: un insieme di processi e sistemi intrecciati tra loro, costituiti da una parte sociale (risorse umane) e una parte tecnica (risorse a supporto).

Persone, tecnologie, mezzi, strumenti e know how sono gli elementi fondamentali per organizzare l'evento grazie al supporto delle giuste figure professionali, ciascuna con le proprie competenze.

Mi piace paragonare la costruzione di un potente evento aziendale alla preparazione di uno spettacolo in un villaggio turistico.

Questo esempio deriva dalla mia esperienza diretta, perché ho avuto modo di crescere ed af-

finare le mie competenze in un contesto apparentemente giocoso e festoso, ma che in realtà nasconde un'accurata e difficile organizzazione.

Un ambiente di lavoro che per sua natura è tremendamente veloce e diversificato.

In un villaggio turistico si ha sempre poco tempo per fare tutto.

Sia perché le attività da programmare sono tante, sia perché le persone dello staff non sono mai in numero sufficiente a soddisfare le necessità nei tempi utili, quindi bisogna organizzarsi bene.

Se consideri che, oltre alla progettazione, c'è la pratica che occupa il personale quotidianamente su tanti fronti, capirai che velocità, organizzazione e precisione sono indispensabili.

Del resto anche nella tua azienda è così, se tu e i tuoi collaboratori dovete prepararvi per il vostro evento dovete ricavare il tempo all'interno dei vostri impegni lavorativi ordinari.

In un villaggio turistico, inoltre, le aspettative sono alte.

Gli ospiti del villaggio sono tanti e sono esigenti, perché hanno affidato a chi gestisce il villaggio loro pochi giorni di ferie.

Hanno in pratica fatto un atto di fiducia e si aspettano di essere ricompensati con tanto divertimento e ricordi piacevoli.

Quando organizzi il tuo evento dovresti concentrarti proprio su questo: i tuoi ospiti hanno dedicato un sabato o una domenica a partecipare al tuo show, quindi se vuoi vendergli qualcosa devi muoverti bene.

SI DICE SPESSO CHE È IL CONTENUTO QUELLO CHE CONTA, MA NEL CASO DEGLI EVENTI L'INVOLUCRO DEVE ESSERE IMPECCABILE.

Loro ti hanno regalato un week end, sacrificando magari altri impegni con la famiglia, perciò per prima cosa non devi farli pentire di questa scelta e in secondo luogo devi saper presentare bene l'opportunità che stai per offrire loro.

Un'accurata organizzazione aumenterà il valore del tuo prodotto o servizio, ma non è semplice da raggiungere.

Occorre un incrocio ordinato di competenze per ottimizzare ogni aspetto della giornata.

Devi far sì che la pulizia della sala sia perfetta e sempre sotto controllo, assicurarti che le sedie siano comode, accogliere

tutti gli ospiti e accompagnarli al loro posto in modo che non debbano attendere o aggirarsi soli e sperduti alla ricerca di indicazioni.

Devi farli sentire a casa e dimostrare un genuino interesse verso di loro e le loro necessità.

Apprezzeranno una buona seduta, qualcuno che indichi loro dove possono approvvigionarsi con acqua e caffè o magari un welcome kit con acqua, snack e cancelleria necessaria.

Sono tantissimi minuscoli aspetti che un imprenditore deve conoscere per saper gestire e delegare assicurandosi che siano attuati.

Ci tengo a sottolineare il concetto che il tuo team deve preoccuparsi di tutti gli aspetti fondamentali riguardanti la preparazione di una presentazione, senza necessariamente entrare nel merito delle decisioni prese.

Quello che conta è che tutti si sentano parte di una squadra che lavora per un interesse comune.

Uno staff di animazione (tornando all'esempio) è costituito da tante persone con ruoli diversi, divise spesso per gerarchia e competenza.

C'è una figura dello staff denominata "animatore di contatto", che è dedicata all'accoglienza e al dialogo con gli ospiti.





Ma in realtà tutti gli animatori dello staff devono saper accogliere gli ospiti durante la giornata.

A nessuno di loro verrebbe in mente di non sorridere perché c'è chi è pagato per fare solo quello.

La preparazione di una scenografia per lo spettacolo serale funziona allo stesso modo.

Di solito negli staff più numerosi c'è la figura dello sceno-

grafo che grazie al suo talento saprà pensare e preparare tutto il necessario per sorprendere gli spettatori ogni sera.

Ma in realtà è un'operazione che riguarda tutto il team di animazione.

Lui coordinerà al meglio, progetterà tutto il lavoro da svolgere ma sarà sempre aiutato da tutto il gruppo.

Questo perché la squadra ha un interesse comune e deve essere

tutto pronto per gli ospiti che parteciperanno allo spettacolo.

Ti ho fatto questo esempio perché tu, come tutti gli imprenditori che hanno un gruppo di lavoro con delle competenze specifiche, sei molto simile al "capo villaggio" di un complesso turistico.

Devi essere bravo a trasmettere il concetto di organizzazione, valorizzare il lavoro da fare rendendolo piacevole e cercare di evitare la trappola del "non è di mia competenza".



Il giorno della tua presentazione aziendale è un momento di massima condivisione per il gruppo di lavoro che ti trovi a dirigere.

Ogni piccola attenzione verso i tuoi ospiti renderà sempre più vicina la conquista della loro fiducia.

Negli articoli precedenti abbiamo parlato dell'importanza dell'atmosfera da creare in sala per accogliere i tuoi invitati, facendoli sentire contempora-

neamente a casa e in un luogo nuovo, appena scoperto e allo stesso tempo sempre cercato.

Voglio però aggiungere un ulteriore consiglio. Per migliorare l'esperienza e il suo impatto emotivo sui tuoi ospiti, oltre alle sensazioni legate alla musica e agli effetti ottici di cui abbiamo già parlato, puoi arricchire il contesto con effetti olfattivi.

Per esempio potresti cominciare con l'omaggiare gli utenti di un badge identificativo profumato.

L'olfatto è uno dei cinque sensi che incide di più sull'inconscio e può rievocare un evento o un'esperienza passata.

Gli odori sono in grado di richiamare alla memoria momenti della nostra vita in modo nitido, grazie all'attivazione della memoria episodica e alla vicinanza del sistema olfattivo alle strutture deputate alle emozioni (amigdala) ed all'ippocampo (memoria). L'olfatto è il senso più collegato alla vista e al tatto e dunque ti aiuterà a mantene-





**L'olfatto è il senso
più collegato alla
vista e al tatto e
dunque ti aiuterà a
mantenere ancora
più vivi i ricordi che
i tuoi ospiti dovranno
ripercorrere
attraverso le
immagini e il
linguaggio.**

re ancora più vivi i ricordi che i tuoi ospiti dovranno ripercorrere attraverso le immagini e il linguaggio. Questo è uno strumento potente per potenziare e fissare nella mente la sensazione di fiducia che hai creato facendo vivere ai partecipanti un'esperienza memorabile.

Tutte le attenzioni che hai dimostrato si andranno a solidificare nella loro mente e dureranno nel tempo, aumentando notevolmente la predisposizione all'acquisto dei tuoi prodotti.