

M&C

Meeting e Congressi

Fiere d'appeal
per tirare la volata
**Kermesse fieristiche
come post congress**

30

In vino meetings:
rinascono i simposi
**Abbinare incontri
e cantine vinicole**

34

Perché organizzarsi
in distretti congressuali
**Sgravi e facilitazioni
a portata di mano**

38

BIG SPENDER: CAMBIA IL VENTO?

Quei budget che migrano dalla Tv agli eventi



Le grandi aziende italiane cominciano a investire più in meeting, lanci di prodotto e convention, che nell'advertising televisivo. Un trend che pare in netto incremento e coerente con la crisi degli spot pubblicitari. Gli eventi, inoltre, sembrano offrire ritorni maggiori e più quantificabili

L'arte di stupire
con i fiori d'artificio
**Giardini più veri
dei giardini veri**

42

www.mconline.it

Quando il relax
scende sul convegno
**Prevedere un corner
per l'office massage**

48

- **Editoriale:** Cosa ci aspetta nel 2006?
- **Rubriche:** Contromano, Il Rompiballe, Zona Franca
- **Columnist:** Maria Cristina Dalla Villa, Marco Garavaglia, Marisa Sartori

L'abc del marketing
negli spazi fieristici
**Come comunicare
con il proprio stand**

52

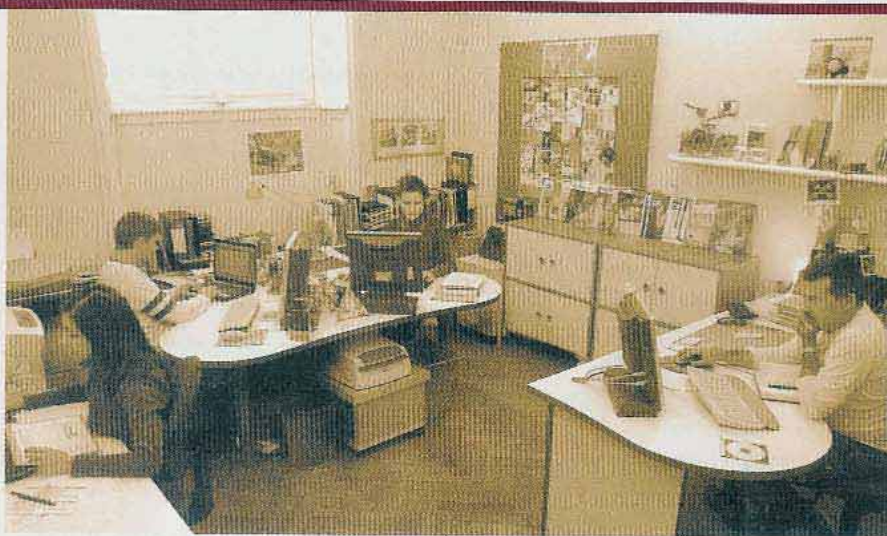
 ediman

rivista mensile - n. 1 gennaio/febbraio 2006 - 5,19 - Poste Italiane SpA - Sped. in abb. post. - D.L. 501/2003 (conv. in l. 27/02/04 n. 46) - Art. 1, comma 1, DCB Milano - In caso di mancato ricevimento si restituisca al mittente che si impegna a pagare la relativa tassa

Insieme di talenti

Si sono scritti fiumi di parole sull'importanza degli aspetti motivazionali che possono portare un individuo a raggiungere i più ambiziosi obiettivi, persino quelli che sembrano irraggiungibili. Abbiamo intervistato Graziano Mascheri, uno dei titolari del Gruppo Sinergie, per riuscire a svelare i segreti di un'agenzia che pone l'individuo e la sua unicità al centro di un grande lavoro di... sinergie.

"Sinergie" di nome e di fatto: l'agenzia fa del lavoro di squadra il suo punto di forza e ha come obiettivo principale l'elevato grado di soddisfazione del cliente che gli si affida per un viaggio o un evento di Margherita Cavalleri



Qui sopra Graziano Mascheri, uno dei titolari del Gruppo Sinergie. In alto a destra, invece, un normale momento di lavoro negli uffici milanesi del Gruppo

Qual è la caratteristica che determina la forza e l'originalità del suo Gruppo?

«Siamo proprio noi, i colleghi che fanno parte di Sinergie. Perché prima di tutto un'agenzia è fatta di persone, che con le loro capacità e attitudini contribuiscono a fare grande l'azienda. La forza di Sinergie sta proprio nella passione che mettiamo quotidianamente nel nostro la-

voro. Dal primo contatto con il cliente alla condivisione e svilup-

po del progetto, alla realizzazione del viaggio incentive, della convention, ogni progetto ha il suo responsabile: il project leader, con il compito di seguire il cliente in concerto con le varie

funzioni interne a Gruppo Sinergie, fino alla realizzazione globale dell'evento».

Sinergie significa in primis persone qualificate che seguono il cliente dall'inizio alla fine del progetto



Avete un metodo consolidato per affrontare ogni nuova sfida?

«In Sinergie non esistono clienti più o meno importanti: ogni progetto è unico, una risposta adeguata in base alle esigenze sempre diverse. Perciò è importante già in fase di briefing ricevere le informazioni in modo chiaro e completo. Nel caso di eventi aziendali, il metodo migliore per iniziare, prima ancora di ricevere dettagli tecnici, è avere la conoscenza della situazione in azienda, in modo da essere il più possibile in sintonia con le aspettative. Così come nel caso di un'incentivazione rivolta a interlocutori esterni all'azienda committente, è importante conoscere tipologia e caratteristiche del target, lo storico e via dicendo. In questi primi step sono fondamentali la figura dell'account e del responsabile di progetto.

Solo così nasce un progetto su misura, con requisiti individuati e condivisi in fase di brief e de-brief col cliente».

**Per l'agenzia
il feed back
del cliente
è uno strumento
fondamentale
per crescere
e migliorare**

Quanto contano la fantasia e la creatività delle persone che formano il team di Sinergie?

«Il nostro punto di forza sta proprio in questo, a ogni funzione corrisponde un professionista appassionato al proprio lavoro. Per questo ogni nostro progetto si contraddistingue per quel qualcosa in più di magico ed emozionale. Ogni prodotto, in ogni caso, risulta fortemente personalizzato sulla base delle esigenze del cliente. Tutto ciò fa del lavoro quotidiano una sfida continua per tutto il nostro team: passione, fantasia e flessibilità sono aspetti irrinunciabili per chi lavora nel Gruppo Sinergie».

E i risultati sono chiaramente percepibili...

«I risultati ci sono e sono continuamente monitorati in modo da individuare ogni possibile area di miglioramento, in modo da erogare un servizio impeccabile. Per Sinergie il feed back con il cliente alla fine del viaggio o dell'evento è uno

strumento fondamentale. L'elevato grado di soddisfazione del cliente è il nostro obiettivo e il parametro su cui misuriamo ogni nostro lavoro. Facciamo tesoro d'ogni suggerimento e di ogni segnalazione che ci possa aiutare a prevenire qualsiasi tipo di problema. Ma il supporto di Sinergie non si esaurisce alla fine dell'evento, quando i riflettori si spengono. Siamo a fianco del cliente anche nel dare seguito con azioni di reminder quali PhotoPool®, web site dedicati».

Ogni elemento della squadra che compone Gruppo Sinergie ha la possibilità di esprimere la propria creatività, il modo migliore per sentirsi gratificati e motivati. Si tratta di incentivazione nell'incentivazione?

«Ogni riscontro positivo concorre ad alimentare il sistema di motivazione del personale Sinergie: incentivare il personale delle aziende fa parte del nostro lavoro e motivare il personale interno diventa un must, un motivo d'orgoglio, perché la qualità e la professionalità del team sono gli elementi fondamentali della crescita e dei successi che dall'anno della fondazione hanno contraddistinto Gruppo Sinergie dalla concorrenza».

**Gruppo
SINERGIE**
creiamo oltre l'immaginazione

Gruppo Sinergie
P.le Giulio Cesare, 14
20145 Milano
Tel. 02.76.25.501
Fax 02.76.25.50.50
info@sinergie.org
www.sinergie.org