

8 semplici regole di comunicazione per eventi di successo anche senza soldi

Description



Foto di [Caleb Oquendo](#).

C'è una rinnovata voglia di stare insieme, per fortuna, dopo due anni di pandemia. E gli eventi in presenza sono tornati ad essere organizzati e frequentati. Nel frattempo è anche accaduto che in tanti hanno anche preso più confidenza con la rete, con la tecnologia, con una serie di app. Dedicherò un

po' di post in questi giorni a questi aspetti con l'intento di individuare **le risorse e le strategie migliori per gli eventi di successo**. Iniziamo oggi con le otto regole di comunicazione che ci permettono di impostare al meglio il nostro operato in queste occasioni.

1. Partire dal lucchetto ? e poi passare alla chiave, mai il contrario. Vale a dire **prima dell'idea ci sono le persone** alle quali vogliamo rivolgerci. E la domanda è: che cosa possiamo fare per migliorare la vita di queste persone? Altrimenti si fa una fatica boia per trovare il pubblico adatto. Si tratta di una chiara impostazione di marketing di base che si può apprendere leggendo [Questo è il marketing](#) di Seth Godin, tra i maggiori esperti al mondo in quest'arte. Raccomando di leggerlo prima di organizzare qualsiasi cosa.
2. **L'obiettivo**. Perché si vuole realizzare una certa manifestazione piuttosto che un'altra? Che cosa vogliamo che i partecipanti, in concreto, portino a casa alla fine? Cosa desideriamo che resti nelle loro menti e nei loro cuori? Più chiaro è l'obiettivo più semplice sarà la strada per arrivarci.
3. **Titoli, comunicati, messaggi** affidarli a un copywriter, anche freelance, che accetterà di buon grado di collaborare. Anche perché solo grazie alla sua esperienza e alle sue competenze potrà elaborare quei contenuti necessari a scaldare gli ospiti nei giorni precedenti all'evento. Vanno progettati e realizzati sin dal primo istante dell'idea fino al giorno dell'evento e anche oltre. Serve un calendario editoriale.
4. Anche per **la grafica** evitare la soluzione "miocuggino" e chiedere aiuto a chi ha esperienza. Al limite c'è la suite di Canva dove ci sono modelli che si possono personalizzare, magari lasciando fare al copywriter o al content creator ingaggiato. Vanno individuati i materiali necessari tipo locandine, manifesti, ecc. In ogni caso sono da evitare i flyer, ormai in disuso, e che vanno al macero: nessuno li preleva dai luoghi in cui sono abbandonati. Un elemento che invece deve esserci è il codice QR magari da agganciare a un form dove far inserire nome, cognome, telefono ed email che vanno raccolti, com'è ovvio, secondo le norme vigenti del Gdpr.
5. **La regia**. Che si tratti della festa dell'uva o della sagra della melanzana ? o di un convegno o di un concorso di bellezza occorre che un regista ed un autore (che può essere anche la stessa persona) scriva la scaletta e gli eventuali interventi di presentazione. A lui spettano anche decisioni su video da proiettare, tempi dei vari interventi e quant'altro serva a comporre l'evento in tutte le sue parti. Se non si possono ingaggiare veri e propri registi si può chiedere anche a chi ha esperienze televisive anche in tv locali.
6. **La conduzione**. È meglio che sia affidata a chi se ne occupa già da tempo. E comunque occorrono persone che sappiano stabilire il clima di empatia giusta con chi assiste e che abbiano bene in mente i tempi di ognuno e che sappiano come farli rispettare.
7. **I video**. Meno ce ne sono e meglio è. L'ideale è un evento senza di essi. A meno che siano davvero molto brevi e di grande impatto. E per questo servono persone che sappiano girarli e montarli. E comunque anche i video vanno gestiti da chi sa come averci a che fare. Mai e poi mai proiettare, ad esempio, un video mentre qualcuno sta facendo una sua performance. Il video attrae sempre e comunque più attenzione. Se i video sono proprio necessari e il budget lo consente si preferisca il ledwall, lo schermo luminoso, alla proiezione.
8. **L'audio**. Qui le mezze misure vanno dimenticate. O tutti sono microfoni oppure è meglio evitare i microfoni. O c'è un service almeno semi-professionale oppure si deve ricorrere alla voce in acustico, cioè senza amplificazione. Si deve anche aver cura che ognuno abbia ben posizionato il microfono all'altezza della bocca, se si tratta di un gelato, e che eviti di gesticolare e quindi di allontanare il microfono.

Queste sono alcune delle accortezze in generale che possono fare la differenza, anche se ci sono

tutta una serie di aspetti e dettagli che meritano anche loro un approfondimento. Ne parlerò nei prossimi post.

Intanto se vuoi possiamo farci una [chiacchierata gratuita su di essi via WhatsApp](#).

Sei d'accordo con questi accorgimenti o no? Quali modifichereesti e perché? Hai altri aspetti da suggerire grazie alla tua esperienza? Parlane nei commenti, grazie.

Category

1. Comunicazione

Tags

1. comunicazione
2. eventi
3. marketing
4. tutorial
5. vademecum

Date Created

Ottobre 2022

Author

giuseppevitale