

GLI E-BOOK DELLA MEETING INDUSTRY

VOLUME 02

IL GLOSSARIO DI MATRIX

LA MATRICE DEI SERVIZI



FEDERCONGRESSI&EVENTI

Associazione nazionale delle imprese pubbliche, private
della meeting industry italiana

MATRIX
LA MATRICE DEI SERVIZI



Publicato da:
Federcongressi&eventi
Via Marghera, 2
00185 Roma
www.federcongressi.it
federcongressi@federcongressi.it



Progetto grafico: Zanini adv
Testi: Soci Categoria Servizi e Consulenze
Coordinamento: Francesca Scutari
Segreteria: Alessia Tosti
Supervisione: Gabriella Gentile

Publicato marzo 2019

MATRIX - LA MATRICE DEI SERVIZI

è un progetto promosso dalla Categoria Servizi e Consulenze.

Ha l'obiettivo di fornire agli organizzatori di congressi ed eventi una vetrina dei servizi proposti dalle aziende socie in ambito di: allestimenti, catering, consulenza aziendale, consulenza per eventi, editoria, formazione, customer relationship management, servizi audio-video, servizi web, software di back office, soluzioni FAD, tecnologie per l'evento, trasporti, web marketing.

Questo glossario contiene la spiegazione di una selezione dei 100 termini più comuni scelti all'interno del sito di Matrix e vuole essere il primo passo di un lavoro più ampio di definizione della terminologia utilizzata nella Meeting Industry.

A

APP DELL'EVENTO

Applicazione mobile per smartphone e/o tablet sviluppata per un evento. Contiene: informazioni specifiche quali programma, relatori, mappa interattiva, interazione con il pubblico, raccolta dati, feedback e statistiche, condivisioni social media.

ASSISTENTE CONGRESSUALE

Figura professionale addetta al ricevimento dei partecipanti, supporto ed assistenza durante lo svolgimento di congressi ed eventi in genere (donna: hostess; uomo: steward).

B

BANNER

Inserzione a scopo informativo e pubblicitario presente in una pagina web che consente il collegamento al sito di riferimento. E' generalmente costituita da un titolo o un'immagine particolarmente visibile ed accattivante.

BENCHMARKING

Processo di ricerca, apprendimento e realizzazione delle migliori prassi aziendali basato sul confronto con l'esperienza diretta di altre organizzazioni.

BOOKING ONLINE

Sistema di prenotazione e vendita online su allotment definiti in diverse strutture alberghiere. Consente la prenotazione in tempo reale del pernottamento con tariffe, tipologie di camera e numero di notti gestite online. È integrabile nel sito web di una struttura o di un evento e lo trasforma in un canale di vendita diretto, fornendo al cliente informazioni circa tariffe, camere e servizi.

BRAND

Nome o segno distintivo attraverso il quale un'impresa caratterizza e differenzia il proprio prodotto o servizio da altri dello stesso genere. Letteralmente l'espressione significa "marca" o "marchio di fabbrica".

BRAND AWARENESS

La notorietà e il grado di conoscenza di una marca, azienda o servizio, da parte del pubblico. È intesa come la facilità con cui essa viene riconosciuta da parte degli utenti o della clientela attraverso un ricordo spontaneo, senza bisogno di uno stimolo verbale o visivo.

BRAND IDENTITY

Definisce l'identità dell'azienda, ossia l'insieme degli elementi del brand che l'azienda crea ed utilizza per presentare l'immagine più appropriata di sé agli occhi dei propri clienti, in modo tale che il target di riferimento possa riconoscerla facilmente, ricollegandola all'immagine aziendale. Può applicarsi anche ad un evento, all'interno del processo di comunicazione e promozione dell'evento stesso, dalla fase creativa a quella esecutiva (sviluppo della brand identity dell'evento).

BRAND IMAGE

Immagine di marca.

BRAND REPUTATION

La considerazione, o attenzione benevola, di cui un brand gode in virtù della sua capacità di soddisfare le aspettative del pubblico nel corso del tempo.

BUFFET LUNCH/DINNER

Pranzo/cena con servizio self-service. Le pietanze e le bevande sono preparate su un buffet e i partecipanti scelgono liberamente tra le vivande offerte servendosi da soli. Solitamente gli ospiti sono aiutati dal personale di servizio. Particolarmente indicato quando occorre servire un grande numero di persone o facilitare il networking tra i presenti.

BUSINESS SPEED MEETING

Evento appositamente organizzato che si fonda sull'organizzazione di incontri finalizzati alla raccolta di contatti potenzialmente utili in ambito lavorativo. I partecipanti hanno la possibilità di incontrarsi e di presentare il proprio prodotto/servizio e di attivare nuovi rapporti di affari (può essere anche informale). Chiamato anche "Speed networking" o "Speed business dating".

C

CASE HISTORY

Caso esemplare, usato per formazione e dimostrazione, da cui si può trarre insegnamento.

CENA DI GALA

Cena seduti con allestimenti eleganti (piatti in porcellana, sottopiatto, posateria in argento, bicchieri in cristallo, ecc...) e la selezione di un menu ricercato. Per rendere più dinamica la serata, antipasti e dolci possono essere serviti a buffet, mentre primi, secondi e contorni vanno sempre serviti al tavolo. Può prevedere un intrattenimento e discorsi formali. Vedi anche "Cena placée".

CENA PLACÉE

Ha le stesse caratteristiche di una cena di gala ma prevede che gli ospiti partecipino al banchetto seduti a tavoli dove i posti sono stati precedentemente assegnati.

COACHING AZIENDALE

Metodologia di sviluppo nella quale una persona (coach), attraverso un processo creativo e di stimolo, supporta il cliente nel raggiungere uno specifico obiettivo professionale personale e/o aziendale, aiutandolo a valorizzare e massimizzare il proprio potenziale.

COCKTAIL

È generalmente servito prima della cena. Si offrono agli ospiti stuzzichini, tartine, finger food con base alcolica e succhi di frutta. Vedi anche "Welcome cocktail" e "Cocktail dinner".

COCKTAIL DINNER

Cena nella quale si offrono stuzzichini, tartine, finger food con base alcolica e succhi di frutta, prevedendo un primo o un secondo piatto caldo come "rinforzo". Per questo può essere denominato anche cocktail rinforzato. Viene servito a buffet

e/o da camerieri in movimento e, rispetto ad una cena tradizionale, facilita la socializzazione e lo sviluppo di relazioni tra le persone.

COFFEE BREAK

Bevande e vivande (caffè, tè, succhi di frutta, piccola pasticceria) offerti a metà mattina e/o pomeriggio durante la pausa dei lavori di un convegno. Solitamente gli ospiti sono aiutati dal personale di servizio. Vedi anche "Open coffee" e "Welcome coffee".

COMMUNITY

Insieme di persone che condividono obiettivi, cause, aspirazioni o interessi e collaborano scambiandosi idee, informazioni ed altre risorse.

CONCEPT DELL'EVENTO

Progettazione complessiva dell'evento. Ne delinea gli elementi fondamentali rispetto agli obiettivi, inclusa la scelta della location e la definizione delle modalità con cui esso verrà organizzato e realizzato.

CORPORATE IDENTITY

La percezione che la clientela ha di un'azienda, prodotto o servizio. E' il risultato di un insieme di caratteristiche tangibili e intangibili che ne definiscono la riconoscibilità/identità sul mercato, in accordo con i valori ed i comportamenti che si intendono promuovere ed i bisogni che si intendono soddisfare.

CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Acronimo di Customer Relationship Management. Rappresenta l'insieme dei pro-

cessi di gestione delle relazioni con i clienti (attuali e potenziali) in base alla raccolta e all'analisi delle informazioni che li riguardano. Da questa analisi è possibile monitorare il grado di soddisfazione del cliente e definire le strategie per la costruzione di azioni di fidelizzazione e sviluppo.

CUSTOMER CARE

Letteralmente "cura del cliente". Nel linguaggio del marketing è la tecnica che consente di implementare il CRM - Customer Relationship Management per raggiungere la soddisfazione del cliente.

CUSTOMER SATISFACTION

È la soddisfazione del cliente. Rappresenta l'obiettivo principale dell'azienda orientata al marketing, i cui sforzi tendono allo sviluppo di una relazione di qualità con la clientela e alla sua conseguente fidelizzazione.



DIGITAL SIGNAGE

Totem multimediale che permette la fruizione, la personalizzazione e la visualizzazione di contenuti su schermi tattili (touch screen) interattivi.



EDUCATIONAL TOUR

Viaggio o breve soggiorno organizzato da un organismo che si occupa di promozione turistica e/o congressuale per far conoscere una destinazione e la sua offerta a potenziali clienti o alla stampa (solitamente di settore). Il soggiorno punta alla valorizzazione della qualità della destinazione e dei suoi operatori attraverso l'esperienza diretta. In ambito MICE può essere promosso da convention bureaux, consorzi di operatori, centri congressi, sedi alberghiere, ecc... Chiamato anche "Fam trip".

E-LEARNING

Apprendimento per mezzo di corsi multimediali fruibili soprattutto a distanza attraverso Internet.

ENGAGEMENT

Significa "ingaggio" o coinvolgimento attivo e, generalmente, indica la partecipazione interattiva del pubblico durante un evento, in opposizione alla partecipazione passiva derivante dal solo ascolto dei relatori sul palco. Risponde all'esigenza di mantenere alta l'attenzione dei partecipanti e di trasmettere loro contenuti e messaggi in forma "esperienziale" e non più soltanto "unidirezionale".

ENTERTAINMENT

Significa "intrattenimento", "svago" e include l'insieme di attività volte ad intrattenere un pubblico. Sempre più è anche

una strategia di content marketing, volta a sviluppare connessione tra le persone attraverso la creazione di esperienze innovative e coinvolgenti, basate sull'intrattenimento.

E-POSTER

Sostituzione durante un evento (per lo più congresso) del normale poster cartaceo con un poster in formato digitale, che viene visualizzato su monitor in posizione verticale od orizzontale. Può contenere al suo interno anche file audio o video.

EVENT SOCIAL MANAGER

Figura che, in maniera professionale, si occupa della gestione dei social media nella comunicazione di un evento: per diffondere informazioni, interagire con la community, stimolare curiosità, interesse, partecipazione, e per prolungare nel tempo gli effetti dell'evento stesso attraverso i canali del marketing digitale.

EVENTO B2B - BUSINESS TO BUSINESS

Evento appositamente organizzato che si fonda sull'incontro tra due realtà di business: aziende che vogliono presentare la propria offerta (prodotti/servizi) a un gruppo di clienti selezionati interessati a conoscere la loro proposta.

EVENTO B2C - BUSINESS TO CONSUMER

Evento organizzato da un'impresa per i propri consumatori con l'obiettivo di intrattenere e divertire i partecipanti. I destinatari del messaggio sono i consumatori finali ed il fine è quello di aumentare la visibilità e le vendite del prodotto.

EVENTO IBRIDO

Evento che combina la parte “reale” di un evento tradizionale “faccia a faccia” con una parte virtuale, sfruttando le opportunità che vengono da Internet e dalle tecnologie (videoconferenza, streaming, canali social, ecc...).

EXPERIENCE

Rappresenta il valore aggiunto di un evento reale rispetto ad un evento virtuale. L'esperienza vissuta personalmente dal partecipante produce comunicazione, relazioni, apprendimento e memorabilità dell'evento.

F

FACEBOOK ADS

Campagna pubblicitaria a pagamento che, utilizzando la piattaforma di Facebook, permette di raggiungere in maniera personalizzata un target profilato di utenti. Si basa sugli interessi dei propri utenti per proporre quegli annunci che potrebbero risultare per loro rilevanti. Vedi anche “Google AdWords”.

FAM TRIP

Abbreviazione di Familiarization trip, è un viaggio o un breve soggiorno organizzato da un organismo che si occupa di promozione turistica e/o congressuale per far conoscere una destinazione e la sua offerta a potenziali clienti o alla stampa (solitamente di settore). Il soggiorno punta alla valorizzazione della qualità della de-

stinazione e dei suoi operatori attraverso l'esperienza diretta. In ambito MICE può essere promosso da convention bureaux, consorzi di operatori, centri congressi, sedi alberghiere, ecc...Chiamato anche “Educational tour”.

FEEDBACK

Verifica e controllo dei risultati.

FORMAZIONE BLENDED

Attività formativa che prevede una combinazione di ambienti di apprendimento misti, in presenza e a distanza. Combina il metodo tradizionale frontale con la formazione online, avvalendosi di un approccio integrato in modo che queste due modalità si completino a vicenda. Modalità utilizzata nella formazione in ambito sanitario, vedi anche “Formazione ECM”.

FORMAZIONE ECM

EDUCAZIONE CONTINUA IN MEDICINA

Attività formativa all'interno del programma nazionale ECM in campo sanitario, attivo in Italia dal 2002. E' il processo tramite il quale il professionista della salute si mantiene aggiornato per rispondere ai bisogni dei pazienti, alle esigenze del Sistema Sanitario Nazionale e per il proprio sviluppo professionale.

FORMAZIONE ESPERIENZIALE

Metodo di formazione il cui focus è incentrato sull'individuo ed il suo rapporto con il mondo che lo circonda. E' un modello di apprendimento incentrato sull'esperienza diretta, sia essa cognitiva, sensoriale o emotiva.

FORMAZIONE FAD

FORMAZIONE A DISTANZA

Percorso formativo che non prevede la compresenza di docenti e discenti nello stesso luogo. Il discente può partecipare alle attività didattico-formative in una comunità virtuale attraverso il supporto di Internet e delle tecnologie multimediali. Modalità utilizzata nella formazione in ambito sanitario, vedi anche “Formazione ECM”.

FORMAZIONE FSC

FORMAZIONE SUL CAMPO

Attività formativa svolta in ambiente di lavoro, utilizzando per l'apprendimento le strutture, le occasioni lavorative, i contesti e le competenze dei partecipanti stessi. Integra la formazione tradizionale e può includere stage, tirocini ed attività di ricerca. Modalità utilizzata nella formazione in ambito sanitario, vedi anche “Formazione ECM”.

FORMAZIONE MANAGERIALE

Formazione per manager e imprenditori sugli elementi fondamentali della conduzione di un'azienda come: organizzazione, delega, efficienza, distribuzione delle risorse, marketing e comunicazione, pianificazione, controllo economico e finanziario, ecc...

FORMAZIONE RES

FORMAZIONE RESIDENZIALE

Aggiornamento formativo-professionale grazie ad attività che ampliano e sviluppano le conoscenze, le abilità cliniche e le competenze tecniche e manageriali dei partecipanti. Prevede la presenza in aula dei discenti. Modalità utilizzata nella formazione in ambito sanitario, vedi anche “Formazione ECM”.

G

GAMIFICATION

Deriva dalla parola “game”, cioè gioco. E' l'utilizzo di dinamiche mutuata dai giochi e dalle tecniche di game design (punti, livelli, premi, ecc.) in contesti non ludici. Fondato sul coinvolgimento attivo dei partecipanti, grazie anche al supporto della tecnologia e di software studiati ad hoc, viene utilizzato anche nel mondo degli eventi. Obiettivi tipici normalmente conseguiti sono, oltre all'intrattenimento ludico, l'interattività con e tra i partecipanti e un maggiore coinvolgimento del pubblico.

GOOGLE ADWORDS

Campagna pubblicitaria a pagamento che, utilizzando la piattaforma di Google, permette di raggiungere in maniera personalizzata un target profilato di utenti. Fa riferimento alle keyword che utilizza l'utente per trovare i contenuti di suo interesse, concentrandosi quindi sull'intenzione di ricerca espressa. Vedi anche “Facebook Ads”.

I

IMMAGINE COORDINATA DELL'EVENTO

L'immagine attraverso la quale un evento si presenta al proprio pubblico (partecipanti, sponsor, ecc.). Comprende tutti gli aspetti e le modalità di comunicazione dell'evento: sito, comunicazione digitale

stampati, allestimenti, cartellonistica, gadgettistica, ecc. Si definisce coordinata poiché tutti gli elementi comunicativi sono coerenti l'uno con l'altro: logo, colori, caratteri, impaginazione e impostazione dell'immagine.

INBOUND MARKETING

L'insieme delle strategie di marketing che mirano ad attirare l'attenzione del cliente attraverso la creazione e la distribuzione di contenuti interessanti e volti a soddisfare le esigenze specifiche del target di riferimento. Diverso da "Outbound marketing".



LEAD GENERATION

Azione di marketing che consiste nell'insieme di attività e processi necessari per acquisire "lead", ossia creare una lista di nominativi e contatti di individui e organizzazioni potenzialmente interessati all'acquisto di prodotti e servizi offerti dall'impresa.

LEARNING BY DOING

Metodologia didattica basata sul "fare", ossia l'apprendimento grazie all'esperienza pratica. Fondamento della formazione sul campo, consente di apprendere meglio e memorizzare più velocemente grazie alla familiarità acquisita nel fare.

LIVE STREAMING

Tecnologia che permette il trasferimento in tempo reale di flussi di informazione digitale, audio e video, da una sorgente ad

una o più destinazioni attraverso una rete telematica. Deriva dal significato del termine inglese "to stream", ovvero far fluire.

LIVE SURGERY

Servizio di trasmissione in live streaming via satellite, via cavo o con ponte radio, di una sessione chirurgica eseguita dal vivo (solitamente all'interno di una sala operatoria non in sede congressuale) durante un convegno o congresso medico.

LUNCH

Pranzo con servizio a buffet o al tavolo. Le portate sono meno numerose e più leggere di quelle di una cena perché solitamente gli ospiti tornano a sessioni di lavoro nel pomeriggio. Vedi anche "Buffet lunch".

LUNCH BOX

Servizio che prevede il confezionamento del pasto all'interno di una scatola che viene consegnata al partecipante ad un convegno. Viene utilizzato nelle riunioni che si svolgono durante l'ora del pranzo (i partecipanti sono seduti con allestimento a banchi di scuola o tavoli tondi) o all'interno di altri spazi del convegno, come l'area espositiva, per facilitare l'incontro tra le persone e lo sviluppo di relazioni nella pausa tra le sessioni di lavoro del mattino e quelle del pomeriggio.



MARKETING

L'insieme delle azioni messe in campo con

l'obiettivo di migliorare la commercializzazione di un prodotto o servizio. Partendo dagli obiettivi aziendali e da un'analisi preliminare della domanda e della concorrenza, vengono individuati bisogni ed esigenze della clientela (attuale e potenziale) e stabilite le azioni più opportune per soddisfarli, con reciproco vantaggio per i clienti e per l'impresa. Riguarda tutte le decisioni relative al prodotto o servizio: caratteristiche, prezzo, promozione, pubblicità, canali di distribuzione, vendita, ecc...

MARKETING OFFLINE

Forma di marketing che segue un approccio tradizionale, utilizzando carta stampata (brochure e cataloghi), cartelloni pubblicitari, media tradizionali (radio e televisione) o che comunica attraverso gli eventi per fare pubblicità e sviluppo commerciale. Si tratta di una forma di contatto che spesso implica un rapporto diretto tra chi propone un prodotto o un servizio e il cliente. In una strategia di marketing mix può affiancarsi ad azioni di marketing meno convenzionali. Vedi anche "Marketing online".

MARKETING ONLINE

Chiamato anche "Web marketing" o "Internet marketing" si avvale di strumenti, tecniche e metodologie basati sull'utilizzo di Internet per fare pubblicità e sviluppo commerciale, analizzare il mercato e creare offerte appositamente realizzate, in accordo con il profilo del target di riferimento. Include l'uso di social media, e-mail, motori di ricerca, blog e video e può affiancarsi alle strategie di vendita tradizionali. Vedi anche "Marketing offline".

MEETING INDUSTRY

Settore economico che coinvolge imprese pubbliche e private e professionisti, che svolgono attività connesse con il settore dei congressi, convegni, attività di formazione continua accreditata e non, incentivazione, comunicazione ed eventi in genere. Vedi anche "MICE".

MICE - MEETING INCENTIVE CONFERENCE EXHIBITION

Acronimo che sta per Meeting, Incentive, Conference, Exhibition. Utilizzato per definire il settore dei congressi e degli eventi nel suo insieme. Vedi anche "Meeting industry".



ONLINE SURVEY

Sistema di votazione online per la raccolta di dati e informazioni finalizzate ad attività di analisi e ricerca o per ottenere reportistica live sul feedback di gradimento e di efficacia di un evento. Vedi anche "Sondaggio elettronico".

OPEN COFFEE

Bevande e vivande (caffè, tè, succhi di frutta, piccola pasticceria) messe a disposizione degli ospiti in maniera prolungata nell'area congressuale, in modo che chiunque possa servirsi liberamente nell'arco della mattina e/o pomeriggio. Vedi anche "Coffee break" e "Welcome coffee".

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

Racchiude l'insieme dei processi, dei materiali e delle persone che, all'interno di un'azienda, li realizzano e gestiscono, lavorando per il raggiungimento di uno scopo comune. Deve essere semplice, logica e predisposta alla comunicazione, in modo da poter risultare efficace in tutte le fasi (previste o impreviste): start-up, cambio generazionale, crisi, cambiamento dell'assetto societario, ecc.

OUTBOUND MARKETING

L'insieme delle strategie che mirano ad attirare l'attenzione del cliente utilizzando attività di marketing tradizionali (pubblicità via radio o tv, carta stampata, messaggi diretti via posta, ecc...) o anche in forma digitale (e-mail, banner pubblicitari, ecc...), attraverso la diffusione di un messaggio generalista, ripetitivo e apertamente commerciale. Diverso da "Inbound marketing".

OUTDOOR TRAINING

Formazione basata sull'apprendimento esperienziale che comprende un insieme di attività inconsuete, fortemente collegate metaforicamente a situazioni reali legate alla vita di tutti i giorni. Solitamente si realizza in luoghi come la montagna, il mare, i fiumi ed i laghi, dove il team aziendale si cimenta in attività e contesti nuovi, sviluppando la crescita personale, la capacità di lavorare in gruppo, le competenze relazionali e manageriali.



PIATTAFORMA WEBINAR

Software che consente l'erogazione di contenuti formativi online. Funziona solitamente tramite la rete o attraverso l'installazione di un piccolo software definito come plug-in.

POSTAZIONE DI RICARICA PER DISPOSITIVI MOBILE

Postazione al servizio dei partecipanti ad un evento per la ricarica dei dispositivi elettronici e tecnologici (cellulari, tablet, PC, ecc...).

PROJECT MANAGEMENT

L'insieme delle attività volte all'analisi, progettazione, pianificazione e realizzazione di un progetto o evento, gestendolo in tutte le sue caratteristiche e fasi evolutive nel rispetto di precisi vincoli (obiettivi, tempi, costi, risorse, qualità).

PROJECT MANAGER/LEADER

In ambito MICE è la figura professionale che detiene la responsabilità dell'organizzazione, pianificazione ed esecuzione di un evento, rappresentando il punto di riferimento per il cliente. E' colui che gioca un ruolo fondamentale nella realizzazione della manifestazione, gestendo non solo tutte le fasi del processo organizzativo ma anche supervisionando il team di lavoro e i diversi fornitori coinvolti, assicurando il raggiungimento degli obiettivi e la soddisfazione finale del cliente.



REALTÀ AUMENTATA

Tecnologia basata sulla realtà virtuale, mediante la quale vengono sovrapposti elementi ed informazioni artificiali e virtuali attraverso l'utilizzo di device quali piccoli visori e caschi immersivi.

RECEPTION

Cena in piedi, con servizio a buffet. Viene organizzata di solito la sera del primo giorno di un convegno per stimolare le persone a conoscersi e sviluppare relazioni. Per questo può essere chiamato anche "Get-together party".

REMARKETING

Utilizzato anche come sinonimo di "retargeting", è l'insieme delle azioni di marketing diretto che utilizza i dati raccolti sul pubblico che, in una navigazione pregressa, ha visitato un sito o una pagina web, al fine di generare messaggi e proposte personalizzate facendo leva sull'interesse già mostrato nei confronti di un determinato prodotto o servizio.

RETE D'IMPRESA

Aggregazione orizzontale o verticale tra diversi tipi di operatori, pubblici e/o privati. Solitamente viene costituita per favorire il raggiungimento di obiettivi economici e di presenza sul mercato, che risultano in tal modo ottimizzati e amplificati rispetto all'operatività individuale delle singole imprese. Per questo si tratta di una modalità di collaborazione frequentemente utilizzata nei casi di promozione territoriale.



SALES FUNNEL

Nel web marketing rappresenta il modello a tappe (disegnato a forma di imbuto) del percorso intrapreso da un potenziale cliente: dalla prima interazione che l'utente compie con un brand sino alla conversione finale.

SITE INSPECTION

Visita che permette la verifica diretta dell'adeguatezza di un luogo candidato ad ospitare un evento da parte dell'organizzatore. Include una valutazione accurata degli spazi, dei servizi e del personale, variabili che, nella fase di realizzazione dell'evento, avranno un ruolo fondamentale nel raggiungimento del successo.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

L'insieme delle attività condotte sulle piattaforme digitali di social media, come Facebook, Twitter, YouTube, Google Plus, Instagram, ecc..., attraverso una progettazione strategica definita sulla base degli obiettivi dell'azienda o dell'evento. Vedi anche "Social media manager" e "Event social manager".

SOCIAL MEDIA MANAGER

Il professionista digitale che si occupa della gestione e dell'organizzazione della comunicazione di un'azienda sulle piattaforme digitali di social media. Comprende l'analisi, la definizione degli obiettivi, degli strumenti e dei canali, la creazione dei contenuti e il monitoraggio dei progressi

delle azioni messe in campo attraverso strumenti di analisi.

SOCIAL MEDIA WALL

Strumento che raccoglie in diretta e aggrega in un'unica schermata (chiamata "muro" appunto) qualsiasi contenuto legato ad un evento e condiviso dalle persone su ogni tipo di social network (Facebook, Twitter, Instagram, ecc.). Potente mezzo di social media marketing, rappresenta un modo efficace per coinvolgere i partecipanti e stimolarli a condividere sui loro canali social qualsiasi cosa riguardi l'evento.

SOFT SKILLS

Abilità e caratteristiche personali di stampo cognitivo, relazionale e comunicativo, altresì dette "competenze trasversali", come il problem solving, l'attitudine alla leadership, la capacità di lavorare in gruppo, di resistere allo stress ecc. Risultano di primaria importanza in qualunque contesto lavorativo, poiché influenzano direttamente il modo in cui agiamo e ci relazioniamo con il contesto e l'ambiente che ci circonda.

SOFTWARE DI CRM

Piattaforma web progettata per la gestione dei clienti (reali e potenziali) di un'azienda. Attraverso la memorizzazione di contatti, informazioni e opportunità di vendita semplifica e migliora l'efficienza dei processi nelle attività di marketing e vendita. Vedi anche "CRM - Customer Relationship Management".

SOFTWARE DI MATCHMAKING PER EVENTI B2B

Software utilizzato in occasione di eventi dedicati all'incontro tra domanda e offerta

(Business2Business) che permette un'elevata personalizzazione della relazione. Include la gestione della profilazione, l'espressione delle preferenze, il combaciare delle esigenze e dei bisogni (matching) e la conseguente costruzione di agende e di appuntamenti B2B.

SOFTWARE PER ELABORAZIONE PROGRAMMA E CONTENUTI SCIENTIFICI

Software che supporta nella costruzione del programma scientifico di un evento, per lo più congresso associativo: dalla configurazione delle regole (temi, deadline, criteri di assegnazione e parametri di valutazione) alla costruzione del programma, alla produzione degli atti e dei contenuti del congresso sulla base dei lavori selezionati.

SOFTWARE PER IL MONITORAGGIO DEGLI ACCESSI ONLINE

Software che permette il controllo degli accessi agli eventi via web. Permette la gestione di incontri diffusi sul territorio e la raccolta di dati dalla sede centrale in tempo reale.

SOFTWARE PER LA GESTIONE ORGANIZZATIVA DELL'EVENTO

Software per congressi ed eventi in genere, che supporta la gestione di tutte le attività organizzative: dalla fase di progettazione (definizione del budget e presentazione del preventivo) fino alla sua chiusura (fatturazione e consuntivo), dalla promozione dell'evento all'elaborazione di tutta la documentazione ad uso interno e per i partecipanti, nonché la gestione di ogni tipologia di servizio e dell'evento on site.

SOFTWARE PER LA GESTIONE TECNOLOGICA DELL'EVENTO

Sistema integrato per la gestione degli elementi multimediali necessari durante l'evento. Include la gestione delle presentazioni dei relatori (centro slides), l'acquisizione di contenuti multimediali, la visualizzazione di contenuti su display informativi (info point) e la gestione degli e-poster interattivi.

SOFTWARE PER LA RACCOLTA DI ISCRIZIONI ONLINE E ABSTRACT

Piattaforma web dedicata alla raccolta di iscrizioni, abstract ed altri contributi tramite form personalizzati e landing page dedicate. Permette una velocizzazione e automatizzazione del processo di raccolta iscrizioni e di valutazione dei contributi scientifici, facilitando la condivisione delle informazioni.

SOFTWARE PER PUBBLICAZIONE QUESTIONARI E CERTIFICATI ECM

Software per la compilazione online dei questionari di apprendimento, valutazione dell'evento, qualità e fabbisogno formativo in ambito di formazione ECM. Sostituisce le tradizionali attività di correzione, gestione e archiviazione dei documenti cartacei da parte del Provider. Comprende anche la pubblicazione automatizzata del certificato ECM online al termine del percorso formativo, a disposizione del discente perchè possa scaricarlo e consultarlo in qualsiasi momento. Vedi anche "Formazione ECM".

SOLUZIONI TECNOLOGICHE PER CONFERENZE IN REMOTO

Sistemi avanzati, modulabili e personaliz-

zabili graficamente e per funzionalità a seconda degli obiettivi di marketing e di vendita, in grado di adattarsi a qualsiasi esigenza di trasmissione remota. Permettono la partecipazione degli utenti, dopo l'iscrizione e la raccolta dei dati, a sessioni educative o informative in diretta, realizzando eventi nei quali è necessaria la divulgazione a un vasto numero di partecipanti, risparmiando così investimenti in tempo, costi e spostamenti.

SONDAGGIO ELETTRONICO

Software e keypads per la votazione elettronica che può coinvolgere un elevato numero di persone, adatto ad eventi come meeting aziendali, convegni e attività formative. Il sondaggio permette di ricevere feedback immediati sulle varie tipologie di quesiti posti (a risposta multipla, test di gradimento, ecc...), garantendo un maggior coinvolgimento e interesse da parte dei partecipanti. Vedi anche "Online survey".

STAKEHOLDER

Insieme dei soggetti che hanno un interesse nei confronti di un'organizzazione e che, con il loro comportamento, possono influenzarne l'attività.

START-UP

La fase iniziale di attività di un'impresa ancora giovane e alla ricerca di risorse e finanziamenti per il proprio sviluppo. Nell'ambito della new economy definisce un'impresa di piccole dimensioni che si lancia sul mercato, proponendo un'idea fortemente innovativa, soprattutto ma non solo, nel settore delle nuove tecnologie.



TAVOLO INTERATTIVO

Strumento che, grazie all'interattività, favorisce una comunicazione più efficace e coinvolgente di dati in formato di testi, foto, video e animazioni durante un evento. La superficie, sensibile al tocco, consente di approfondire le informazioni, accedendo ad archivi multimediali attraverso software appositamente progettati.

TECNOLOGIE PARTECIPATIVE

Tecnologie che, sfruttando le opportunità offerte dall'ecosistema digitale (internet, canali social, ecc.), permettono di attivare la platea con una serie di modalità che implicano l'interazione diretta delle persone. L'obiettivo ultimo non è solo veicolare informazioni ma condividere idee, avviare conversazioni, divulgare nuovi modi di pensare, allacciare relazioni.

TEMPORARY MANAGEMENT

Detto anche "Interim management". Consiste nell'affidamento della gestione di un'impresa o di una sua parte a manager esperti in grado di gestire e/o assicurare continuità in fasi strategiche dello sviluppo aziendale, come le fasi di start-up, i passaggi di proprietà o di generazione, il lancio di un nuovo prodotto, l'espansione verso nuovi mercati, la copertura di un improvviso vuoto direzionale.



VIDEO MAPPING 3D

Tecnica multimediale che permette di proiettare luci o video su superfici reali (generalmente opere architettoniche) utilizzando come display. In questo modo vengono realizzate immagini, combinazioni di luci ed effetti artistici che sfociano in una grande scena 3D, creando illusioni ottiche tra la superficie reale e quella virtuale, per uno spettacolo intenso e coinvolgente.

VOTAZIONE ELETTRONICA

L'insieme di strumenti e software studiati ad hoc e finalizzati all'espressione del voto attraverso tecnologie elettroniche ed informatiche in contesti specifici al mondo congressuale. Tra i principali benefici vi è l'interattività con i partecipanti, un maggiore coinvolgimento del pubblico e un elevato grado di intrattenimento ludico.



WEBINAR

Seminario interattivo che avviene online. La partecipazione (a pagamento o gratuita) è resa possibile attraverso una piattaforma o un software che permette alle persone di interagire in diretta. Chi presenta o conduce può usare diversi strumenti, mostrando slide e filmati, e confrontarsi con i partecipanti sia in forma

scritta sia a voce. Può essere utilizzato anche in modalità asincrona attraverso la registrazione dell'evento diverse ore o giorni dopo. La parola webinar è un neologismo che deriva dalla contrazione delle parole "web" e "seminar", traducibile in italiano come "seminario in rete".

WELCOME COCKTAIL

Aperitivo servito in segno di benvenuto solitamente la sera del primo giorno di un convegno. Può trattarsi di un solo drink con base alcolica e succhi di frutta oppure può essere accompagnato da stuzzichini, tartine, finger food. Vedi anche "Cocktail" e "Cocktail dinner".

WELCOME COFFEE

Bevande e vivande (caffè, tè, succhi di frutta, piccola pasticceria) offerti all'arrivo degli ospiti in occasione di un evento. Solitamente organizzato come gesto di cortesia e per facilitare lo sviluppo di relazioni in attesa dell'inizio dei lavori. Vedi anche "Coffee break" e "Open coffee".

FEDERCONGRESSI&EVENTI: L'ASSOCIAZIONE DEL MICE ITALIANO

Federcongressi&eventi, organizzazione senza scopo di lucro nata nel 2004, è l'associazione nazionale delle imprese private ed enti con e senza scopo di lucro che svolgono attività connesse con il settore dei congressi, convegni, attività di formazione continua accreditata e non, di DMC, di incentivazione, di comunicazione e degli eventi in genere. I soci di Federcongressi&eventi sono: convention bureau, centri congressuali e fieristici, alberghi congressuali e spazi per eventi, PCO, Provider ECM, agenzie di comunicazione, DMC e incentive house, organizzazioni eventi in genere e fornitori di servizi e consulenze (catering, servizi audio/video, trasporti, formazione, tecnologie per l'evento, web marketing...).



FEDERCONGRESSI&EVENTI

Associazione nazionale delle imprese pubbliche, private
della meeting industry italiana

Federcongressi&eventi rappresenta l'industria italiana del MICE in tutte le sue espressioni e presso tutte le sedi istituzionali, accrescendone l'immagine e il prestigio, anche a livello comunitario e internazionale, con l'obiettivo di creare rapporti stabili con le Istituzioni e le associazioni europee e mondiali. Si propone altresì di valorizzare l'attività congressuale e degli eventi, di promuoverne nella forma più ampia lo sviluppo quale fattore economico, sociale e culturale, di studiare forme di promozione dell'Italia congressuale all'estero, favorire una nuova normativa di settore, sostenere la qualificazione delle risorse professionali e patrocinare studi e analisi di comparto, divulgando in tal modo nozioni sugli aspetti giuridici, normativi e organizzativi relativi alle professioni della filiera.



FRA LE ATTIVITÀ DELL'ASSOCIAZIONE SI ANNOVERANO:

L'**Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi** (OICE), progetto realizzato da ASERI-Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

La costituzione del **Convention Bureau** Italia e del Convention Bureau Roma e Lazio.



Il **progetto Provider ECM** by Federcongressi&eventi e FISM, che raggruppa i soci accreditati come Provider di Educazione Continua in Medicina per consentire loro di condividere le specifiche esigenze e fruire di servizi ad hoc.

Il **Learning Center**, nato con l'obiettivo di fornire in maniera organizzata e permanente un aggiornamento professionale continuo agli operatori del settore; di essere un punto di riferimento per chi deve organizzare seminari, corsi o altri incontri su temi legati alla meeting & incentive industry; di avere un ruolo di "facilitatore", per i giovani che entrano nel settore, attraverso il "Progetto Mentore".

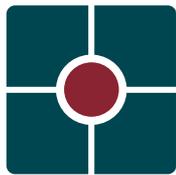
UN NETWORK CHE CRESCE CON LE IMPRESE CHE CONTANO.



FEDERCONGRESSI&EVENTI

Associazione nazionale delle imprese pubbliche, private
della meeting industry italiana





FEDERCONGRESSI&EVENTI

Associazione nazionale delle imprese pubbliche, private
della meeting industry italiana

Federcongressi&eventi
Via Marghera, 2
00185 Roma

www.federcongressi.it