Gattinoni, un evento al giorno e 35 milioni di euro di fatturato nel 2015: ecco come ci riesce

Gli eventi muovono il business. Lo sanno bene le Divisioni Communication e Incentive & Events di **Gattinoni** che nel 2015 hanno apportato al gruppo 35 milioni di euro di fatturato, attraverso la realizzazione di ben 360 operazioni: una al giorno se escludiamo le feste comandate, da quelle di piccole dimensioni alle grandi convention.

Un record per la Divisione Incentive & Events nata nel 1983 e quella Communication nata nel 2008, che complessivamente coinvolgono uno **staff di 60 persone** e che negli ultimi anni hanno sviluppato insieme un volume d'affari annuo mai inferiore a 16 milioni di euro con un exploit negli ultimi due anni: 29 milioni nel 2014 35 milioni nel 2015.

Piccoli e grandi eventi, lanci di prodotto, convention, roadshow, team building rappresentano il 60% del core business delle due business unit mentre il restante 40% è dato dagli incentive.

Il segreto? E' presto detto: proprio tra la fine dell'anno 2015 e i primi 4 mesi dell'anno 2016, Gattinoni ha realizzato **tre campagne per entrare in contatto con Società prospect** o diverse divisioni di Società con le quali già collaborava e conquistare così nuovi clienti, sia per la sinergia Incentive & Events/Communication, sia per le altre Divisioni del Gruppo (principalmente il Busines Travel verso i Corporate).

Le tre operazioni "Agenda", "Caffè" e "Non ti Scordar di Me", hanno raccolto un grande apprezzamento dalle aziende coinvolte e, soprattutto, hanno aperto numerose e nuove opportunità di collaborazione.

Vediamole nel dettaglio:

Durante gli ultimi mesi dell'anno 2015 è stata lanciata l'**operazione "AGENDA"** dedicata a una selezione di 30 aziende già clienti del Gruppo con l'obiettivo di evidenziare loro l'ampiezza dei servizi offerti dalle varie Divisioni e la crescita del Gruppo Gattinoni. L'iniziativa ha previsto l'omaggio di un'Agenda personalizzata, con in evidenza, grazie ad una grafica accattivante, l'elenco di tutte le Divisioni del Gruppo. I**l 33% delle aziende coinvolte ha risposto richiedendo un appuntamento**.

caffegattinoniL'**operazione "CAFFÈ"** è stata destinata, invece, a un target di 100 aziende prospect (che organizzano grandi eventi) che non avevano mai lavorato con Gattinoni nel segmento Incentive & Events e Communication.

L’obiettivo era creare new business e fissare un appuntamento per presentare il Gruppo.
È stata sviluppata in fasi:
- i Responsabili interni delle aziende coinvolte, dopo un primo contatto via mail, ricevevano una busta di 1 kg di caffè sulla cui etichetta compariva il claim “Se trovi cinque minuti di tempo per noi, il caffè lo beviamo insieme”.
- Gli stessi interlocutori in seguito ricevevano una scatola personalizzata con 7 bustine di zucchero, su ciascuna delle quali compariva il logo di una delle Divisioni del Gruppo Gattinoni.
- Chi rispondeva fissando l’appuntamento riceveva una Mug in omaggio, brandizzata Gattinoni Viaggiare con Stile.
Il risultato sono stati **25 appuntamenti fissati, pari al 25% delle aziende contattate**.
L’ultima campagna **“NON TI SCORDAR DI ME”** si è rivolta, invece, a 130 aziende che in passato si erano già affidate a Gattinoni.
operazione non ti scordar di me 3L’obiettivo era la fidelizzazione, trasmettere il concept che Gattinoni non si occupa solo di viaggi ma anche di piccoli e grandi eventi.
La campagna ha fatto sì che i Responsabili interni delle aziende ricevessero una confezione con un seme da piantare e un bigliettino-segnalibro con all’interno una matita in legno, che recava il claim “nontiscordardime”.
La simbologia di un seme destinato a germogliare ben si addice al progetto di far crescere insieme operazioni di comunicazione, belle e piacevoli come fiori.
La campagna in questo caso è ancora in corso e non sono stati diffusi i risultati ma anche questo progetto evidenzia bene la strategia di acquisizione clienti del gruppo.
“L’originalità di queste ultime campagne di promozione ha riscosso successo – ha spiegato **Isabella Maggi**, Direttore Marketing & Comunicazione – perché spesso le aziende conoscono i propri obiettivi ma non necessariamente le strategie per raggiungerli e per loro è una garanzia affidarsi a organizzatori di comprovata esperienza e creatività. Oggi per eccellere nel mercato sono richieste tante competenze: dall’ideazione creativa alla declinazione nelle varie forme di comunicazione, dall’aiutare il cliente a focalizzare l’obiettivo alla gestione del problem solving durante lo svolgimento dell’operazione, dall’organizzazione dell’evento-viaggio-meeting alla complessa parte logistica. Il Gruppo Gattinoni, avendo al suo interno tante realtà, può svolgere attività di cross-selling in maniera privilegiata”.
Oltre all’expertise specifica nel campo del turismo, pesa la sfera creativa: event manager, art director, copy, grafici, registi per piccole produzioni fanno parte dello staff, arricchito da collaboratori esterni.
“Sfruttiamo gli strumenti di ultima generazione senza perdere quel sapore artigiano che ci contraddistingue – aggiunge **Samuele Rasola**, Direttore Creativo della Divisione Communication – Il nostro contributo creativo vuole essere un insieme di idee creative forti, in cui il capitale umano gioca un ruolo fondamentale e veicolate da un apparato potente per renderle vincenti”.