

IBM @ SMAU 2011

Obiettivi: presentare la novità assoluta, la piattaforma 'Touch Scope' nata per dimostrare al pubblico le nuove soluzioni in modo interattivo e integrato. Rafforzare il legame con i business partner e mostrarsi come una grande squadra.

Idea creativa e descrizione: per accrescere l'integrazione con i business partner è stato progettato un IBM Village, un grande stand il cui nucleo comprendeva gli spazi istituzionali IBM, mentre intorno venivano presentati i maggiori business partner. La parte centrale ospitava un'area Smarter Planet con delle esperienze clienti, un'area Smart Business con l'innovativa piattaforma di presentazione Touch Scope e un'area celebrativa dei 100 anni di IBM. Attraverso il Touch Scope, soluzione interattiva che consente la fruizione dei contenuti da parte dell'utente in modo autonomo o guidato, IBM ha potuto comunicare in modo personale con ogni cliente, che al termine poteva lasciare i propri dati e ricevere immediatamente via e-mail i contenuti da lui scelti e raccolti in un basket virtuale. Inoltre, è stata realizzata un'area relazionale a disposizione di IBM e BP per facilitare il confronto con i clienti, curata dal partner Partycolare fin nei minimi dettagli con degustazioni di vini selezionati e prelibatezze che hanno deliziato i palati degli ospiti.

Produzione Audio/Video/Luci: la componente video è stata fondamentale: sulle colonne esterne dello stand venivano proiettate immagini che illustravano la filosofia 'Smarter Planet' applicata alle varie soluzioni presentate. All'interno dello stand, su monitor, tavoli e iPad tutti rigorosamente touch grazie alla piattaforma Touch Scope, i visitatori avevano a disposizione un'ampia scelta di contenuti sulle diverse soluzioni fruibili sia in modo



autonomo che guidato dai Solution Matter Expert di IBM. **Allestimenti/Scenografie:** lo stand è stato concepito in modo che fosse il più aperto possibile per invitare il pubblico a entrare. Le colonne all'esterno mostravano i contenuti che IBM intendeva veicolare e all'interno contenevano i monitor per accedere al Touch Scope. La struttura open, ingegnerizzata e realizzata dal partner allestire Stipa di Milano, mirava a creare un'atmosfera professionale e di forte impatto.

Media Mix: la presenza di IBM a SMAU è elemento fondante per SMAU. I mezzi di promozione sono stati stampa, affissioni e comunicazioni attraverso Dem, Facebook, Twitter e vari Tgcom.

Risultati: 52.000 visitatori, 1.159 feedback, 19 interviste tv a personale IBM, 15 interviste tv a business partner, 61 giornalisti allo stand. Tre business partner hanno vinto il Politecnico contest 'Premio Innovazione ICT SMAU 2011' per le soluzioni innovative presentate.

[SCHEDA]

Organizzatore: Events & Exhibitions per George P. Johnson

Cliente: IBM Italia

Data: 19-21 ottobre 2011

Target: clienti, business partner

Location: Fieramilanocity, Milano

Budget: da 100.000 a 200.000 euro

Credits: Leonardo Melzi (direttore tecnico, ideazione), Micaela Cremonesi (concept strategy), Francesca Ghezzi (event manager e logistica), Mattia Zambianchi (technology manager), Valentina Zanoni (creatività grafica e testi), Enrico Ciprandi (ideazione e visual 3D), Stipa Milano (costruzione strutture, luci), Partycolare (catering/banqueting)