

# Speed Meeting l'evento che piace all'azienda



Massimizzare tempi e obiettivi. È questo il segreto di uno Speed Meeting di successo. Non stupisce, pertanto, se le strutture alberghiere preferite da multinazionali e non siano quelle dislocate in prossimità di aeroporti e uscite autostradali, per facilitare l'arrivo dei partecipanti provenienti da ogni angolo del globo. Il must: spazi per concedersi qualche momento di piacere e di evasione

Al bando tabelle di marcia estenuanti e riunioni troppo nozionistiche. La nuova frontiera dei business meeting sono incontri performanti ed efficaci che si svolgono nell'arco di una giornata. Meglio se in location strategiche

↔ Simona Lovati

**P**arola d'ordine: velocità. È stato così agli inizi del Novecento con l'avvento del Futurismo di Marinetti, che ha fatto di questa parola il credo di un gruppo di intellettuali che ha abolito dal proprio vocabolario la parola staticità contro ogni tipo di classicismo, a favore di tutto ciò che rac-

chiudeva il significato di movimento. Lo stesso, con un'accezione diversa, vale per la società odierna, focalizzata sull'ottimizzazione dei tempi (e dei costi), per raggiungere il migliore risultato possibile.

La *nouvelle vague*, ancora una volta, arriva dagli States e si chiama *Speed Meeting*. Si tratta di riunioni

e convention di breve durata, qualche ora o una giornata al massimo, che possono coinvolgere sia le divisioni interne all'azienda, sia gli interlocutori esterni, per fare il punto sulla situazione, oppure presentare un nuovo prodotto o progetto. I luoghi privilegiati? Gli hotel situati in luoghi nevalgici. In testa, quelli



nelle vicinanze di aeroporti e snodi autostradali, per agevolare lo spostamento dei partecipanti e cercare di coprire le lunghe distanze. Anche il nostro Paese sta iniziando a recepire questo modo di fare business, non senza gli opportuni adattamenti, per cercare di avvicinarlo al "pensiero mediterraneo".

### Chiarezza espositiva

«Il primo step per rendere davvero persuasiva una riunione», spiega **Roberto Re** (foto sopra), formatore e Mental Coach, «è appunto riuscire ad accorciarne i tempi. Non c'è motivo di esprimere un concetto in un'ora e mezza, se il medesimo effetto è raggiungibile anche in un quarto d'ora. Di contro, però, la velocità non deve mai andare a scapito dell'efficacia, né il tempo deve essere ritenuto l'unica unità di misura di un meeting. La chiave del successo rimane comunque il raggiungimento degli obiettivi».

### L'importanza del linguaggio

È questa la base imprescindibile dalla quale occorre partire per pianificare una convention. «Purtroppo, raramente in Italia i manager si mettono in discussione in materia di marketing e comunicazione», continua l'esperto, «e spesso il

messaggio non viene veicolato nel modo appropriato in relazione alla platea che si ha di fronte, correndo il rischio di parlare ascoltando se stessi, senza prestare attenzione al feedback degli interlocutori. Il motivo di questo gap risiede nel nostro retaggio culturale, che ha sempre messo al centro il peso dei contenuti anziché il risultato, a differenza di quanto accade nel mondo anglosassone. Basti pensare che ancora oggi i professori sostengono esami per dimostrare di conoscere la materia, ma mai per dare prova delle loro abilità comunicative, penalizzando anche gli alunni».

### Strategie logistiche e leisure time

Non esiste una regola universale, ma avere a disposizione punti di incontro facilmente raggiungibili rappresenta un grande vantaggio. «Questo vale soprattutto per le grandi società o multinazionali», commenta il Coach, «che hanno strutture di vendita o ramificazioni distribuite su tutta la Penisola, e non solo. Da qui, la semplificazione di organizzare meeting itineranti, per facilitare la presenza dei partecipanti. A meno che non ci sia l'interesse da parte dell'azienda di mostrare la propria sede operativa». Anche i momenti di svago giocano un ruolo da non trascurare. «Se non si tratta di puri momenti ricreativi studiati solo per rendere più glam un evento», chiosa Re, «sono una buona occasione per fare squadra al di fuori del rapporto di lavoro e generare energia positiva».

### Minima spesa, massima resa

Spesso, per elaborare una buona idea basta davvero poco. Lo conferma **Marina Barut** (a destra), PA della Direzione Generale & Travel Management di Carglass. «I nostri Speed Meeting sono rivolti alle risorse umane», spiega la manager, «durante la fase di interviste e colloqui per reclutare nuovo personale, oppure sono dedicati a presentazioni

importanti riservate a gruppi settoriali, in grado di realizzare in poche ore la mise en place di un nuovo progetto. Per questo motivo il numero di partecipanti è variabile, ma non supera mai le 15/20 persone. Anche il tempo a disposizione è concentrato: si parte da un minimo di due ore a un massimo di mezza giornata. Sul fronte location, è innegabile che la logistica gioca un ruolo fondamentale, quando la tempistica è davvero ridotta. Tutto poi dipende dalle esigenze di ciascun incontro. Negli ultimi tempi stiamo organizzando circa quattro meeting all'anno, in preparazione di eventi particolari».

Le strutture privilegiate dalla società sono quelle in prossimità degli aeroporti, come lo Sheraton Malpensa al Terminal 1 (vedi pag. 80) e il Novotel di Bologna San Lazzaro, così come destinazioni in punti strategici, quali l'AC Hotels Brescia e l'NH Hotel in zona Fiera a Milano. Il budget a disposizione è variabile a seconda della tipologia di congresso. In linea di principio, il costo di una sala riunioni per circa 15 persone si aggira attorno ai 200 euro. «Ciò che la nostra azienda ritiene indispensabile», conclude Barut, «è la supervisione da parte di un tecnico della struttura, per supportare ed eventualmente risolvere i problemi in corso d'opera, perché ci sono situazioni che noi non possiamo e non riusciamo a gestire da soli. Le apparecchiature e i servizi imprescindibili sono sistemi di videoproiezione e il wi-fi in ogni angolo dell'hotel». Un occhio di riguardo è rivolto alla presenza di una Spa o di un centro benessere, vivamente caldeggiata dai partecipanti ai nostri meeting, per beneficiare di qualche istante di relax dopo il lavoro. ■

