



VicenzaOro The Boutique Show, la fiera si trasforma in app Un po' mappa e un po' social network per buyers e espositori

Fiera di Vicenza spa

Omnys srl

Costruire comunità digitali

Sito web:

www.vicenzafiera.it

L'IDEA IN BREVE

La app VicenzaOro The Boutique Show è la nuova porta per accedere ai servizi e alle opportunità di VicenzaOro, salone leader mondiale nell'oreficeria ospitato dalla Fiera di Vicenza, tramite il proprio smartphone. Uno strumento agile e versatile che consente di visualizzare in una mappa gli spazi del quartiere fieristico, sfogliare le schede con informazioni e fotografie su ogni singolo espositore, pianificare il proprio percorso fra gli stand e organizzare incontri d'affari. Tutti questi servizi sempre a portata di mano, nel proprio smartphone. Inoltre, attraverso una mappatura dell'area fieristica con una serie di beacon, il visitatore viene automaticamente informato quando accede in uno specifico padiglione.

L'ESIGENZA

VicenzaOro è la manifestazione di punta del quartiere fieristico vicentino, ed è il punto di riferimento a livello globale per produttori, buyer e appassionati nel campo del gioiello e dell'oreficeria. La precedente versione della app – di fatto un catalogo on line degli espositori – era poco utilizzata. Con l'edizione di gennaio 2015 il Salone viene rivoluzionato con un nuovo e innovativo layout espositivo, percorso ragionato suddiviso per categorie merceologiche e affinità di prodotto: VicenzaOro The Boutique Show. Nasce così l'esigenza di avere uno strumento che raccolga il nuovo concept e agevoli la navigazione fisica all'interno del quartiere.

Uno strumento utile e interattivo, una sorta di guida personale all'interno dello spazio fieristico, in linea con la nuova filosofia che permea VicenzaOro, dove gli espositori sono disposti in "community" che definiscono stili e profili estetici e commerciali comuni. Diventa perciò utile consentire a chi arriva a Vicenza di costruirsi un percorso ragionato e prendere contatto in anticipo con gli operatori.

LA SOLUZIONE

La società fieristica ha coinvolto nella progettazione del nuovo strumento informatico gli sviluppatori di Omnys, società vicentina specializzata in applicazioni, siti web e soluzioni iBeacon realizzate su misura per le aziende. La parte principale della app consiste nell'elenco degli espositori di VicenzaOro, suddivisi per le nove community. L'utente può eseguire ricerche seguendo filtri come il nome, la tipologia di prodotto, la community di appartenenza. Ogni espositore ha a disposizione una scheda con gallery fotografica, descrizione dell'azienda, contatti, eventi o comunicazioni speciali. Dalla scheda si può risalire alla posizione dello stand, visualizzando la mappa del padiglione, inoltre gli stand possono essere raggruppati in liste personalizzate, di "preferiti" e di altro tipo. L'espositore può essere contattato con un messaggio privato tramite la app, per organizzare un appuntamento di business.

L'app diventa di fatti uno strumento per il visitatore che può così scambiare dei messaggi direttamente con l'espositore per poter pianificare un incontro, oltre che pianificare dei percorsi di visita personali.

L'applicazione ha un corrispettivo online sul web, altro punto di accesso oltre allo smartphone: il profilo è



sincronizzato con le informazioni della app. È possibile completare l'autenticazione con un doppio livello: quello "light" attraverso una semplice e veloce registrazione tramite l'app, oppure quello completo tramite pre-registrazione con login e password.

L'esigenza di aiutare il visitatore ad orientarsi all'interno dell'ampio spazio fieristico è stata risolta installando diversi beacon in diversi punti in tutta l'area, cioè piccoli dispositivi che, attraverso la tecnologia Bluetooth Low Energy, sono in grado di trasmettere informazioni agli smartphone con un raggio di azione regolabile dai 10 centimetri ai 70 metri. Grazie a questa copertura, infatti, il visitatore che ha scaricato l'app viene automaticamente informato quando entra in un nuovo padiglione. Questa funzionalità è in via di estensione per l'edizione di gennaio 2016.

IL CAMBIAMENTO

La app è stata pubblicata in via sperimentale durante la Manifestazione VicenzaOro January di gennaio 2015, e all'edizione di settembre VicenzaOro September 2015 è stata lanciata con l'appoggio di una campagna di comunicazione. Nel complesso fra i due Saloni sono stati registrati 6 mila download della app. «Abbiamo ricevuto numerosi attestati di stima soprattutto da parte dei grandi buyers provenienti dall'estero, Stati Uniti, Cina e Russia – dice Michele Zanandrea, Web & Graphic Manager di Fiera di Vicenza Spa – Questi operatori sono così incentivati a sfogliare il catalogo degli espositori e a pianificare la propria visita a VicenzaOro tramite la app, qualche giorno prima di partire oppure durante il volo in aereo verso l'Italia».

Un'innovazione importante è poi la progressiva dematerializzazione del catalogo, sempre più sostituito dalla app.

L'AZIENDA

Fiera di Vicenza opera nell'organizzazione di eventi fieristici ed è considerata top player nel mondo per il settore orafa-gioielliero grazie alla Manifestazione VICENZAORO, brand esportato alle più prestigiose fiere internazionali: Hong Kong, Las Vegas, San Paolo, Mumbai e Dubai. L'expertise della società riguarda anche gli eventi dell'area lifestyle&innovation, riferiti a diversi comparti: comfort e stile di casa, hunting, target sports e individual protection, pesca, sport all'aria aperta, mostre-atelier dedicate alla manualità creativa, innovazione tecnologica nel settore medico-farmaceutico, motori e bicicletta, turismo universale. Oltre che come business hub, Fiera di Vicenza agisce come cultural hub, favorendo la cultura imprenditoriale Made in Italy, la circolazione di idee e informazioni per la crescita del sistema economico, con un'attenzione particolare agli aspetti della responsabilità sociale d'impresa. Nel nuovo centro congressi accoglie grandi congressi, workshop, seminari ed eventi formativi di livello nazionale e internazionale. Con un team di 87 dipendenti, una superficie espositiva di 60 mila metri quadri e ricavi per 32,1 milioni di euro, nel 2014 Fiera di Vicenza ha organizzato direttamente 15 manifestazioni internazionali e nazionali nelle aree jewellery e lifestyle&innovation. La società ha anche allestito oltre 100 tra convegni, assemblee, meeting e seminari, alcuni di profilo internazionale.