

I samaritani si presentano



Guida per fiere ed esposizioni

Indice

Decisione di partecipazione a un'esposizione 1	Pagina 4
Intenzione di partecipare a un'esposizione	
Trovare possibilità d'esposizione	
Formulazione degli obiettivi	
Contenuti e attività	
Iscrizione	
Pianificazione della partecipazione a un'esposizione 2	6
Ideazione dello stand	
Pianificazione delle scadenze	
Ordinazioni	
Finanze	
Allestimento dello stand espositivo 3	8
Media e comunicazione	
Impiego di Personale	
Organizzazione dell'esposizione	
Materiale per lo stand e attrezzatura	
Gestione dello stand espositivo 4	10
Contatti con i visitatori	
Comportamento nello stand	
Controlli	
Smontaggio dello stand e valutazione dell'iniziativa 5	12
Smontaggio dello stand	
Valutazione	
Liste di controllo (1-5)	14
«Vademecum della fiera»	17
TOP 10 – Argomenti per aderire alla sezione samaritana	19

Editoriale

Presentarsi mostrando fiducia in se stessi!

Le sezioni samaritane, le associazioni cantonali e la Federazione svizzera dei samaritani devono farsi notare continuamente per non finire nel dimenticatoio – durante fiere ed esposizioni locali, regionali e nazionali, durante la colletta dei samaritani ma anche nel servizio sanitario e durante azioni di donazione del sangue – semplicemente in ogni possibile occasione!

Rendiamo vivibile il marchio «samaritani»! Mostriamo i nostri valori! Mostriamo ciò che facciamo! Presentiamo le nostre specialistiche conoscenze tecniche in materia di primi soccorsi! Il logo dei samaritani è autentico, puro, svizzero, prezioso e simpatico. Un marchio di successo!

Siamo l'organizzazione di volontari più grande della Svizzera nel settore dei primi soccorsi, con circa 30'000 soci. In Svizzera siamo leader per i corsi soccorritori, con oltre 50'000 partecipanti all'anno. Siamo leader nel servizio sanitario in innumerevoli eventi di piccole e grandi dimensioni nello sport, nella cultura e nell'economia.

Siamo leader nel servizio di trasfusione di sangue in Svizzera nelle azioni di donazione del sangue regionali. Le sezioni samaritane sono attive in tutto il territorio elvetico e in tutte le regioni linguistiche; esse sono apprezzate e saldamente ancorate. Ben 1'150 sezioni samaritane assicurano una maggiore sicurezza nel nostro Paese. I nostri servizi sono apprezzati dalla popolazione.

Le samaritane e i samaritani aiutano le persone!

Dobbiamo fare in modo che i nostri servizi non vengano considerati come una cosa ovvia dalle autorità politiche e dalla popolazione. Le samaritane e i samaritani sono pronti e addestrati per intervenire ogni qualvolta si verifica un evento di una certa entità (caduta di valanghe, catastrofi naturali, incidenti stradali ecc.).

Le persone coinvolte in questi eventi sono sempre felici di trovarci sul posto poiché le samaritane e i samaritani aiutano la popolazione.

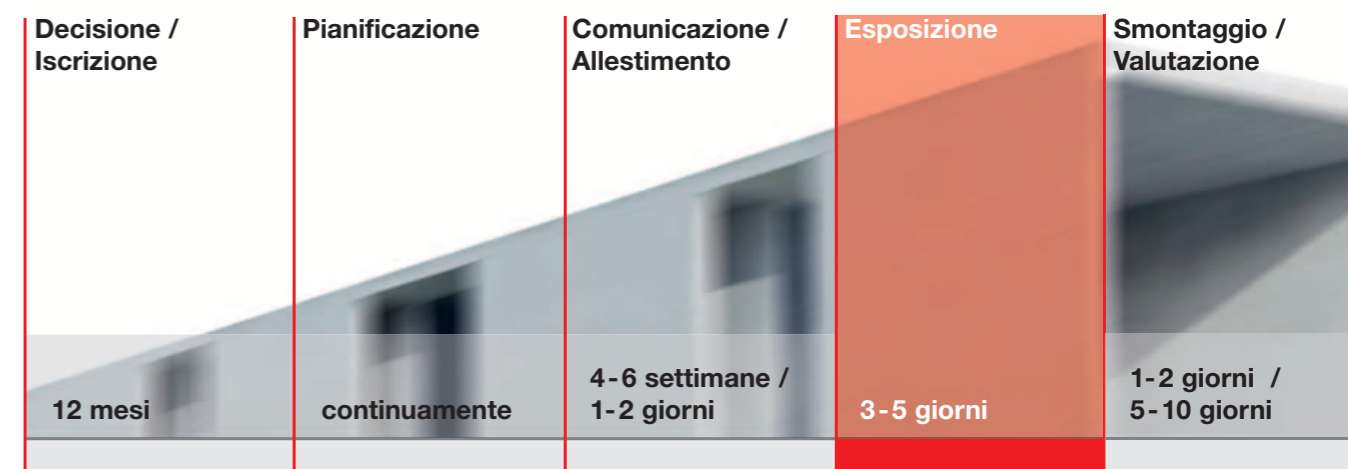
Mostriamo nelle nostre iniziative di presentazione che essere attivi in una sezione samaritana non è solo un «trend» ma molto di più! Mostriamo la versatilità delle nostre attività! Mostriamo che noi, con i nostri corsi per la popolazione «Emergenze con i bambini» ed «Emergenze nello sport», con corsi specifici per aziende, corsi per emergenze cardiache ecc. siamo all'avanguardia!

La presente Guida vuole assistere le sezioni samaritane e le associazioni cantonali nella presentazione della varietà del lavoro dei samaritani.

Non dobbiamo nasconderci. Oggi e in futuro mostriamo la nostra autostima! Secondo lo slogan: «Fai del bene e parlane!»

Vi auguriamo tanto successo.

Gery Meier, Responsabile Marketing
Federazione svizzera dei samaritani



Decisione di partecipazione a un'esposizione 1

Gli obiettivi esprimono come deve agire un proposito e cosa si vuole raggiungere. Gli obiettivi di un'iniziativa di presentazione dei samaritani sono molteplici. Alcuni possibili obiettivi sono elencati nella lista riportata a lato. Nel vostro caso, in qualità di espositori dovete chiarire quali sono gli obiettivi concreti da raggiungere attraverso la vostra iniziativa.

Una volta chiariti gli obiettivi della vostra iniziativa, bisogna vagliare la modalità per raggiungerli. Si deve individuare la procedura e stabilire misure concrete.

In particolare si tratta di definire quali sono i contenuti da presentare e quali sono le attività da svolgere nello stand. Quali corsi, quali servizi volete pubblicizzare?

Dopo l'esposizione è prima dell'esposizione

Un'esposizione non può essere realizzata ovunque e in qualsiasi momento. Ci sono iniziative di presentazione che possono essere realizzate solo in determinate circostanze.

Un tipico esempio per una sezione samaritana è rappresentata da un'esposizione commerciale locale. Ma anche il normale servizio sanitario offre l'occasione per «presentarsi».

In qualità di responsabili della sezione dovete sempre tenere gli occhi ben aperti, per scorgere occasioni per un'esposizione – e questo con il dovuto anticipo.

Se avete deciso di partecipare a un'esposizione, dovete osservare bene le date, soprattutto il termine ultimo d'iscrizione.

Trovare possibilità d'esposizione

- Calendario degli eventi del Comune, del Cantone
- Quotidiani e giornali di annunci locali
- Servizi sanitari
- Colletta dei samaritani
- Servizio di trasfusione di sangue

Possibili obiettivi qualitativi di un'iniziativa

- Aumentare il grado di conoscenza dei samaritani.
- Mostrare ciò che facciamo.
- Aumentare il grado di conoscenza della sezione.
- Acquisire nuovi soci.
- Invogliare i soci passivi a fare donazioni.
- Acquisire partecipanti ai corsi.
- Instaurare nuovi contatti con la popolazione.
- Instaurare nuovi contatti con partner.

Possibili obiettivi quantitativi di un'iniziativa

- 500 visitatori hanno visitato lo stand.
- 50 colloqui con visitatori.
- Identificati 10 nuovi potenziali soci.
- Distribuiti 100 programmi di corsi.
- Acquisiti 20 partecipanti ai corsi.

Possibili gruppi target

- Popolazione del Comune
- Popolazione della regione
- Ex frequentatori di corsi
- Clienti aziendali
- Partner e sponsor

Iscrizione

- Individuare anzitempo il termine ultimo d'iscrizione.
- Collegare l'iscrizione a un contatto personale.

Posizionamento

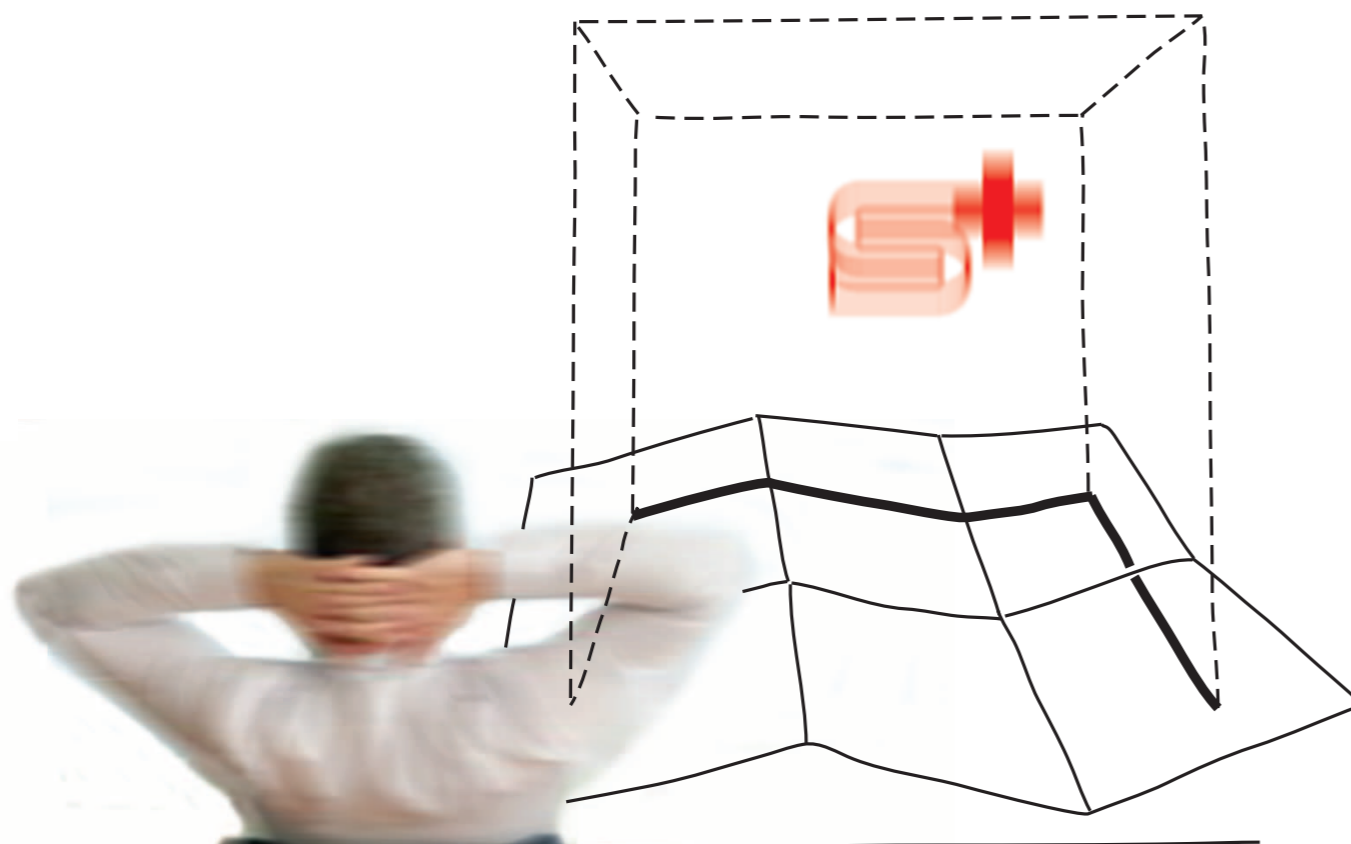
- Cercate di ottenere una posizione favorevole per voi:
 - nel primo terzo del flusso di visitatori
 - sul lato destro del senso di marcia dei visitatori
- Volete allestire uno stand all'aperto?
- Volete collocarvi nei punti d'attrazione dei visitatori come WC, bar, ristoranti, servizi d'informazione dell'esposizione?
- Sussiste la possibilità di coinvolgere espositori con cui condividere lo spazio?
- Se non si vuole uno stand individuale: sussiste la possibilità di partecipare a uno stand comune?
- Al posto di uno stand, volete essere presenti con altre misure?
 - con prospetti
 - con manifesti
 - distribuendo materiale informativo
 - con eventi in seminari ed eventi specifici

Misure

- Stabilire il punto focale, la tematica.
- Coinvolgere partner.
- Definire il messaggio – focalizzarsi su *un* argomento, ciò potenzia l'effetto ed è più semplice per il Personale dello stand.

Personale

- C'è un numero sufficiente di samaritane e samaritani motivati per dare una mano all'esposizione?



Pianificazione della partecipazione a un'esposizione 2

La pianificazione della partecipazione a un'esposizione inizia con l'organizzazione dell'iniziativa di presentazione. Quando questa è stata completata, si passa a definire e a pianificare le singole misure. Per l'organizzazione sono determinanti da un lato gli obiettivi dell'iniziativa, dall'altro le prescrizioni dell'organizzatore.

Definizione della tematica

Può essere d'aiuto identificare uno slogan. Gli elementi espositivi, ovvero lo stand, le azioni e il personale dello stand devono essere scelti in conformità. Vale la pena realizzare uno schizzo o addirittura un modellino dello stand, a seconda dell'importanza dell'esposizione. In tal modo, i responsabili possono farsi un'idea precisa delle procedure e degli elementi da procurare.

Se possedete un vostro stand espositivo è necessario stabilire per tempo se occorre apportare delle migliorie a livello tecnico e strutturale, o se per l'ideazione e l'allestimento è necessario rivolgersi a un costruttore di stand.

Attraverso l'ideazione dello stand favorite o no l'ingresso di un visitatore nello stand. Fattori importanti sono la luce (le persone guardano là dove c'è una buona illuminazione) e il rumore. Ci sono anche elementi d'attrazione che costano poco come, per esempio, supporti con borse per il materiale informativo (prospetti) o un cestino di frutta con mele – piazzati in modo tale che i visitatori non sono costretti a entrare nello stand ma possono servirsi in modo «anonimo». Questa è l'occasione per avviare un colloquio con i visitatori.

Nella pianificazione dei dettagli si simula lo svolgimento dell'allestimento, ovvero immaginandosi ogni singola fase, per pianificare tutte le misure nella giusta sequenza.



Direttive determinanti

- Le norme dell'organizzatore devono essere studiate con attenzione per evitare spiacevoli sorprese.

Ideazione dello stand

- All'occorrenza, richiedere offerte presso diversi costruttori di stand:
 - tipo di costruzione
 - suddivisione degli spazi
 - scelta dei colori
 - tipo di rivestimento del pavimento
 - pareti e rivestimenti
 - scritte (interne ed esterne)
 - struttura del soffitto (aperta o chiusa)
 - illuminazione (interna ed esterna)
 - decorazione (interna ed esterna)
- La FSS dispone di pareti espositive a noleggio; prenotatene una con il dovuto anticipo al numero telefonico 062 286 02 28.
- La FSS vi offre la possibilità di acquistare uno stand (una parete espositiva con bancone, bandiera dei samaritani ecc.) a condizioni vantaggiose.
- Inoltre, la FSS dispone anche di elementi d'arredo e decorativi:
 - sedie da campeggio, tovaglie in pellicola, tovaglioli, Sami di peluche ecc.
 - manifesti, volantini, cartoline da compilare e stampare (disponibili all'incirca da metà 2011)
 - gadget, come caramelle morbide e allo zucchero d'uva, confezioni di cerotti, opuscoli ecc.
- Bandiere dei samaritani
- Tutti questi articoli si trovano sul sito www.samaritani.ch oppure shop.samariter.ch.

Elementi di presentazione

- Ciò che il visitatore deve leggere, deve trovarsi all'altezza degli occhi o al di sotto. Pochi si fermano a leggere uno slogan lungo più di una riga.

- Display per oggetti espositivi, vetrine espositive
- Mezzi di presentazione (per es. filmati)
- Immagini, manifesti
- Foto, grafici
- Schermo

Pianificazione delle scadenze

- Lo scopo del piano date è quello di far sapere ai partecipanti ciò che devono consegnare e con quali tempistiche.
- Un diagramma a barre è utile per una panoramica.

Finanze

- Le spese e le entrate dell'iniziativa di presentazione vanno inserite nel budget per poi essere conteggiate di continuo.
- Spese: Personale, noleggi, equipaggiamento, comunicazione, catering e assicurazione
- Entrate: sponsor, budget annuale
- Verificate se è necessario assicurare oggetti, materiale e persone.
- Le sezioni samaritane e le associazioni samaritane hanno la possibilità di stipulare, attraverso la FSS, un'assicurazione sull'inventario volontaria a breve termine (*allegato 1 a ZO 273*).

Allestimento dello stand espositivo **3**

Impiego di personale

Anzitempo, prima dell'allestimento dello stand espositivo, è necessario pianificare l'impiego del personale. Vi sono tre fasi:

- allestimento
- utilizzo
- smontaggio

Inoltre, devono essere stabiliti le funzioni (ruoli) e i tempi d'impiego, dopodiché si assegnano le persone. Se ciò viene eseguito con la dovuta accuratezza, si evita che persone instancabili vengano sovraccaricate e siano alla fine demotivate. Si raccomanda di riunire in precedenza il personale in un giorno o in una serata informativa per discutere i punti più importanti. Qui è possibile esercitarsi a condurre colloqui con i visitatori.

Comunicazione

All'incirca 6 settimane prima dell'inizio dell'esposizione è necessario organizzare tutte le misure per i media e la pubblicità.

Organizzazione dell'esposizione

Solo poco prima dell'allestimento dell'esposizione è possibile chiarire tutti i dettagli relativi all'organizzazione. Ne fanno, per esempio, parte i parcheggi, il servizio di pulizia, il servizio di vigilanza, eventi speciali ecc.

Presa in consegna dello stand dall'organizzatore

Per la presa in consegna dello stand dall'organizzatore vale la pena farsi rilasciare una ricevuta sulla quale compaiono tutte le voci ordinate. Questo documento funge da lista di controllo al momento della presa in consegna e della restituzione. Al momento della restituzione dopo l'esposizione il documento va fatto controfirmare dall'organizzatore.

Controllo del materiale

Non appena viene fornito il materiale per l'esposizione è necessario controllare e spuntare le singole posizioni in funzione delle ordinazioni.

Allestimento

Infine viene allestito lo stand espositivo. Non appena lo stand e l'arredo sono sistemati, si procede alla pulizia dello stand. Solo successivamente si introduce l'intero materiale.

Comunicazione

- Coordinare la comunicazione con le normali attività di comunicazione.
- Organizzare le azioni di direct mail, definire i destinatari.
- Misure PR
- Programmare i contatti con i media.
- Informare i media e cercare di far realizzare articoli redazionali, soprattutto quando nello stand viene presentata una speciale attrazione o una novità.
- Se l'evento è organizzato dai samaritani, predisporre la pubblicità (manifesti, annunci ecc.); altrimenti se ne deve occupare l'organizzatore dell'esposizione.
- Predisporre le informazioni sulla pianificata iniziativa di presentazione sul proprio sito Web ed eventuale pubblicità su banner per la corrispondenza di posta elettronica.
- Predisporre inserzioni in diversi calendari delle manifestazioni nei media, su Internet ecc.
- Inviare inviti (eventualmente con biglietti d'ingresso o buoni equivalenti) ai gruppi target.

Funzioni e responsabilità

- Responsabili dell'esposizione
- Briefing dei partecipanti
- Acquisto di materiale
- Costruzione dello stand
- Vitto
- Statistiche
- Reportage (immagini, testi)

Trasporti

- Il trasporto del materiale fino al luogo dell'esposizione deve essere organizzato.
- Bisogna prestare molta attenzione al trasporto all'interno di un padiglione (spazio limitato, scale, montacarichi).



Gestione dello stand espositivo 4

Impiego di personale

Le responsabilità devono essere definite con chiarezza anche durante l'esposizione. In particolare, ogni persona deve essere informata e istruita all'«inizio del turno». In caso di impiego prolungato è importante che ogni persona faccia regolarmente una pausa. Anche in questo caso occorre monitorare.

Contatti con i visitatori

I contatti con i visitatori costituiscono il punto centrale dell'esposizione. Dopo l'esposizione bisognerebbe fare, da un lato, una valutazione statistica, dall'altro utilizzarli in maniera diretta. Ciò richiede una registrazione continua di determinate informazioni. I reportage mediante foto e testi possono essere utilizzati per il giornale aziendale e per il sito Web, e successivamente spediti eventualmente agli ospiti.

Comportamento nello stand

Il successo di un'iniziativa di presentazione dipende in primo luogo dal comportamento del personale nello stand. L'ideazione dello stand viene posto in secondo piano rispetto al comportamento del personale presente nello stand.



Cosa non fare per evitare di tenere lontano i visitatori

- Stare con le gambe larghe davanti allo stand espositivo e osservare intensamente in direzione del flusso dei visitatori. Ogni visitatore in arrivo si sottrarrà ovviamente al vostro approccio.
- Domandare ai visitatori come potete aiutarli. Vi risponderanno di non avere bisogno di nulla e se ne andranno.
- Sedersi al bar, giocare con un bicchiere e scherzare con un'altra samaritana. I visitatori si accorgeranno subito di non essere i benvenuti e manterranno cortesemente le distanze.



Come invogliare a visitare uno stand

- Distribuite piccoli regali o buoni, senza posizionarvi troppo distanti dallo stand ma neanche impedendo l'accesso.
- Distribuite tagliandi del concorso che possono essere compilati solo nello stand.
- Posizionatevi sul percorso, per frenare il flusso di visitatori (effetto imbuto, idealmente in due).
- Attendete fino a quando il cliente non si trova nei pressi dei prospetti e legge le vostre informazioni. Andategli incontro e salutategli con un sorriso presentandovi per esempio così: «Buongiorno, sono Valérie Cazzin.» – pausa – e attendete che il vostro interlocutore si presenti a sua volta. Porgete la mano. Poi: «Cosa sa della nostra organizzazione?...»
- Esercitatevi prima con la vostra presentazione ai visitatori!
- Concentratevi su un oggetto dell'esposizione. Il visitatore vi osserverà e in questo modo sarà più facile avviare un colloquio.

Registrazione dei dati

- Il numero dei visitatori passanti viene solo stimato.
- Il numero dei visitatori nello stand viene contato.
- Ogni visitatore viene possibilmente identificato.
- Vengono annotate parole chiave per ogni colloquio.
- Prendere possibilmente nota dell'indirizzo dei visitatori.
- Annotare immediatamente idee migliorative.

Caso speciale per lo stand dei samaritani

Se un visitatore di un'esposizione ha un «bobo», si attende l'aiuto dai samaritani, anche in uno stand espositivo. A seconda delle circostanze si può fornire un aiuto immediato o accompagnarlo presso il servizio sanitario.

Per il «Vademecum della fiera» vedi Lista di controllo 4!

Smontaggio dello stand e valutazione dell'iniziativa **5**

Smontaggio dello stand

L'intero personale dello stand attende «ardentemente» la fine dell'esposizione. In questo momento è quindi molto importante che i responsabili tengano la procedura sotto controllo. Innanzitutto bisogna mettere al sicuro gli oggetti di valore. Poi si deve prendere il materiale depositato per gli imballaggi. A questo punto, tutto il materiale viene rimosso. Solo ora si può procedere con lo smontaggio dello stand. Alla fine si pulisce l'area dello stand.

Se possibile, la restituzione deve avvenire a un rappresentante dell'organizzatore. In questo caso fategli firmare la ricevuta di consegna.

Valutazione dell'iniziativa

La valutazione dell'esposizione inizia con un debriefing giornaliero. Questo permette di adottare subito dei miglioramenti durante l'esposizione.

Al termine dell'esposizione si procede alla raccolta e alla valutazione dei dati:

- Verifica del rispetto del preventivo costi.
- Valutazione statistica rispetto all'anno precedente o un'altra manifestazione.
- Annotazione di proposte migliorative per occasioni future.

Dopo l'esposizione bisogna sfruttare le fatiche fatte:

- Cosa succede ora con tutti i contatti?
- Come e chi si occuperà di ciò?
- In che modo i visitatori della fiera diventano donatori, soci, partner?

Valutazione interna

- Idee di miglioramento dello stand.
- Idee di miglioramento della pianificazione.
- I danni dovuti al trasporto possono essere riparati e/o devono essere comunicati all'assicurazione?
- Confrontare i calcoli e le spese effettive.
- Analizzare le cause di eventuali scoperti di conto, in modo da evitare di ripetere gli stessi errori in futuro.
- Raccogliere tutti gli appunti dei colloqui, i tagliandi, gli ordini e le statistiche sui visitatori.
- Valutare e raggruppare gli articoli e i comunicati stampa generali.
- Redigere un rapporto dell'esposizione su concetto, svolgimento, quote di visitatori, colloqui, opinioni.
- Ringraziare tutti i partecipanti, eventualmente organizzare un pranzo per gli aiutanti.

Valutazione esterna

- Valutare il concorso.
- Valutare gli appunti e sbrigare chiarimenti in sospeso.
- Registrare gli indirizzi dei visitatori dello stand nella banca dati degli indirizzi.
- Rimanere in contatto con i visitatori dello stand: per esempio inviare una lettera di ringraziamento per la visita allo stand con un invito alla prossima esercitazione, al prossimo evento di donazione del sangue ecc. L'ideale sarebbe far pervenire con regolarità relative news ai visitatori dello stand, eventualmente sotto forma di newsletter.
- Invitare e accompagnare personalmente alle giornate di prova le persone interessate a diventare soci.
- Informare gli interessati a partecipare a un corso sulle date dei prossimi corsi desiderati.
- Telefonare è meglio che scrivere. Chiamate personalmente il cliente e non lasciatevi bloccare dalla segretaria.
- Meglio farsi sentire troppo presto che troppo tardi. Chiamate quindi pochi giorni dopo la conclusione della fiera.
- Comporre un comunicato stampa «I samaritani si mostravano attivi» (con foto) vedi guida pratica «Comunicare con i media».



Lista di controllo

Decisione di partecipazione a un'esposizione

1

Occasioni per un'esposizione

- Valutazione del programma annuale dell'associazione commerciale.
- Sensibilizzazione dei membri del comitato; trovare occasioni per realizzare un'esposizione.
- Un'esposizione è contenuta nel budget.
- La data d'iscrizione è nota.

Obiettivi

- Formulazione degli obiettivi dell'esposizione.
- Definizione del gruppo target.
- Formulazione della procedura per raggiungere l'obiettivo.
- Definizione di possibili partner.
- Definizione di possibili sponsor.
- Definizione dei servizi e dei prodotti da esporre.
- Definizione delle priorità.

Iscrizione

- L'esecuzione dell'esposizione è decisa dal comitato.
- La persona designata per l'esposizione è stata definita.
- L'iscrizione presso l'organizzatore è stata effettuata.
- Segnalazione delle preferenze del luogo.
- La documentazione dell'organizzatore è disponibile.

Norme per l'esposizione

- Analisi del contratto con l'organizzatore.
- Le norme per la costruzione dello stand sono note.
- Le norme per la costruzione stabilite dalla Polizia sono note.
- Le norme stabilite dai Vigili del fuoco sono note.
- Le norme di diritto aziendale sono note.
- Le norme di diritto del lavoro sono note.
- Le norme di diritto del copyright sono note.
- Le norme d'assicurazione sono note.
- Le norme per l'installazione sono note.
- I parcheggi sono noti.
- L'inserimento nell'elenco degli espositori è avvenuto.
- Verifica dell'uso di materiale pubblicitario dell'organizzatore (manifesti, adesivi, opuscoli).

Contenuti da presentare

- Corsi
- Cooperazione
- Collaborazione con i Vigili del fuoco
- Impieghi locali noti dal passato
- Defibrillatore

Attività nello stand

- Dimostrazione BLS/AED con coinvolgimento del pubblico.
- Truccatura o applicazione di fasciature (i bambini si divertono e voi avete la possibilità di instaurare un colloquio con i genitori).
- Misurazione della pressione sanguigna.
- Vendita di articoli per i primi soccorsi (prelevate la merce necessaria presso l'apposito servizio).
- Testate i visitatori e fate loro applicare una fasciatura.
- Creare un concorso, per esempio:
 - Ponete tre domande sulle attività o sugli elementi espositivi nel vostro stand.
 - Ponete domande sui servizi dei samaritani o sull'argomento dei primi soccorsi.
 - Organizzate un concorso di disegno per bambini «Disegna il tuo Sami preferito» (nel marasma dell'esposizione i bambini sono felici di avere un attimo di tregua e voi avete la possibilità di parlare con i genitori).
 - Appendete i Sami di peluche in tutto lo stand e invitate i visitatori a stimarne il numero.
- Fatte presente la vasta gamma di corsi specialistici agli altri espositori.
- Integrare gruppo della gioventù samaritana Help
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Lista di controllo

Pianificazione della partecipazione a un'esposizione

2

Ideazione dello stand

- Le misure dello stand sono note.
 - larghezza dello stand: _____
 - profondità dello stand: _____
 - altezza dello stand: _____
- Forma dello stand (rettangolare, stand di testa, stand ad angolo, blocco).
- Il costruttore dello stand è stato definito.
- La proposta d'ideazione dello stand è disponibile.
- La direzione di marcia dei visitatori rispetto allo stand è stata considerata.
- Le bacheche, gli scaffali, le vetrine sono disponibili in numero sufficiente per la presentazione dei prodotti.
- I posti per i colloqui sono stati previsti.
- Il punto d'attrazione per i visitatori è stato previsto.
- Lo spazio adibito al deposito è sufficiente per il materiale e il cibo.
- L'ideazione dello stand è conforme alle norme.
- L'ideazione dello stand è conforme al budget.
- L'ideazione dello stand è approvata.

Piano date

- Il piano date è stato redatto (chi, cosa, quando).
- Il diagramma a barre è stato redatto.

Ordini

- La costruzione dello stand è stata attribuita.
- L'allacciamento elettrico è stato ordinato.
- L'illuminazione è stata ordinata.
- L'allacciamento dell'acqua è stato ordinato.
- L'allacciamento dell'aria compressa è stato ordinato.
- L'allacciamento del telefono è stato ordinato.
- L'allacciamento a Internet è stato ordinato.
- L'allacciamento della TV via cavo è stato ordinato.
- Le sedie sono state ordinate.
- Le vetrine sono state ordinate.
- Le bacheche sono state ordinate.

Trasporto

- Il trasporto del materiale per l'esposizione è stato organizzato.
- I mezzi di trasporto nel padiglione sono stati organizzati.
- Il trasporto di ritorno è stato organizzato.

Allestimento dello stand

- Vedi Lista di controllo 3

Materiale pubblicitario

- I prospetti sono stati ordinati.
- I listini prezzi sono pronti.
- Gli omaggi pubblicitari sono stati ordinati.
- Le borse sono state ordinate.
- I formulari per gli appunti dei colloqui sono stati stampati.
- I biglietti da visita sono stati ordinati.
- Il concorso è stato organizzato.
- Il materiale per i media è pronto (testi e immagini).

Assicurazioni

- L'assicurazione del trasporto è stata stipulata.
- L'assicurazione sulla responsabilità civile è stata stipulata.

Finanze

- Le posizioni di spesa sono state elencate.
- Le posizioni delle entrate sono state elencate.
- La contabilità è stata organizzata.

Stampate una copia di questa lista di controllo! Depennate tutte le posizioni che non volete eseguire! Inserite altre posizioni che ancora mancano! Spuntate ogni posizione eseguita!

www.samaritani.ch/de/i/esposizione1.html

Stampate una copia di questa lista di controllo! Depennate tutte le posizioni che non volete eseguire! Inserite altre posizioni che ancora mancano! Spuntate ogni posizione eseguita!

www.samaritani.ch/de/i/esposizione2.html

Lista di controllo

Allestimento dello stand espositivo

3

Impiego del personale

- Le funzioni d'allestimento sono state stabilite.
- Il piano d'intervento per l'allestimento è stato stabilito.
- Le funzioni per la gestione sono state stabilite.
- Il piano d'intervento per la gestione è stato stabilito.
- Le funzioni per lo smontaggio sono state stabilite.
- Il piano d'intervento per lo smontaggio è stato stabilito.
- I pernottamenti sono stati organizzati.
- I trasporti del personale sono stati organizzati.
- Le direttive per l'abbigliamento sono state definite.
- Le targhette nominative per il personale sono disponibili.

Comunicazione

- I responsabili della comunicazione sono stati definiti.
- I contatti con i media sono stati organizzati.

Organizzazione dell'esposizione

- Le date di consegna e allestimento sono state coordinate.
- Le chiavi per i locali sono disponibili.
- Il trasporto nel padiglione è stato definito.
- I parcheggi e gli appositi biglietti per il personale sono stati definiti.
- La segnaletica stradale è stata posata.
- La sistemazione del materiale per l'imballaggio durante l'esposizione è stata definita.
- La pulizia dello stand prima, durante e dopo l'esposizione è stata organizzata.
- Lo smaltimento dei rifiuti prima, durante e dopo l'esposizione è stato garantito.
- È stato verificato cosa prevede il contratto.
- I pass per l'esposizione sono stati ordinati.
- I buoni d'ingresso per i clienti VIP sono stati ordinati.
- La sorveglianza dello stand è stata organizzata.
- Le informazioni sull'intero evento sono disponibili.

Materiale per lo stand

- Pareti divisorie
- Tavoli, sedie, sgabelli da bar
- Elementi del bar
- Frigorifero
- Macchina del caffè
- Luce
- Sistema altoparlanti

Equipaggiamento

- Cassetta degli attrezzi
- Cavi di prolunga
- Lavagna luminosa, beamer
- Diashow
- Computer
- Decorazione
- Fiori, piante
- Tovaglie
- Stoviglie: piatti, forchette, cucchiari, bicchieri, tazze,
- Tovaglioli
- Apribottiglie, cavatappi, apriscatole
- Vassoi
- Strofinacci, secchi di plastica, materiale per la pulizia, pattumiera
- Sacchi dei rifiuti
- Cassetta dei soldi
- Moneta
- Urne per il concorso
- Penne a sfera
- Materiale sanitario
- Caffè, zucchero, tè
- Lista dei numeri cellulari del Personale dello stand
- Rubrica telefonica con numeri importanti
- Formulario di contatto

Lista di controllo

Gestione dello stand espositivo

4

Controlli prima dell'inizio dell'esposizione

- Tutte le consegne ordinate sono state controllate.
- Lo stand è stato realizzato secondo i piani e le istruzioni.
- Tutti gli oggetti di allestimento sono presenti e funzionanti.
- Gli apparecchi tecnici sono stati provati la sera precedente.
- Il materiale pubblicitario è disponibile.
- Le bevande e gli snack sono disponibili.
- Il telefono o il cellulare funziona.
- I vicini sono stati salutati e invitati.
- Il Personale dello stand è informato e istruito.
- Il Personale dello stand è informato sulla modalità d'esecuzione della statistica dei visitatori.
- Chiunque è in grado di presentare i samaritani in 30 secondi (argomenti TOP 10, vedi pagina 19).

Controlli durante l'esposizione

- L'abbigliamento del personale è appropriato.
- Il comportamento del personale è consono.
- Il personale effettua le pause.
- I cambi del personale avvengono secondo programma.
- Il materiale pubblicitario è disponibile.
- La statistica dei visitatori viene eseguita.
- Il debriefing al termine di ogni giornata viene eseguito.
- Le foto e le riprese filmate sono state fatte.

Comportamento nello stand «Vademecum della fiera»

- Concentratevi sul visitatore con il quale state parlando.
- Qui rientra anche il contatto visivo. Non osservate assolutamente persone che passano dietro al vostro interlocutore.
- Mantenete una certa distanza dal vostro interlocutore, altrimenti violate la sua sfera intima.
- Non parlate a voce alta, altrimenti sembrerete prepotenti e ampollosi.
- La vostra voce deve essere tranquilla, con un tono regolare, adeguata a quella del vostro interlocutore.
- Non interrompete mai il vostro interlocutore.
- Lasciatelo parlare, prima di rispondergli. Così sarete gentili e anche lui potrà ascoltarvi meglio e comprendere ciò che state dicendo.
- Fatevi rilasciare un'autorizzazione da parte del visitatore per un contatto dopo la fiera.
- Prendete appunti sui colloqui. Il vostro interlocutore può vedere i vostri appunti.
- Spiegate brevemente il motivo per cui state prendendo appunti.
- Annotate tutte le informazioni raccolte durante il colloquio e non dopo.
- Prestate attenzione ai visitatori timidi o che restano un po' nascosti.
- Le presentazioni nello stand in fiera non devono durare più di 10 minuti. I visitatori rimangono in media in uno stand al massimo 15 minuti.
- Rispettate le direttive sull'abbigliamento.
- Controllate il vostro comportamento nel consumo di bevande – anche verso la fine della giornata in fiera.

Stampate una copia di questa lista di controllo! Depennate tutte le posizioni che non volete eseguire! Inserite altre posizioni che ancora mancano! Spuntate ogni posizione eseguita!

www.samaritani.ch/de/i/esposizione3.html

Stampate una copia di questa lista di controllo! Depennate tutte le posizioni che non volete eseguire! Inserite altre posizioni che ancora mancano! Spuntate ogni posizione eseguita!

www.samaritani.ch/de/i/esposizione4.html

Lista di controllo

Smontaggio dello stand e valutazione dell'iniziativa **5**

Preparazione per lo smontaggio dello stand

- I responsabili dello smontaggio sono stati definiti.
- Il numero di ausiliari è stato organizzato.
- I biglietti d'ingresso per i veicoli sono disponibili.
- La sequenza dello smontaggio è stata stabilita.
- Il luogo per la decorazione floreale è stato definito.
- I trasporti nell'area espositiva sono stati definiti.
- I trasporti esterni sono stati organizzati.
- Lo smaltimento dei rifiuti è stato definito.

Smontaggio dello stand

- Gli appunti e le statistiche sono garantiti.
- La sorveglianza contro i furti è stata organizzata.
- Gli oggetti costosi sono stati messi subito sotto chiave.
- Il materiale da trasportare è pronto.
- L'infrastruttura è stata smontata.

Restituzione di tutti gli oggetti presi in locazione

- Luci
- Mobili
- Tappeti
- Frigoriferi
- Apparecchi elettrici/elettronici
- Sistema di costruzione dello stand

Ripristino della superficie dello stand

- Raccolta degli oggetti trovati.
- Pulizia della superficie dello stand.
- Consegna avvenuta al rappresentante dell'organizzatore.

Osservazioni

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Stampate una copia di questa lista di controllo! Depennate tutte le posizioni che non volete eseguire! Inserite altre posizioni che ancora mancano! Spuntate ogni posizione eseguita!

www.samaritani.ch/de/i/esposizione5.html

TOP 10 – ecco perché faccio parte della sezione samaritana

Argomenti per aderire

1. So che cosa devo fare in caso di emergenze.
2. In caso di infortunio tra le mura domestiche so prestare aiuto.
3. In caso di incidenti stradali, non sto in disparte senza intervenire.
4. Faccio esperienze emozionanti nel servizio del posto sanitario.
5. Acquisisco delle cognizioni in pronto soccorso e in medicina (formazione e perfezionamento).
6. Nella sezione c'è una bella atmosfera e c'è spazio in abbondanza anche per il divertimento e il buonumore.
7. Condivido lo spirito cameratesco, lo stare in compagnia, il lavoro di squadra e apporto il mio contributo.
8. Le cognizioni samaritane apprese nella sezione mi tornano utili anche nella vita professionale e privata.
9. Riesco ad ottenere successi negli interventi di primo soccorso.
10. Godo di grande rispetto nel mio ambiente, perché il lavoro dei samaritani e i samaritani stessi sono apprezzati.

Contatto

Federazione svizzera dei samaritani FSS
Marketing
Martin-Disteli-Strasse 27
4601 Olten

Il team di marketing è a vostra completa disposizione!
Contattaci all'indirizzo mail marketing@samariter.ch oppure
chiamateci al numero telefonico **062 286 02 28 / 062 286 02 24**.

Sicuramente avrete ulteriori idee – esponetecele e segnalatele all'indirizzo di posta elettronica marketing@samariter.ch