Checklist per fiere e digital marketing

le prove prima, durante e dopo la fiera

I numeri, i pannelli dello stand, il richiamo dopo la fiera

1 Quattro numeri decidono la checklist

3 secondi
per capire lo stand dalla corsia

300 membri
su LinkedIn per avviare il richiamo

100 visitatori
attivi in 30 giorni per Google Ads

48 ore
per riprendere i contatti della fiera

2 Ogni pannello: due controlli, quattro scelte

	Con lo stand arredato, il pannello... si legge	...è coperto dagli arredi
Messaggio ancora giusto	Mantenere	Spostare
Messaggio superato	Riscrivere	Riprogettare

Esempio: azienda immaginaria di ventilatori industriali

Parete sulla vecchia serie, ben leggibile: riscrivere

Pannello sui consumi, coperto dal ventilatore: alzarlo

3 Il richiamo parte solo oltre una soglia

Codici sul sito
prima di inviare gli inviti

→

Visite contate
solo da quel momento

→

Soglia minima
300 membri o 100 in 30 giorni

Pochi visitatori
Pubblico su più pagine del sito, oppure inviti personali in tre invii: annuncio, invito, promemoria

Centinaia di visite
Campagna subito dopo la fiera: dopo due mesi i visitatori attivi sono già meno di 100

Entro 48 ore, le schede già pronte
rumorosità, consumi e vecchia serie: preparate prima di partire

Fonti: Skyline 2026; AUMA 2025; LinkedIn e Google Ads, regole a novembre 2026

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Checklist per fiere e digital marketing: le prove da fare prima, durante e dopo l'evento
https://www.klc.it/blog/marketing-industriale/checklist-fiere-e-digital-marketing-b2b/