

BACK OFFICE ESTERO: PER LE FIERE INTERNAZIONALI

CORSO ONLINE

DATE

26 marzo 2 aprile 2026

ORARIO

9.00-13.00

DURATA

8 ore complessive

COSTO

Associato

390€+iva prima iscrizione
30% di sconto
dalla seconda

Non associato

468€+iva prima iscrizione
15% di sconto
dalla seconda

DESTINATARI

back office che si trova a
dover gestire rapporti con
l'estero

[ISCRIVITI QUI](#)

OBIETTIVI

Oggi partecipare a una fiera internazionale non significa più “esserci”, ma **saper trasformare contatti, relazioni e interesse in valore reale per l'azienda.**

Il Salone del Mobile e le principali fiere di settore sono diventati snodi strategici di un percorso che inizia molto prima dell'evento e continua ben oltre la chiusura dei padiglioni.

Il **back office** diventa la regia operativa della fiera: collega marketing e vendite, ordina i flussi informativi e governa le attività successive all'evento. È da questa regia che dipende la capacità dell'azienda di trasformare la presenza in fiera in risultati misurabili.

Questo corso è pensato per ridefinire il ruolo del **back office** all'interno dei processi fieristici internazionali, fornendo metodo e strumenti per governare con efficacia le fasi che precedono, accompagnano e seguono la fiera. L'obiettivo è fornire un approccio strutturato che consenta all'azienda – attraverso il **back office** - di valorizzare il **lavoro svolto in fiera e di supportare in modo efficace l'attività commerciale sui mercati internazionali.**

Un percorso pensato per chi lavora ogni giorno dietro le quinte, ma ha un impatto diretto sui risultati commerciali.

ARGOMENTI

Il nuovo customer journey fieristico

- Tradurre PRE-IN-POST fiera in processi interni
- Cosa deve fare il back office:
- prima della fiera (database, segmentazione, materiali)
- durante la fiera (raccolta e qualificazione contatti)
- dopo la fiera (follow-up, offerte, supporto vendite)

CRM e gestione contatti

- Il CRM come strumento del back office, non solo del marketing
- ordinare lead da fiera
- distinguere clienti, prospect, clienti persi
- assegnare priorità commerciali
- CRM anche “povero” (Excel) ma metodo ricco

trasferire valore attraverso il back office

- Preparare materiali coerenti (listini, schede, proforma)
- Supportare il commerciale con:
- risposte rapide
- documenti corretti
- follow-up ordinato
- Il back office come custode del valore del brand

dalla fiera all’ordine

- Gestione richieste post-fiera
- Preventivi, proforma, condizioni
- Coordinamento con agenti esteri
- Trasformare l’interesse in ordine reale

Il back office come antenna sul mercato

- Raccolta feedback da fiera
- Segnalazioni ricorrenti dai clienti
- Criticità emerse (prezzi, logistica, prodotto)
- Trasferimento interno delle informazioni

Output finale del corso

- una mappa PRE-IN-POST fiera
- una checklist back office per fiere
- un metodo replicabile per ogni evento

DOCENTE: Donato Montanino [Linkedin](#)