

Expopage, la consulenza come valore aggiunto - *Expopage: an added-value business solution*

Nostra intervista a Sebastian Kuester, Ceo / *Our interview with Ceo Sebastian Kuester*

a cura di **Lorenzo Paparo**

Dopo solo due anni di vita Expopage, il portale di Fiera Milano, che ne detiene il 74%, taglia il traguardo dei 60.000 visitatori registrati, diversifica la propria mission e si pone come consulente per soluzioni web-based per le aziende che operano in ambito fieristico.

www.expopage.net, con una media di 3 milioni di pagine viste al mese, risulta tra i primi 30 portali più consultati in Italia. Una sfida, quella di Expopage, partita solo nel settembre 2002.

“Il core business iniziale della società era lo sviluppo del catalogo in linea delle mostre che si tengono a Fiera Milano” spiega Sebastian Kuester, amministratore delegato della società. “Dopo un inizio difficile, seguito da un anno di intenso lavoro, a giugno 2003 abbiamo avuto i primi risultati in termini di accessi al portale e di utilizzo dei servizi offerti agli operatori del settore. Le vetrine virtuali, aggiornate direttamente dagli espositori, erano 8000, 10.000 i registrati e 81.000 le aziende salvate nei memo virtuali dei visitatori.”

Ora l'azienda ha fatto un salto in avanti e con una crescita del 570% vanta oltre 61.000 visita-



tori registrati, 33.000 aziende, di cui 15.000 con contenuti pubblicati, e visite medie mensili che superano le 120.000 unità. Merito di questo successo è la politica commerciale e di marketing adottata dall'azienda.

“Oltre a offrire i servizi di catalogo on line agli espositori e un grande database di informazioni commerciali alla portata di tutti, abbiamo capito che il mercato fieristico in genere era pronto per accogliere nuove idee nell'ambito della comunicazione on line”, continua Kuester. “Il nostro valore aggiunto è la struttura: un team affiatato di professionisti del settore new media e new technology con competenze ed esperienze nel mondo fieristico. Il passo è stato facile. Per essere competitivi abbiamo diversificato la mission e ci siamo posti come consulenti per tutte le società che lavorano nel settore fieristico o che vogliono fare della fiera stessa un successo.”

Expopage offre consulenze e sviluppo per pre-registrazioni alle mostre, modulistica on line, web point in mostra, progetti internet ad hoc, incremento della visibilità e promozione. Qualunque azienda decida investire nel mercato fieristico trova in Expopage competenza, serietà e l'esperienza di Fiera Milano.

Expopage accesses and services used by trade operators have increased. Virtual stands, constantly updated by exhibitors, were 8.000, 10.000 were the registered users and 81.000 were the companies saved in the virtual memos of visitors.”

Now, the company has taken a step forward with more than 61.000 registered users, 33.000 companies, 15.000 of them have published contents in their e-booths, and more than 120.000 visits per month on average.

The company trade and marketing policy has led to success. “Expopage offers the online catalogue to exhibitors and a great database full of trade news. We have grasped that the fair market is now ready to welcome new ideas about online communication”.

Kuester goes on: “Our added value is our structure: a close group of new media and new technology professionals experienced in the fair world. Next step was easy. We have diversified our mission to become more competitive and we have turned into a web-based consultancy company for firms, dealing with the fair world.”

Expopage offers consultancy and development of pre-registration at exhibitions, online forms, web point at the fair, internet solutions, increasing of traceability and advertising. All companies investing in the fair market can rely on Expopage: competence, reliability and Fiera Milano experience.

Expopage is the portal of Fiera Milano, that shares 74% of it. After only two years from its starting up Expopage, with 60.000 registered users, is diversifying its own mission and has become a web-based consultancy company for firms dealing with the exhibition industry.

www.expopage.net, with an average of 3 million pages viewed per month, is one of the first 30 more consulted portals in Italy. Expopage has achieved such results in only two years.

“Expopage first core-business was the development of the online catalogue of the exhibitions taking place in Fiera Milano” says Sebastian Kuester, Expopage chief executive officer. “After a year of hard work,



Sebastian
Kuester

