

PROTAGONISTI

InSpeaker: un patrimonio di conoscenza a disposizione delle imprese

Da oltre dieci anni Roi Group porta in Italia i migliori oratori internazionali, ora mette queste menti brillanti a disposizione delle imprese che vogliono ispirare e formare i propri dipendenti. Ce ne parla il fondatore e Ceo, Marcello Mancini



12 Ottobre 2023

Alberto Delli Fico



Uzbekistan: la Via della Seta

Un viaggio tra storia e leggende!

[Più info](#)

OPINIONI

Filippine

Un'avventura in Paradiso!

[Più info](#)



Da oltre dieci anni **Roi Group** si è imposta in Italia come punto di riferimento nell'ambito dei *business event* di grande ispirazione per le aziende. Grazie agli eventi di **Performance Strategies**, ha creato occasioni di incontro fra le imprese italiane e le idee innovative di personalità che hanno contribuito a cambiare il mondo. Con Roi Edizioni ha pubblicato in Italia titoli fondamentali per l'aggiornamento professionale sul management, il marketing e la leadership. Oggi lancia sul mercato **InSpeaker**, un brand nuovo ma con solide radici in quella che è la storia dell'azienda. Ne parliamo con **Marcello Mancini**, fondatore e Ceo di Roi Group.

Con quali finalità è nato il brand InSpeaker?

Si chiama InSpeaker perché trae spunto da *Speaker to Inspire*. È nuovo, ma viene da lontano. Nasce come estensione di un lavoro iniziato più di dieci anni fa. Sulla scia dell'esperienza con i grandi *business event* di Performance Strategies abbiamo creato uno "speaker bureau" con le più richieste personalità del mondo dell'economia, della finanza, del management, della cultura e dello sport. Le aziende hanno fatto una semplice associazione: «se portano in Italia testimonial e speaker di questo livello, allora probabilmente potranno fornire un servizio con lo stesso standard anche al nostro evento aziendale». E allora hanno cominciato a contattarci per avere il relatore più adeguato, lo *speech* più efficace, addirittura veri e propri format. Creando InSpeaker abbiamo istituzionalizzato il nostro patrimonio di conoscenza per metterlo a disposizione delle imprese e delle agenzie di comunicazione. L'evento è il momento in cui l'azienda investe molto e non può sbagliare. Si deve fidare di chi ha esperienza e può portargli la persona giusta con l'intervento più adatto. Così come per un'agenzia di eventi che vuole un partner affidabile e autorevole. L'idea di avere un contenuto, uno speaker, un testimonial che possa trasmettere un messaggio in linea con i valori dell'azienda è fondamentale, e scegliere quello giusto fa la differenza.

Leadership, ovvero la cultura del (proprio) talento

Vito Sinopoli



IN EDICOLA

Filippine

Un'avventura in Paradiso!

Più Info



Come si è generato questo patrimonio di conoscenze?

Il sapere oggi è alla portata di tutti, basti pensare all'effetto esponenziale prodotto da Chat Gpt. Ce ne sono talmente tante, oggi, che il valore aggiunto non sono più le informazioni, ma la capacità di selezionarle in un mare di *small e big data*. Tutto è partito con Performance Strategies, la nostra ammiraglia, che si è imposta sul mercato facendo proprio una selezione e portando poi in Italia le menti più brillanti a livello internazionale, le loro esperienze e i loro insegnamenti su aree imprescindibili per chi fa business: strategia, innovazione, sostenibilità e tanto altro. Sono le menti alle quali diamo voce a Milano, dove dal 2011 ogni anno organizziamo un grande evento di due giorni, il *Leadership Forum*. Da tre edizioni nello splendido Teatro degli Arcimboldi, queste entrano in connessione diretta con la business community italiana, i decision maker, i top manager, i quali hanno quindi la possibilità di potersi confrontare con i contenuti più interessanti e innovativi espressi dai maggiori esperti mondiali. È un appuntamento che ha il contenuto come punto di forza, ma con un alto impatto emozionale. Un evento di questo tipo, in una location come quella, agevola la relazione, il networking. Partecipando ai nostri eventi, le aziende hanno iniziato a chiederci di poter invitare alle convention esperti di management come Chester Elton o Rita McGrath. Oppure speaker su temi verticali della negoziazione come Jack Cambria, Joe Navarro e Colleen Stanley. Ma anche il coach Julio Velasco, l'astronauta Paolo Nespoli, la direttrice d'orchestra Cinzia Pennesi, grandi campioni dello sport come Riccardo Pittis e Maurizia Cacciatori. È nata poi la casa editrice Roi Edizioni, che risponde alla necessità di aggiornamento professionale su management, marketing e leadership. Pubblichiamo per l'Italia libri, e-book e audiolibri di molti autori bestseller nazionali e internazionali: da Seth Godin a Paolo Nespoli, da Satya Nadella a Mark Randolph, da Paolo Borzacchiello a Maurizia Cacciatori, e tanti altri. Il 40% della produzione nasce per il mercato italiano mentre il restante 60% è prodotto internazionale per il quale acquisiamo i diritti ed effettuiamo le traduzioni e che poi immettiamo sul mercato nazionale.

NEWSLETTER

Email

ISCRIVITI



Uzbekistan: la Via de
Seta

Un viaggio tra storia e
leggende!





Marcello Mancini impegnato in un suo speech

Dunque, gli eventi dal vivo più i libri. Può spiegarci meglio che relazione c'è fra le due realtà?

Roi Group è la capogruppo che ingloba la casa editrice Roi Edizioni, il brand Performance Strategies, leader nella generazione di grandi *business event*, e Life Strategies, che organizza corsi per la crescita personale e festival culturali. Grazie a tutto questo, in oltre dieci anni di attività, abbiamo conosciuto più di 500 autori bestseller, imprenditori seriali, economisti, docenti delle più blasonate università globali e campioni mondiali in ogni disciplina sportiva. Si tratta di un vero e proprio ecosistema: possiamo pubblicare libri di speaker che invitiamo ai nostri forum, così come la scoperta di autori per la casa editrice ci suggerisce speaker per i nostri eventi. Ciò che ci differenzia dalle altre realtà che fanno un lavoro simile è il tipo di relazione

Filippine

Un'avventura in Paradiso!

[Più info](#)

Sivola

Sivola

Uzbekistan: la Via della Seta

Un viaggio tra storia e leggende!





forum, così come la scoperta di autori per la casa editrice ci suggerisce speaker per i nostri eventi. Ciò che ci differenzia dalle altre realtà che fanno un lavoro simile è il tipo di relazione continuativa che ci lega a tanti speaker e l'esperienza diretta sui grandi eventi: ogni anno più di 1.500 aziende investono per iscrivere i loro manager e C-Level ai nostri tre forum (*Leadership Forum* e poi *Marketing* e *Sales Forum*). Per far sì che ciò accada dobbiamo selezionare il meglio dei contenuti a livello mondiale e portare in Italia gli speaker più illuminati e illuminanti. Questo ci ha portato a garantire interventi assolutamente ineguagliabili. Una delle cose di cui siamo più consapevoli è l'effetto che questi *speech* hanno sui manager: mi viene in mente, ad esempio, l'entusiasmo che generano i "futuurologi", come Magnus Lindkvist e Half Rhen. Oppure il seguito che possono generare i racconti disruptive di Jay Samit e Bibop Gresta, o gli esempi di *frugal innovation* di Navi Radjou. Oggi uno dei fiori all'occhiello di InSpeaker è che gestiamo in esclusiva, sulla scia della popolarità mondiale del documentario Netflix di cui è protagonista, l'apneista Alessia Zecchini.



Uzbekistan: la Via della Seta

Un viaggio tra storia e leggende!



Uzbekista

Più info →

L'intervento di [Carla Harris](#) dall'ultimo Leadership Forum di Performance Strategies

In che modo scegliete i relatori per i vostri Forum? E come invece selezionate quelli da proporre con InSpeaker?

I contenuti che scegliamo per i nostri eventi sono il risultato del lavoro di un nostro team interno, una sorta di comitato che “matcha” i dati che derivano dalle survey. A questo però si unisce anche un nostro punto di vista privilegiato, che deriva dalla forte connessione che abbiamo a livello internazionale. Non sempre le aziende sono consapevoli di quello di cui hanno bisogno. Quindi il nostro compito è anticipare le loro necessità, portando qualcosa di nuovo. Le tematiche di stretta attualità che ci forniscono spunti continui sono numerose: la sostenibilità, il gender balance, il potenziamento delle risorse umane. Spesso i responsabili Hr partecipano con vivo interesse perché sanno di trovare al nostro evento topic che anticipano i trend futuri, con un impatto sul tempo e sui costi inferiore rispetto al doversi recare all'estero ad ascoltare gli stressati relatori. Anche in InSpeaker adottiamo un metodo scientifico, basato sul *merge* di dati provenienti da numerose fonti. Sono gli indicatori che ci guidano nell'identificare i trend topic, le tematiche sulle quali si concentreranno imprenditori, manager e HR nel prossimo futuro. Per ogni topic identifichiamo, con un sistema di *scoring*, gli esponenti più acclamati, stranieri e italiani, quelli più competenti e anche i nuovi trend setter, che diventeranno i top speaker di domani. Oggi il nostro bureau può contare su dieci tematiche che vanno dalla leadership alla motivazione, dal team building all'intelligenza artificiale. In base a queste vengono classificati relatori e testimonial, ognuno con mood e angle diversi, un tipo di *speech* e di *experience* differenti. Tutti garantiti da un attento studio volto a far sì che ogni evento ottenga il massimo impatto possibile.

Questa intervista è parte di Fattore F – Obiettivo Formazione, speciale pubblicato su Business People di ottobre 2023. [Scarica il numero o abbonati qui](#)



Uzbekistan: la Via della Seta

Un viaggio tra storia e leggende!

