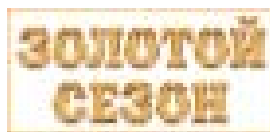


АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «ЗОЛОТОЙ СЕЗОН- 2011»



В период с 22 по 25 сентября в ГК «Жемчужина» была проведена V-я юбилейная международная выставка ювелирных изделий и fashion-индустрии «ЗОЛОТОЙ СЕЗОН-2011». В выставке приняли участие 73 компании, 7125 посетителей, из них: - 7% посетителей-специалистов. Нетто-699; Брутто-1200.

При поддержке:

- Гильдии Ювелиров России;
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края;
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи.

Информационная поддержка выставки:

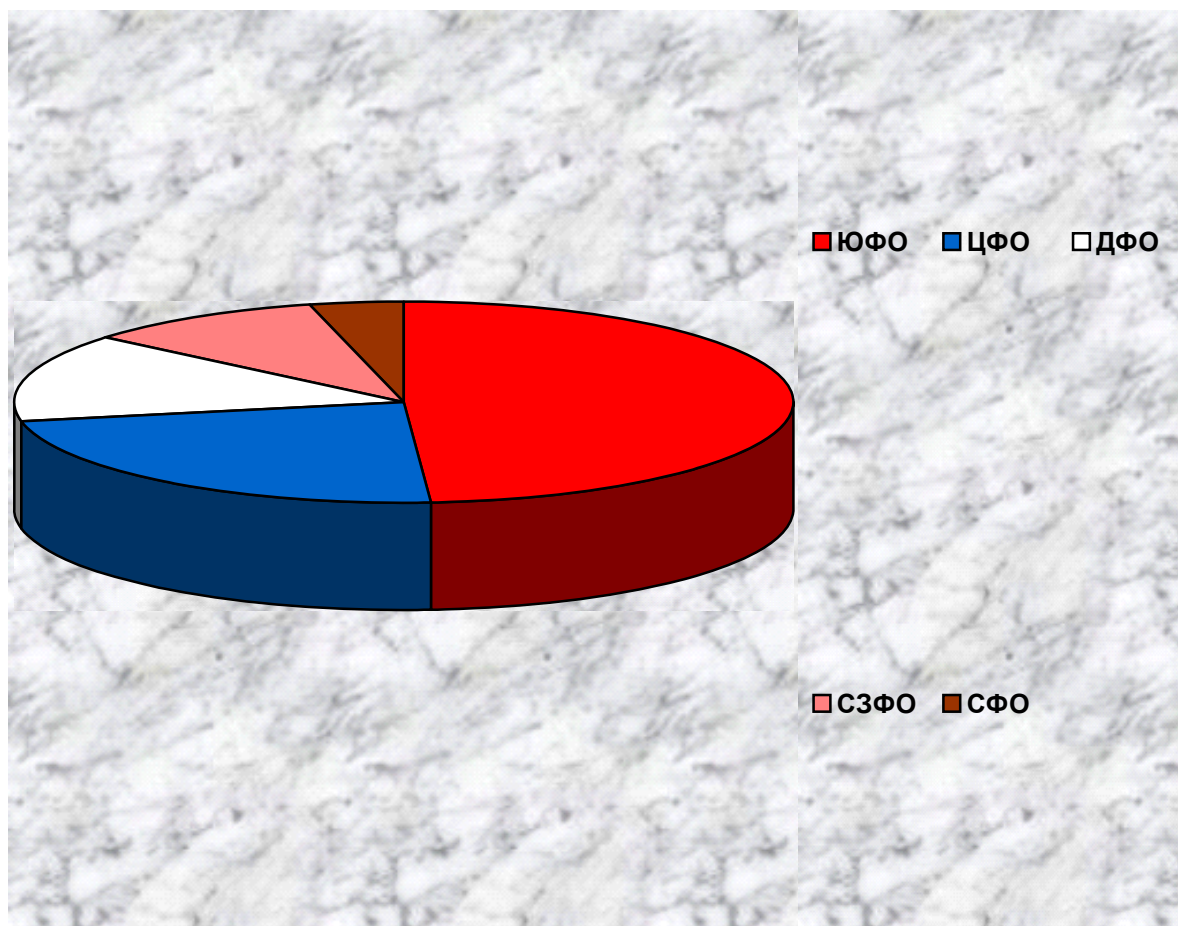
- CityCards – сеть рекламных стоек, Сочи
- ЗОЛОТОЙ ПРОФИЛЬ Издательство, Ростов-на-Дону
- «ФОРВАРД-МЕДИА», Краснодар
- СОЧИНСКИЙ БИЗНЕС-ЖУРНАЛ, Сочи, Россия

Информационный партнер выставки:

- «На Кубани.ру» ООО, Краснодар
- «АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва
- «ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи
- СОЧИ.СОМ Интернет портал города-курорта, Сочи
- «ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи

І. УЧАСТНИКИ

А. География участников



Южный Федеральный Округ – 49%

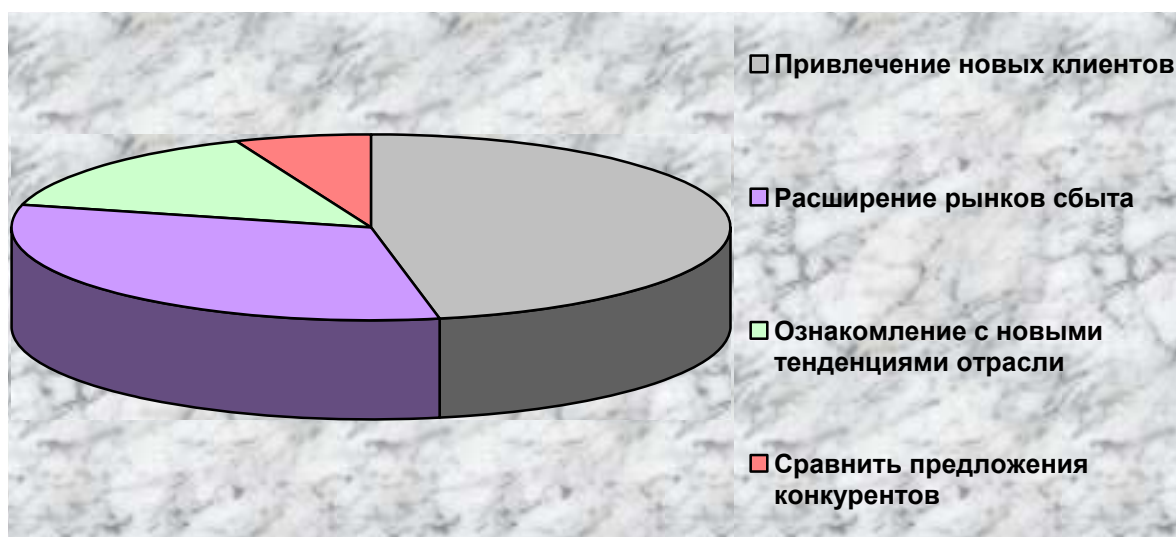
Центральный Федеральный Округ –23%

Северо-Западный Федеральный округ –14%

Дальневосточный Федеральный Округ –10%

Сибирский Федеральный Округ –4%

В. Цели участия:



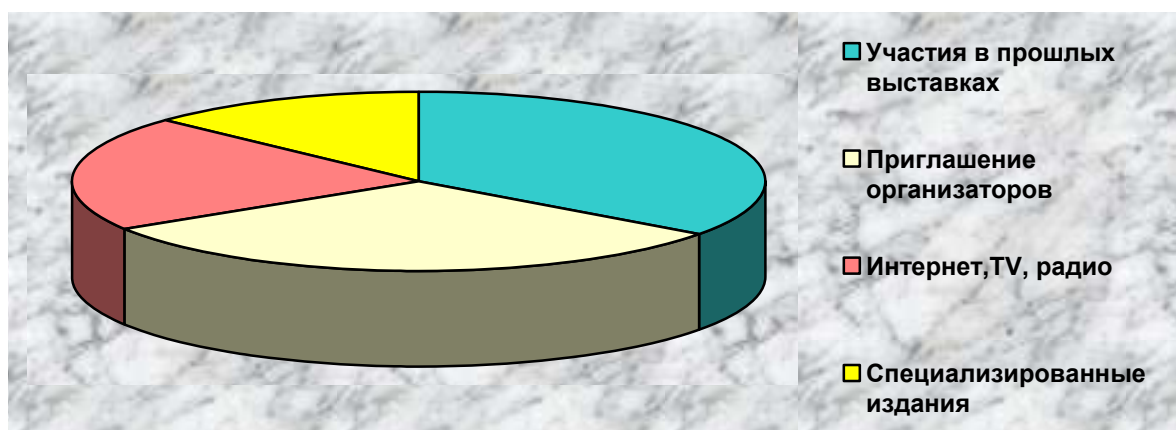
Привлечение новых клиентов – 47%

Расширение рынков сбыта – 32%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 15 %

Сравнить предложения конкурентов – 6%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



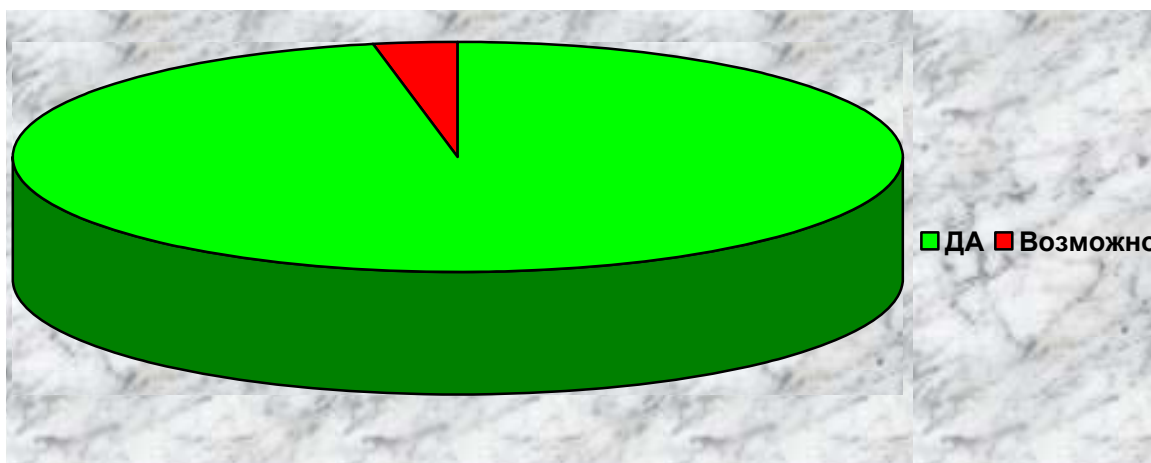
Участие в прошлых выставках – 35%

Приглашение организаторов – 31%

Интернет, TV, радио – 21%

Специализированные издания – 13%

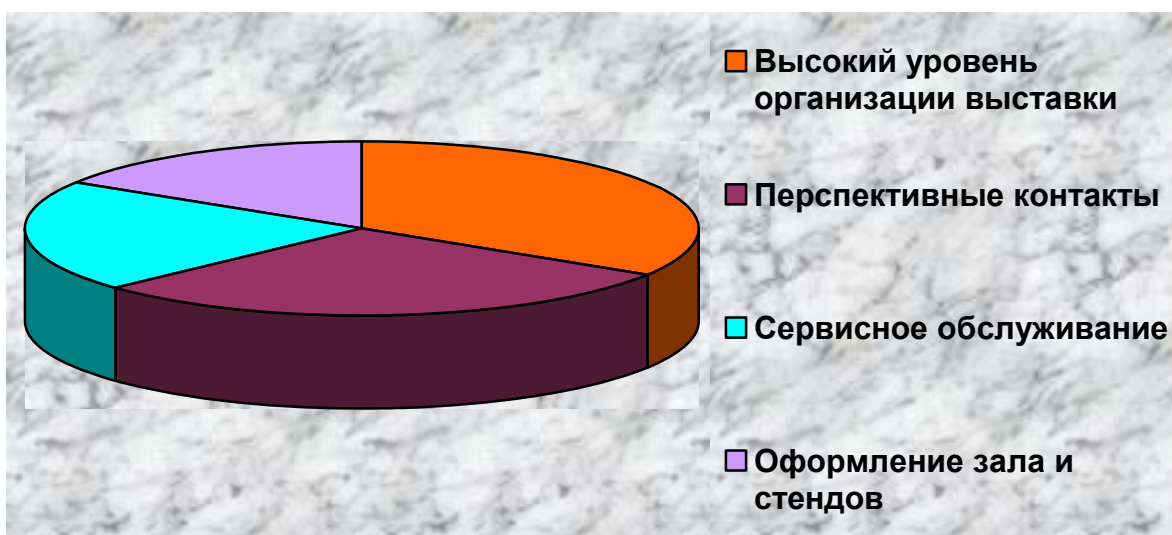
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 97%

Возможно – 3%

Ф. Преимущества выставки



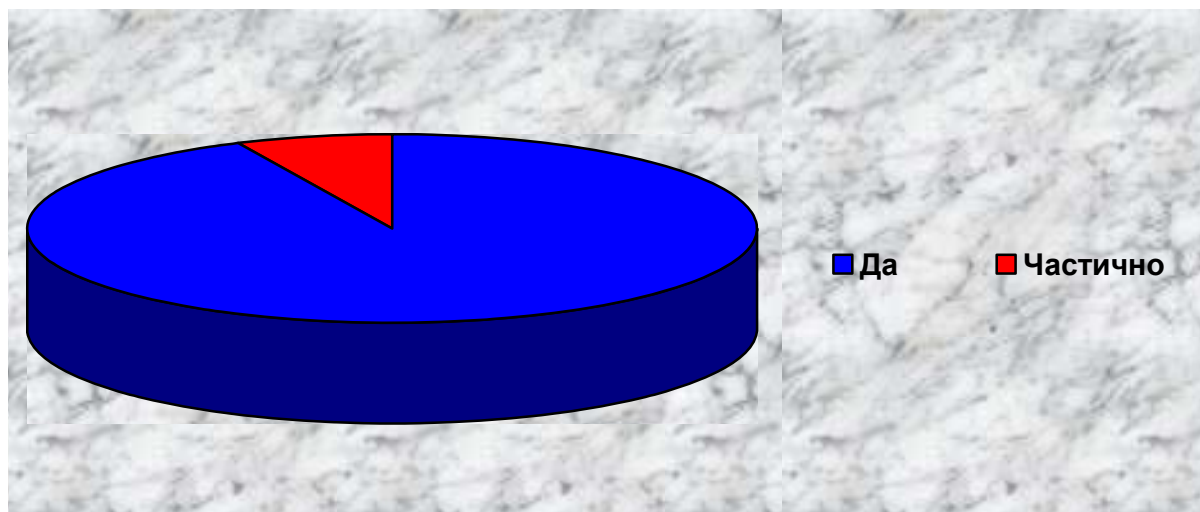
Высокий уровень организации выставки – 34%

Перспективные контакты – 29%

Сервисное обслуживание – 21%

Оформление зала и стендов – 16%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?

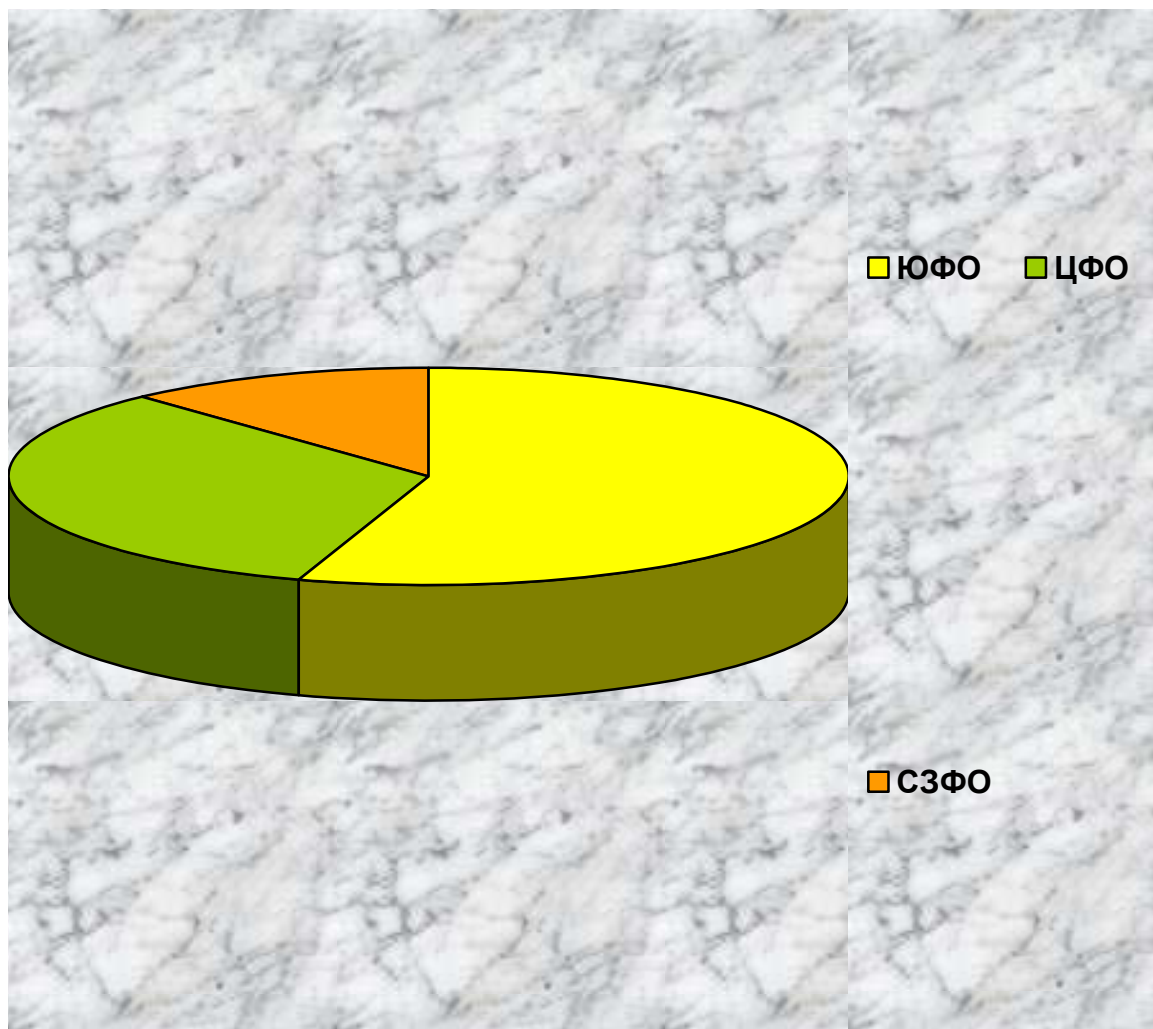


Да – 93%

Частично – 7%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей

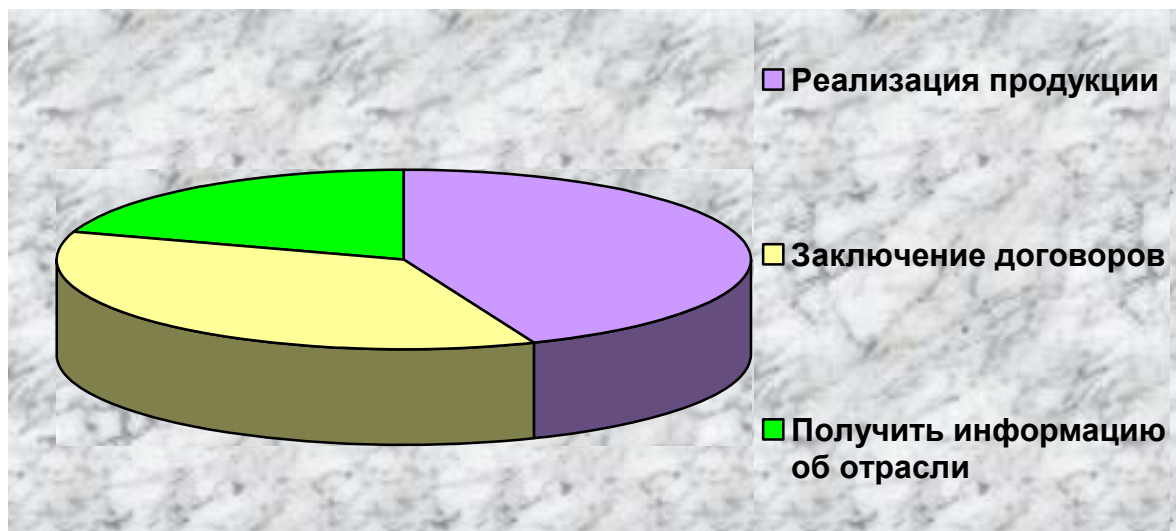


Южный Федеральный Округ – 55%

Центральный Федеральный Округ – 33%

Северо-Западный Федеральный Округ – 12%

В. Цели посещения выставки:

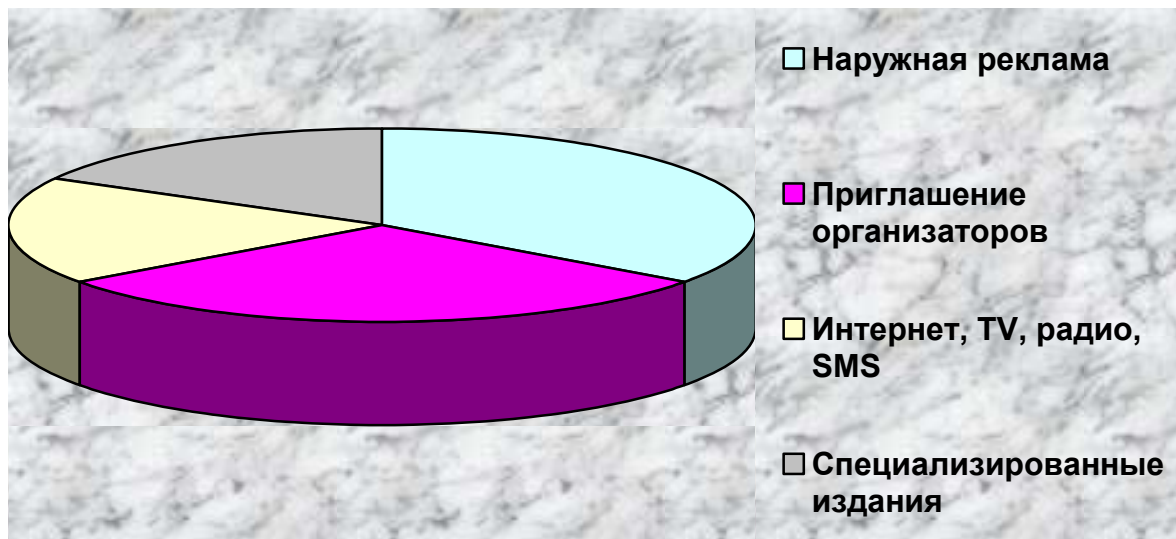


Реализация продукции –44%

Заключение договоров – 36%

Получить информацию об отрасли – 20%

С. Источники, из которых посетители узнали о проведении выставки:



Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 35%

Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 30%

Интернет, TV, радио, SMS – 18 %

Специализированные издания – 17%