



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «ИнтерЮвелир-2013»

В период с 18 по 24 июля в ГК «Жемчужина» была проведена XI-ая международная выставка ювелирной индустрии «ИнтерЮвелир-2013». В выставке приняли участие 152 компании, 8000 посетителей, из них: 3 % посетителей-специалистов. Нетто -2100; Брутто- 4000

При поддержке:

- Пробирной палаты России,
- Гильдии Ювелиров России,
- Ассоциации производителей бриллиантов России,
- Донской Государственной инспекции пробирного надзора,
- Гильдии Ювелиров ЮФО,
- Творческого Союза Художников России,
- Международной Ассоциации «Союз дизайнеров»,
- Российской Гильдии огранщиков,
- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края,
- Администрации г. Сочи и
- Торгово-промышленной палаты г. Сочи

Официальный информационный партнер

ДОНЮВЕЛИР, Ростов-на-Дону

Информационный партнер

www.BleskClub.com

ЦЕНТР ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ JEWELNET.RU, Екатеринбург

«КУБАНЬ» Информационное агентство», Краснодар

«На Кубани.ру» ООО, Краснодар

«КУБАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ», Краснодар

«АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва

«ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи

«ЗОЛОТО СОЧИ» Городской Интернет-портал, Сочи

Нореса.travel, Москва

«ФОРВАРД-МЕДИА», Краснодар

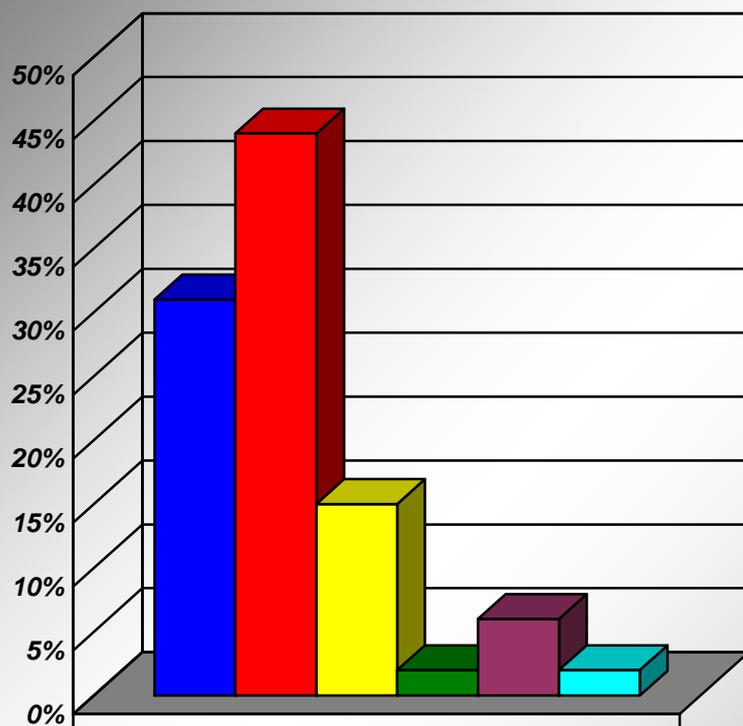
Информационная поддержка

ЭКСПО-ЮВЕЛИР, всероссийский выставочный журнал-каталог

ЗОЛОТОЙ ПРОФИЛЬ, издательство, Ростов-на-Дону

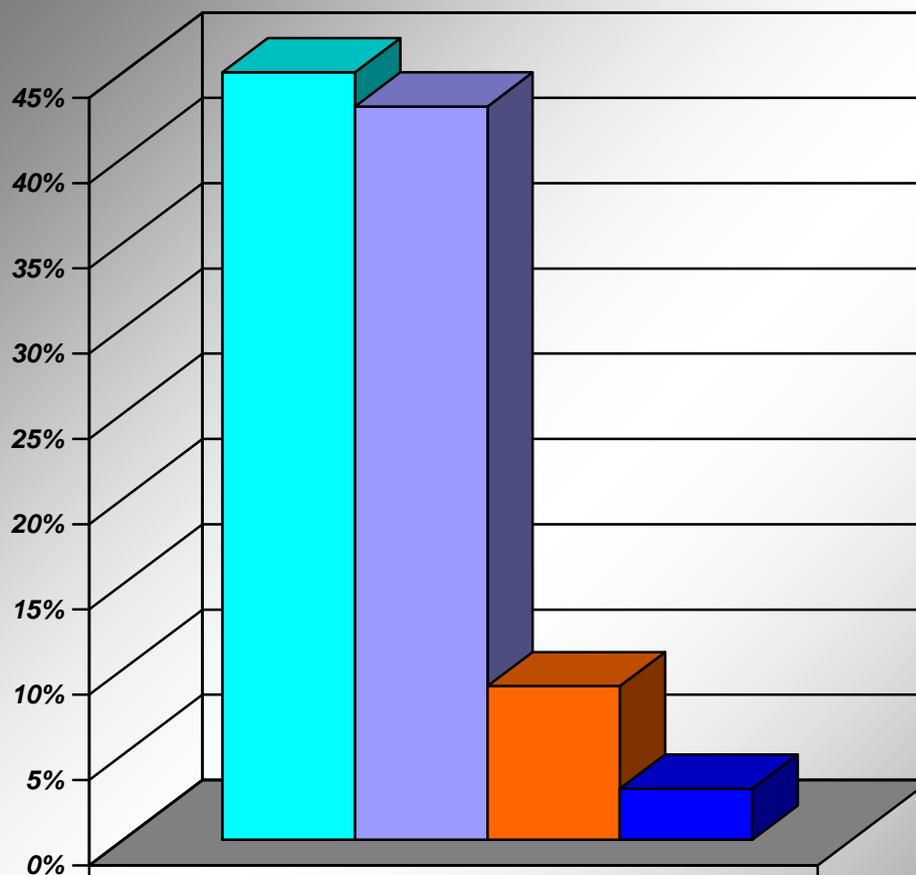
I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



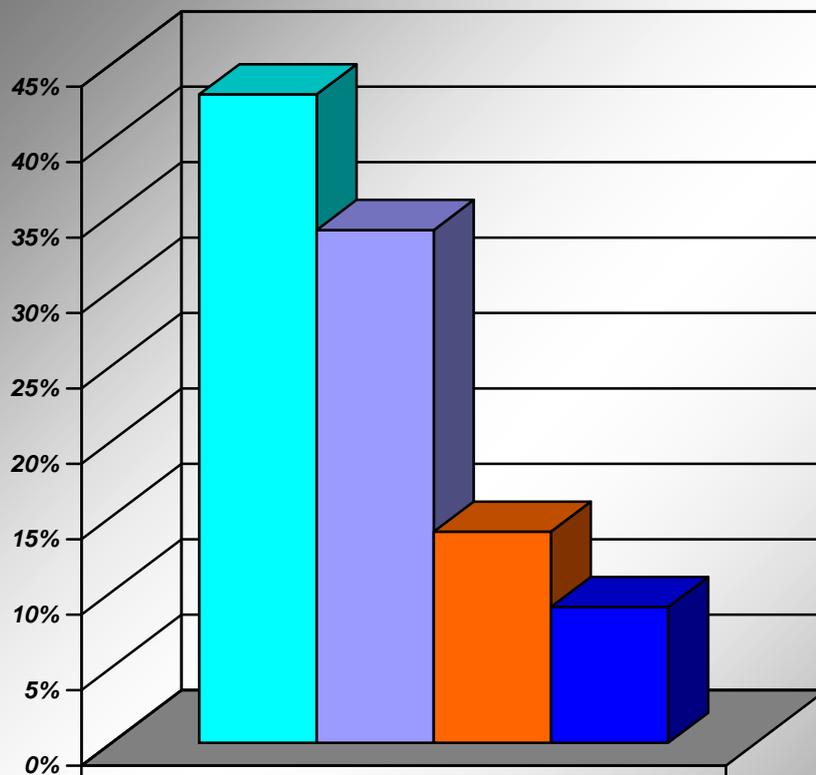
| | |
|-------------------------------------|-----|
| ■ Южный Федеральный округ | 31% |
| ■ Центральный Федеральный округ | 44% |
| ■ Северо-Западный Федеральный округ | 15% |
| ■ Сибирский Федеральный округ | 2% |
| ■ Приволжский Федеральный округ | 6% |
| ■ Уральский Федеральный округ | 2% |

В. Цели участия:



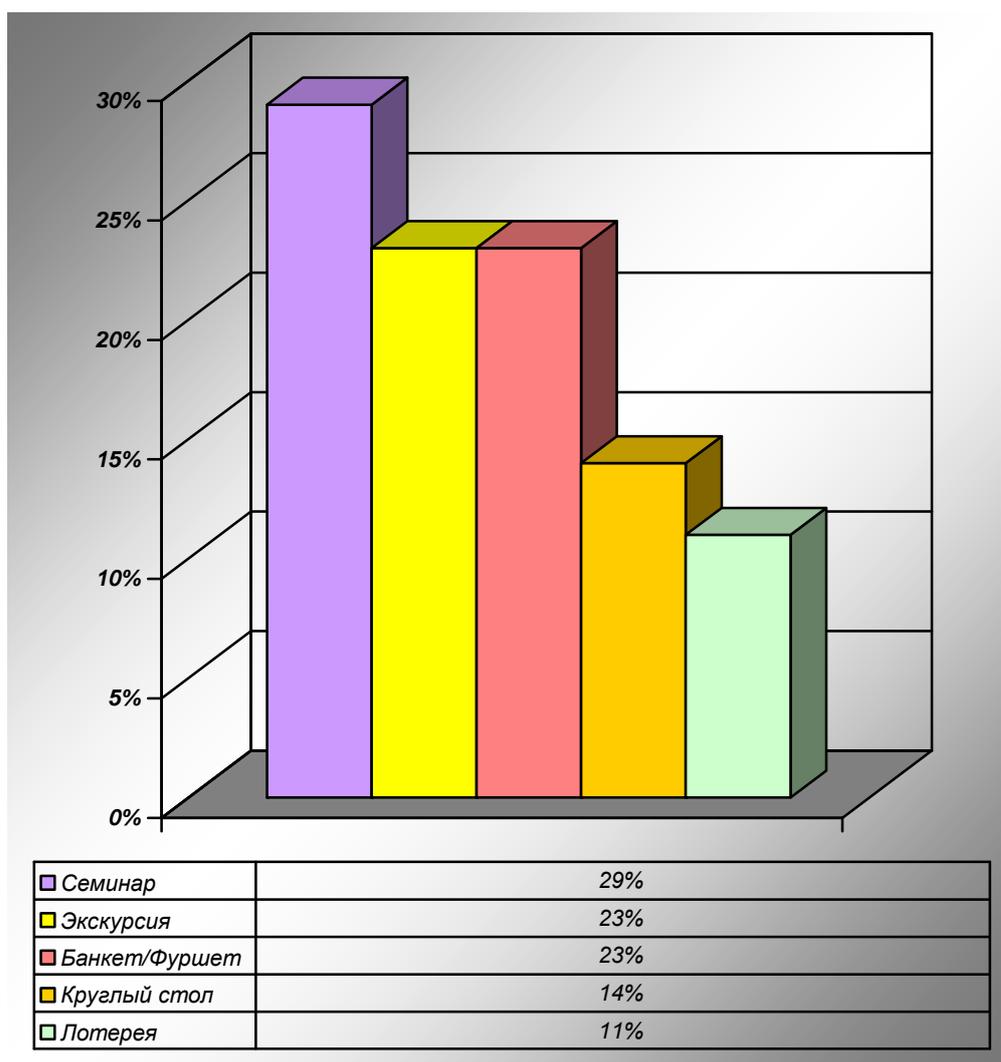
| | |
|---|-----|
| ■ Привлечение новых клиентов | 45% |
| ■ Расширение рынков сбыта | 43% |
| ■ Ознакомление с новыми тенденциями отрасли | 9% |
| ■ Сравнить предложения конкурентов | 3% |

С. Источники, из которых узнали о выставке:

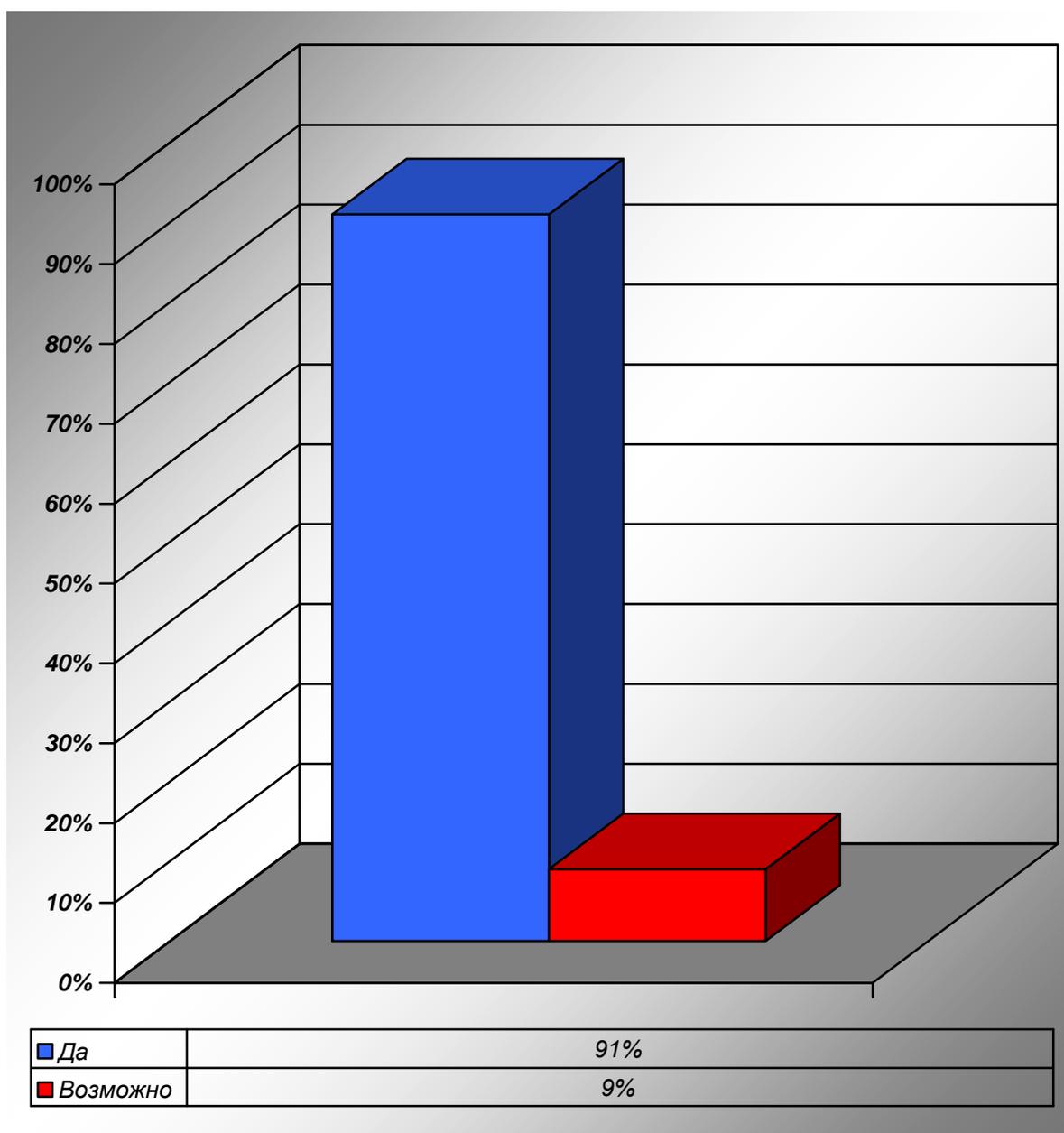


| | |
|--|-----|
| ■ Участие в прошлых выставках | 43% |
| ■ Приглашение организаторов | 34% |
| ■ Интернет, TV, радио, индивидуальная рассылка | 14% |
| ■ Специализированные издания | 9% |

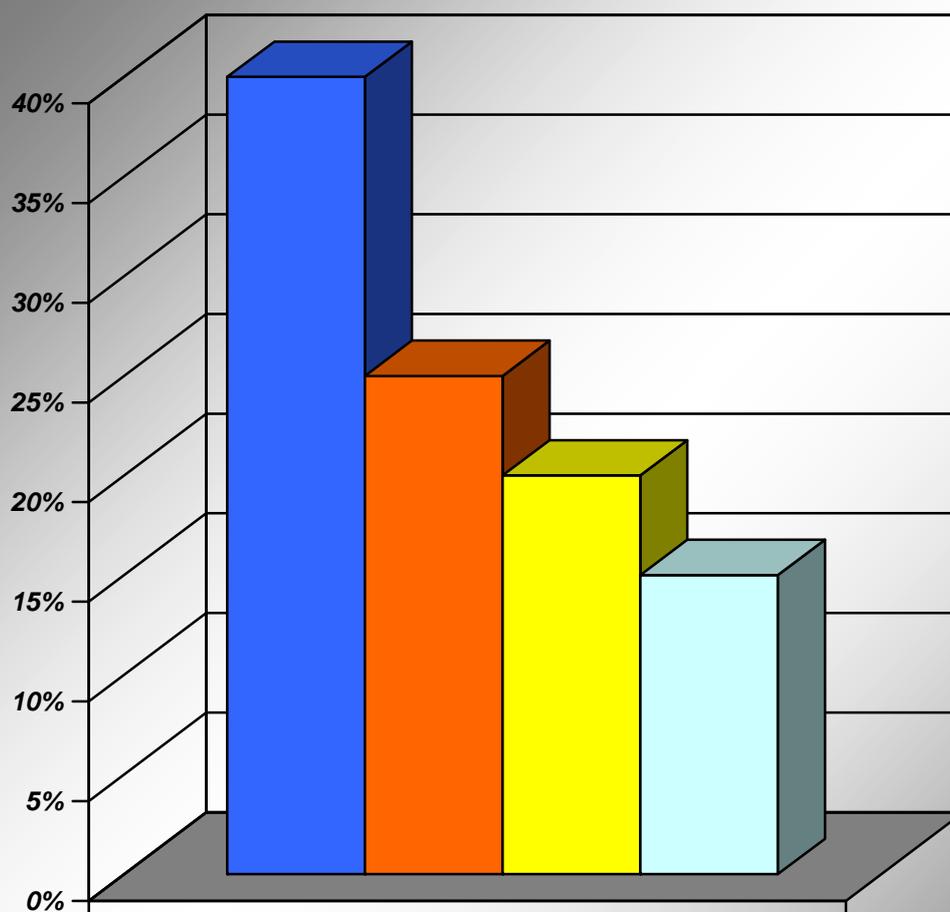
Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

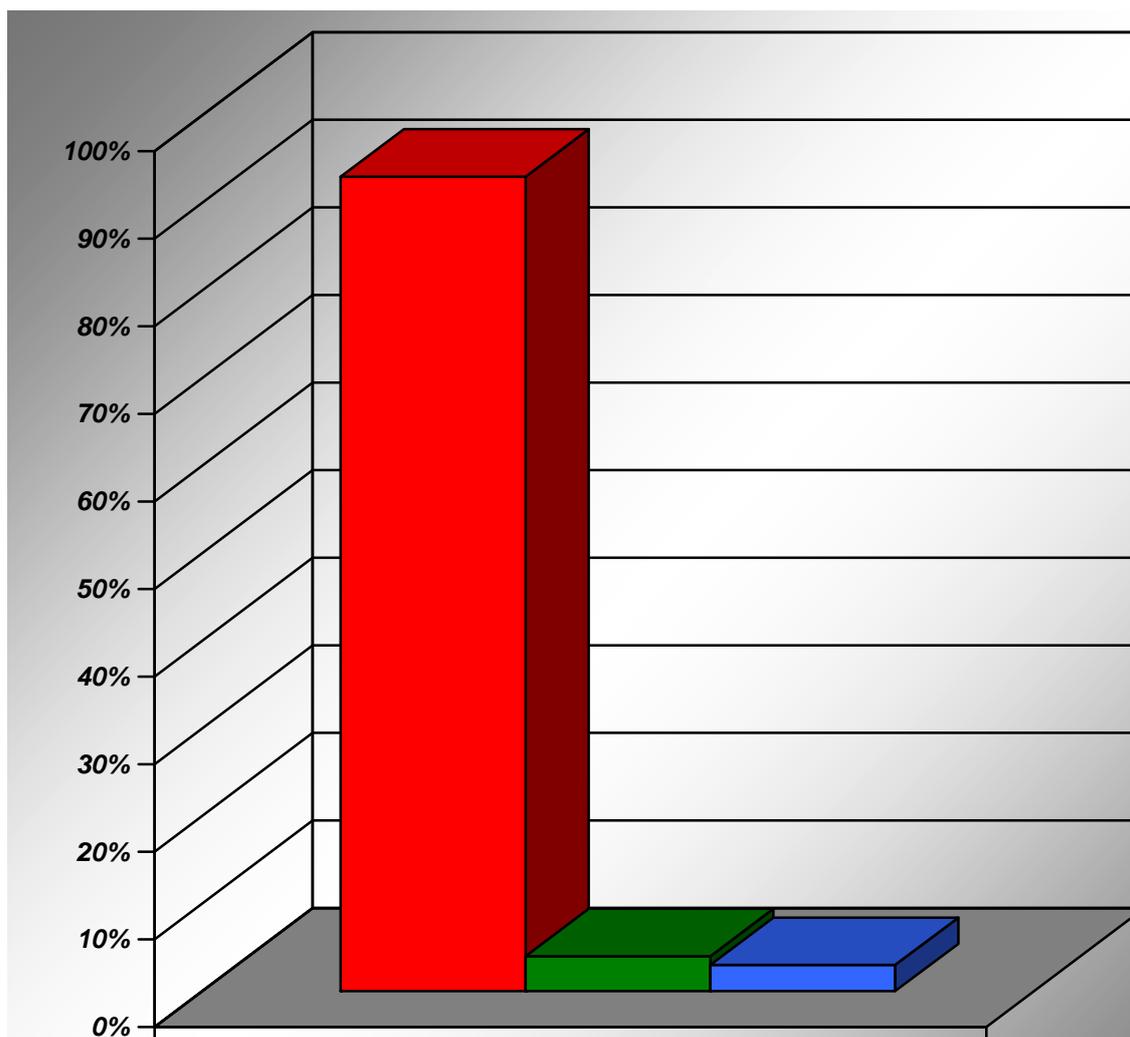


Г. Преимущества выставки



| | |
|---|-----|
| ■ <i>Высокий уровень организации выставки</i> | 40% |
| ■ <i>Перспективные контакты</i> | 25% |
| ■ <i>Сервисное обслуживание</i> | 20% |
| ■ <i>Оформление зала и стендов</i> | 15% |

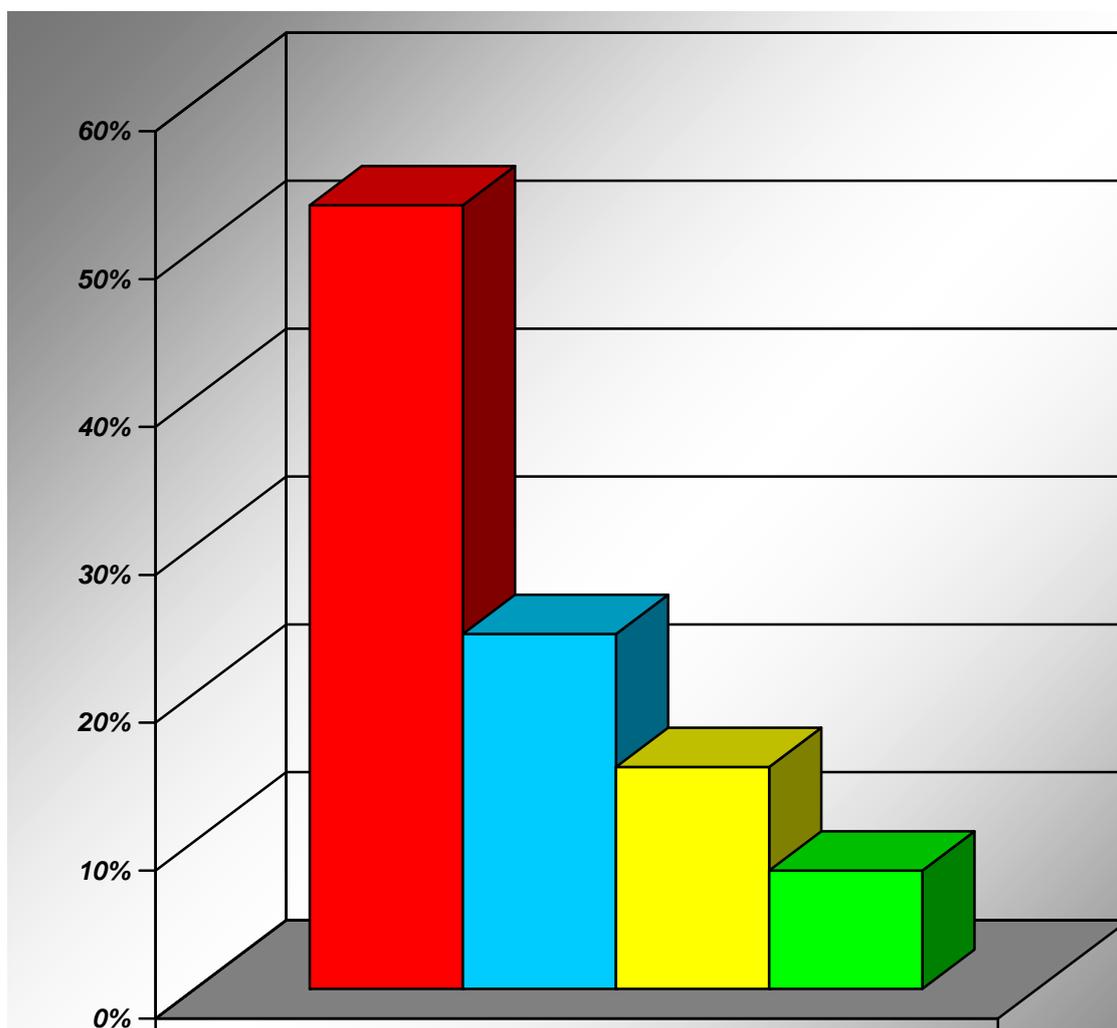
Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



| | |
|--------------------------------|-----|
| ■ Да | 93% |
| ■ Частично | 4% |
| ■ Результаты будут через месяц | 3% |

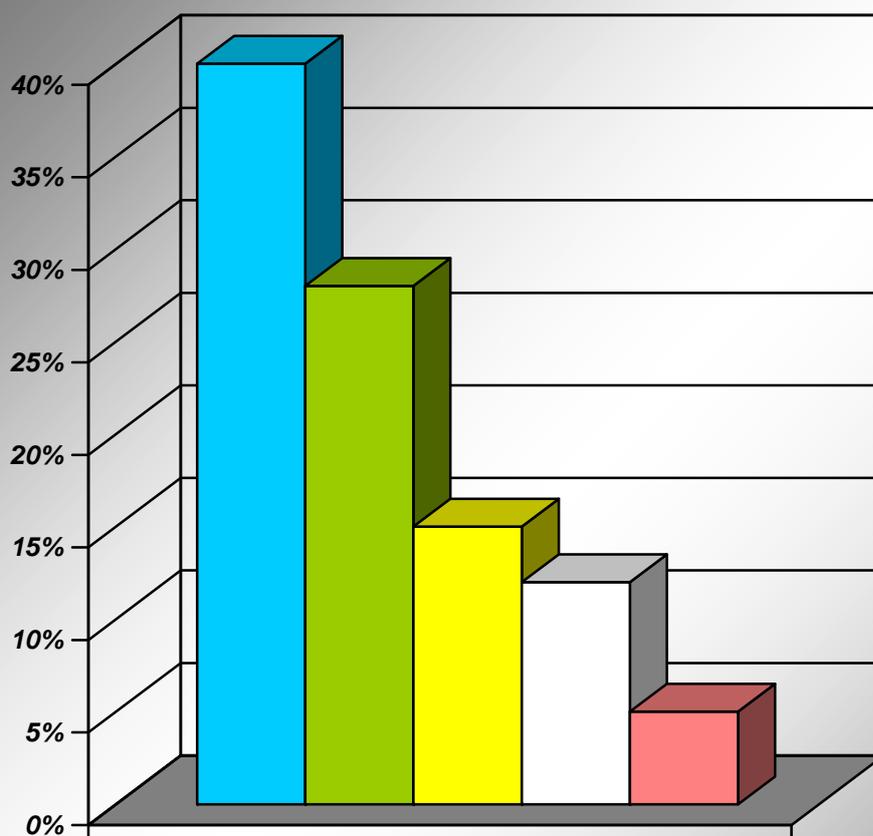
II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



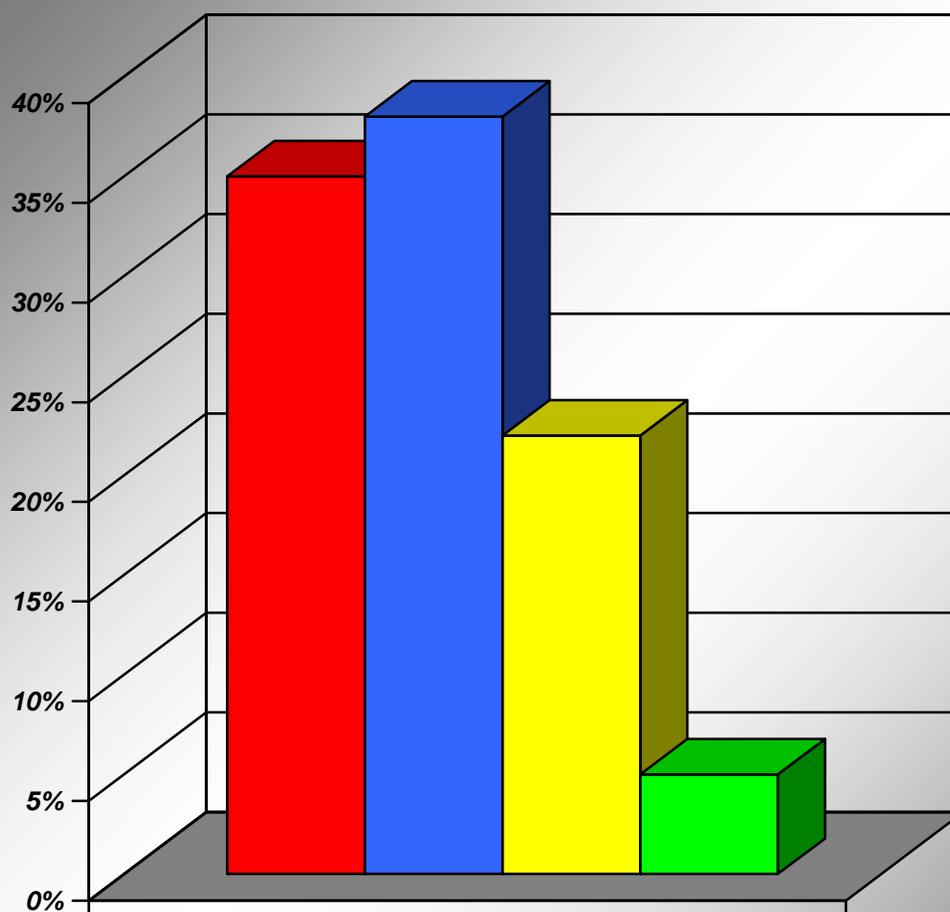
| | |
|--------|-----|
| ■ ЮФО | 53% |
| ■ ЦФО | 24% |
| ■ СЗФО | 15% |
| ■ ПФО | 8% |

В. Цели посещения выставки:



| | |
|---|-----|
| <input checked="" type="checkbox"/> Покупка продукции | 40% |
| <input checked="" type="checkbox"/> Заключение договоров | 28% |
| <input checked="" type="checkbox"/> Получить информации об отрасли | 15% |
| <input type="checkbox"/> Посещение деловой программы | 12% |
| <input type="checkbox"/> Поиск партнера по реализации ювелирной продукции | 5% |

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



| | |
|--|-----|
| ■ <i>Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон)</i> | 35% |
| ■ <i>Интернет, радио, TV</i> | 38% |
| ■ <i>Наружная реклама</i> | 22% |
| ■ <i>Специализированные издания</i> | 5% |