

АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ
«Элитный салон-2009»
«ОПТИКА. КОСМЕТОЛОГИЯ - 2009»



В период с 25 по 28 июня в ГК «Жемчужина» была проведена III-ая международная специализированная выставка элитных товаров и услуг «Элитный салон-2009», «ОПТИКА. КОСМЕТОЛОГИЯ-2009». В выставке приняли участие 107 компаний, 3956 посетителей, из них: - 1045 посетителей-специалистов.

При поддержке:

- Торгово-промышленной палаты Краснодарского края
- Гильдии Ювелирной России

Информационная поддержка выставки:

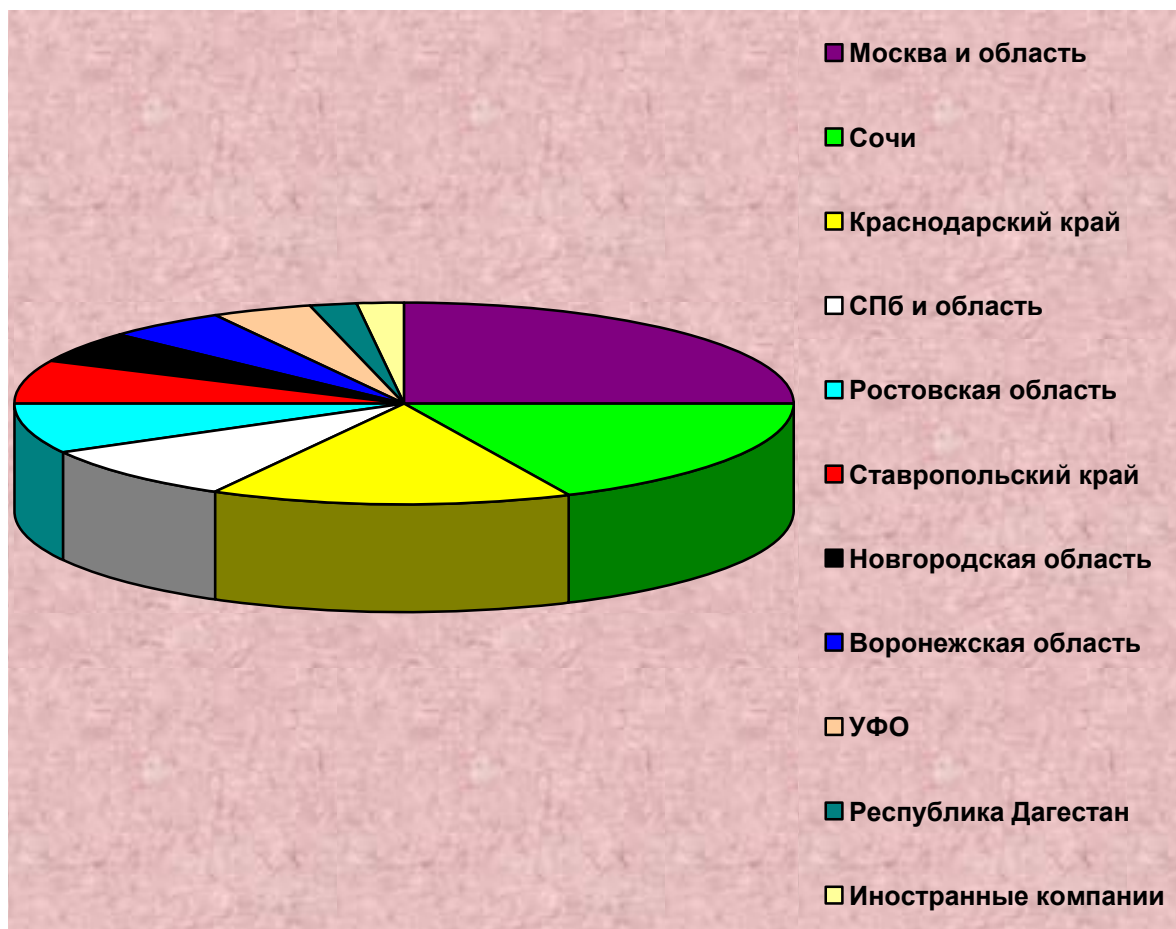
- «ПапиРус» Издательский Дом, Санкт-Петербург;
- www.allnice.info - Всероссийский Интернет-портал;
- ExproMediaGroup, Ростов-на-Дону;
- ИнформЭКСПО, Москва;
- «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону

Информационный партнер выставки:

- «АВС-ПОРТАЛ» региональное информационно-рекламное издание, Краснодар;
- KavkazAir Журнал, Железноводск;
- «КРАСИВЫЙ БИЗНЕС» Журнал, Москва;
- ОПТИК НЬЮС ГРУПП ООО, Москва;
- «На Кубани.ру» ООО, Краснодар;
- PROfashion Журнал, «Топ ПРОФэшн», ООО Москва;
- TravelForLife, ООО «А-Рена, Санк-Петербург;
- «РУССКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ» Информационно-аналитическое агентство, Дубна;
- «МИР&ДОМ.Sochi» Журнал, Москва;
- «ЭФКАТЕ» ОАО, Сочи;
- СОЧИ. РУ Интернет портал города-курорта, Сочи

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



Москва и Московская область – 25%

Сочи – 18%

Краснодарский край (без Сочи) – 15%

Санкт-Петербург и Ленинградская область – 9%

Ростовская область – 8%

Ставропольский край – 7%

Новгородская область – 5%

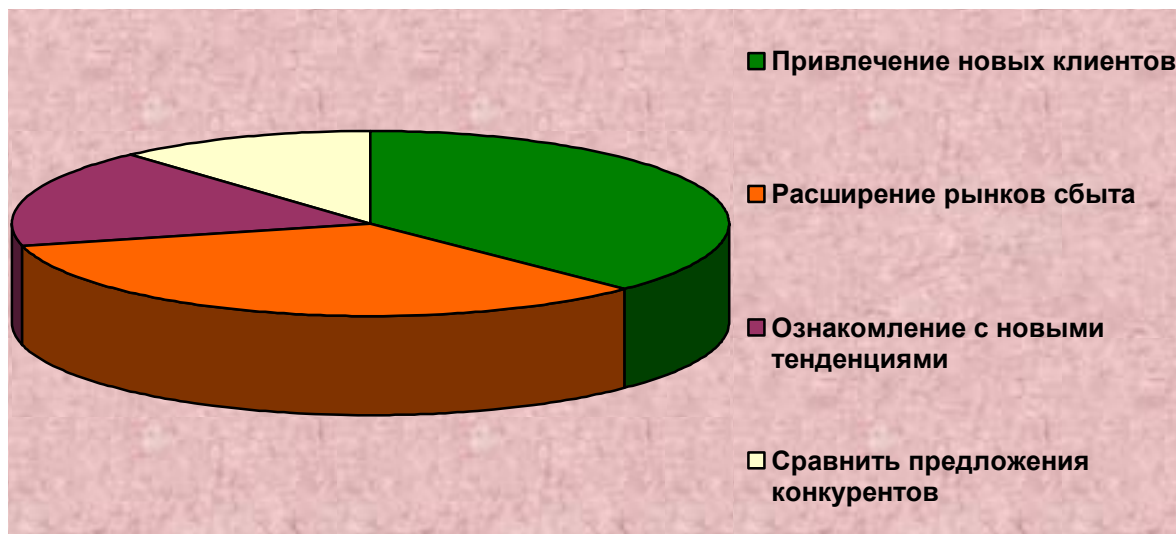
Воронежская область – 5%

Уральский Федеральный округ – 4%

Республика Дагестан – 2%

Иностранные компании – 2 %

В. Цели участия:



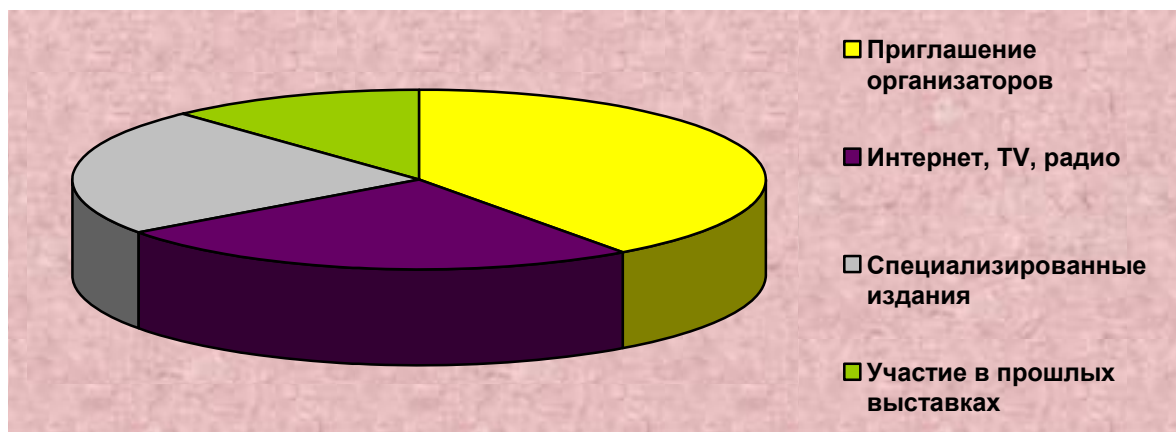
Привлечение новых клиентов – 39%

Расширение рынков сбыта – 35%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 14%

Сравнить предложения конкурентов – 12%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



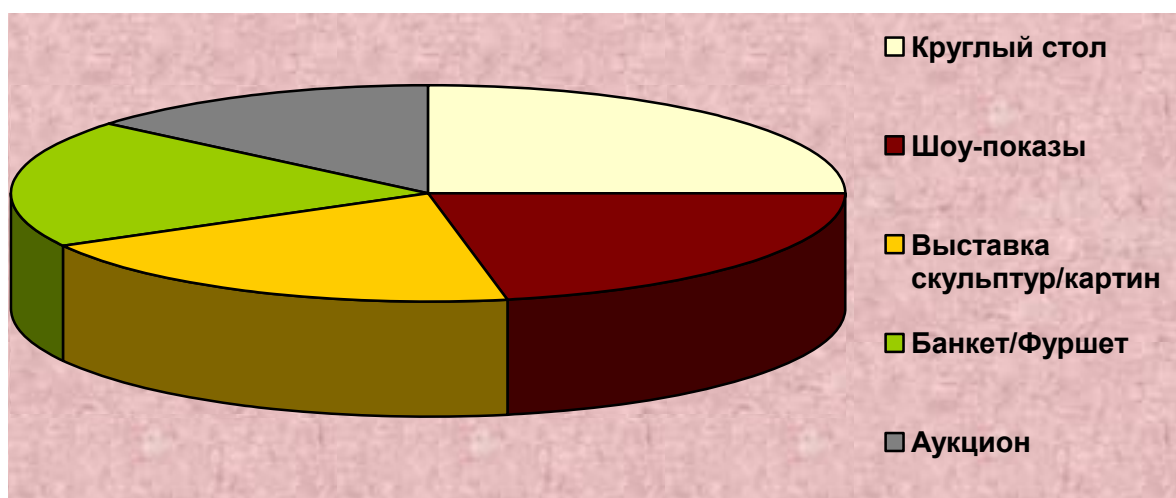
Приглашение организаторов – 40%

Интернет, TV, радио – 25%

Специализированные издания – 23%

Участие в прошлых выставках – 12%

D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Круглый стол – 25%

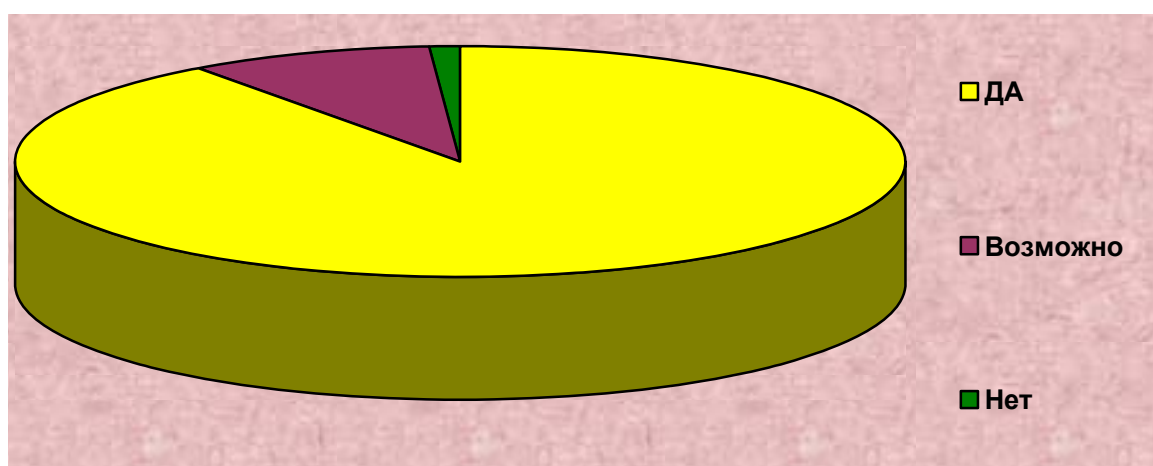
Шоу-показы – 22%

Выставка скульптур/картин – 20%

Банкет/Фуршет – 19%

Аукцион – 14%

E. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

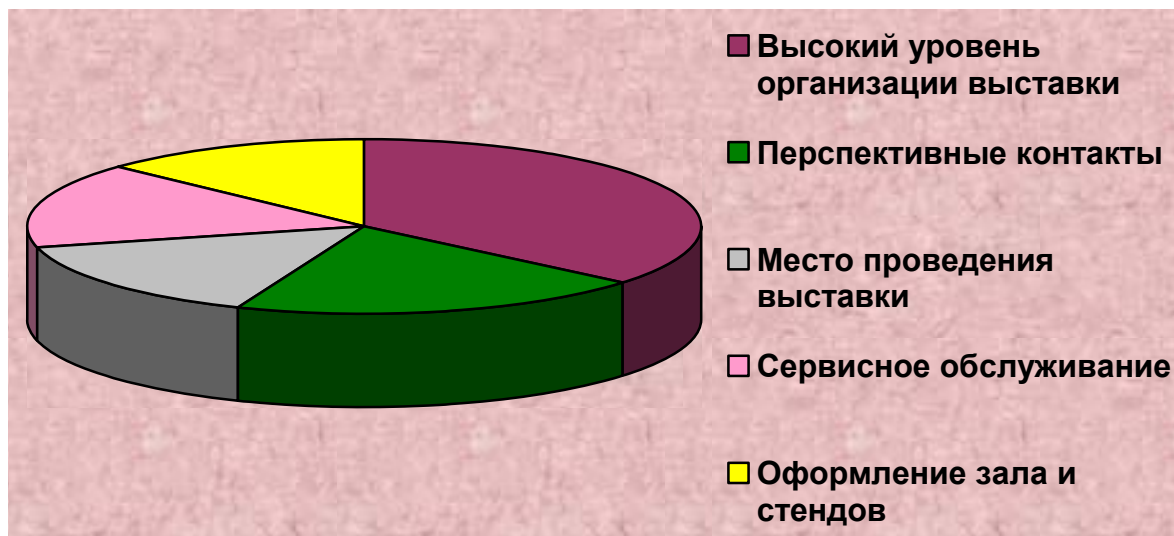


Да – 90%

Возможно – 9%

Нет – 1%

Ф. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 36%

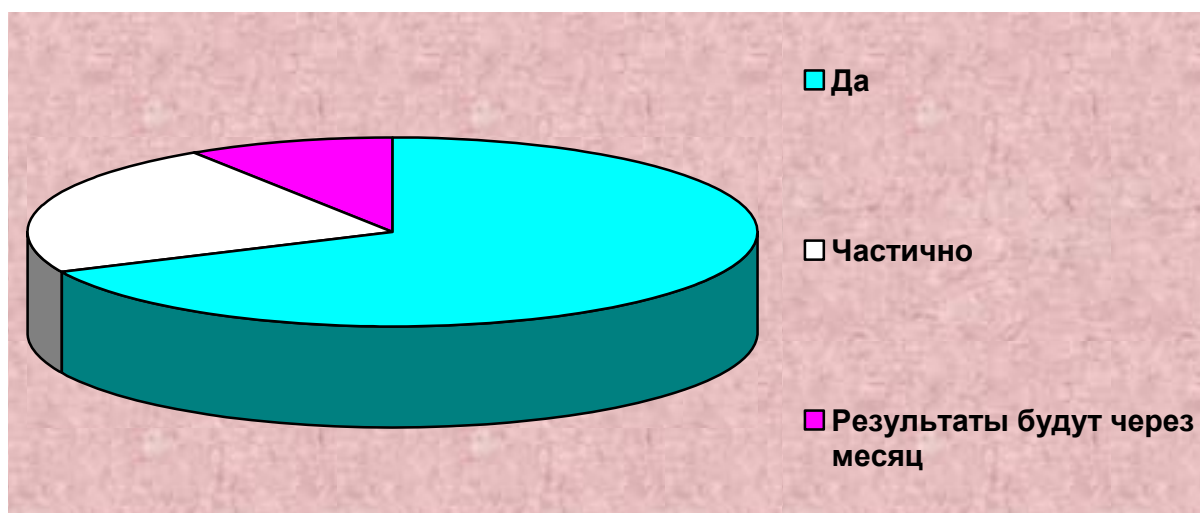
Перспективные контакты – 20%

Место проведения выставки - 15%

Сервисное обслуживание – 16%

Оформление зала и стендов – 13%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



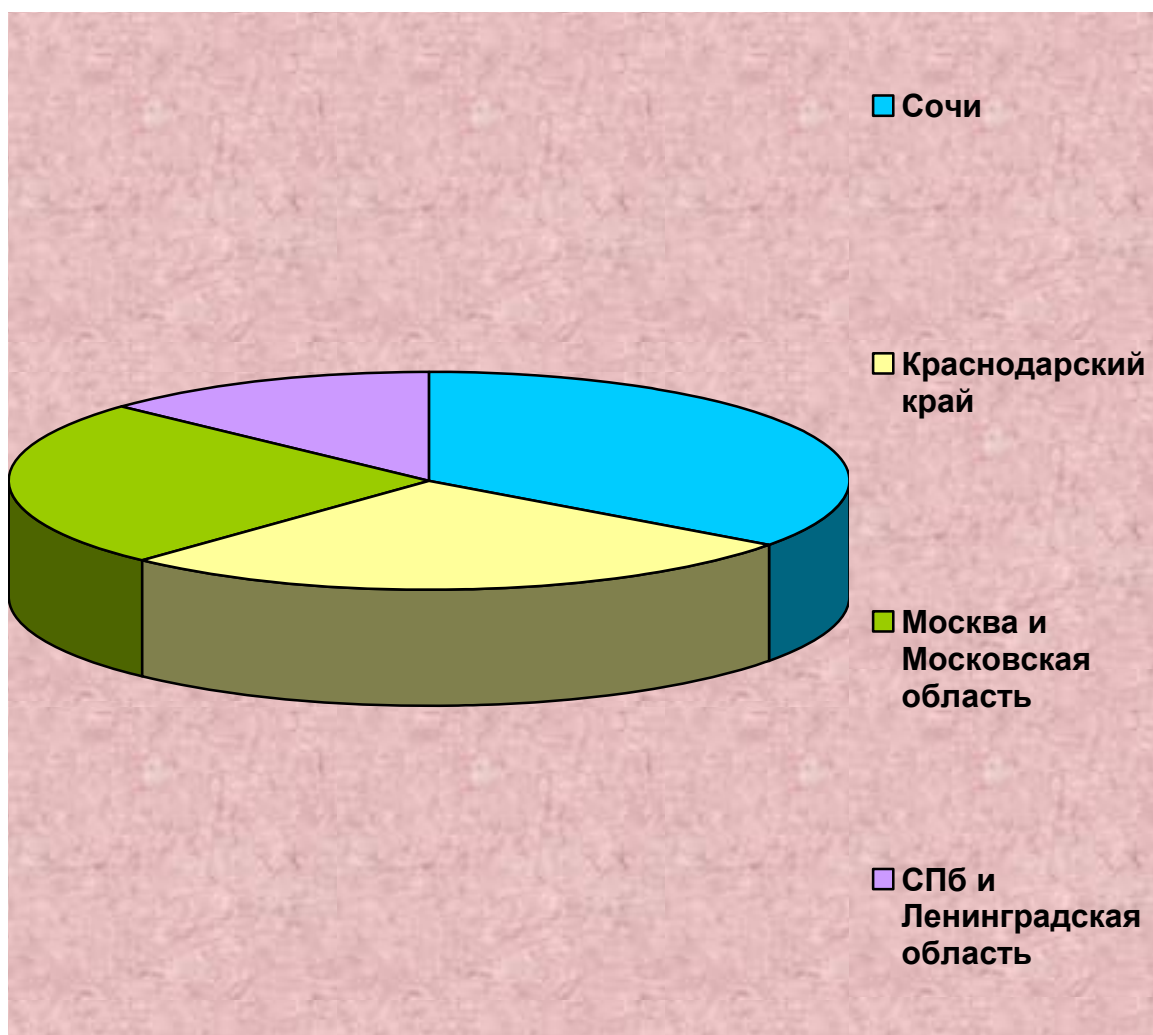
Да – 75%

Частично– 25%

Результаты будут через месяц – 10%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



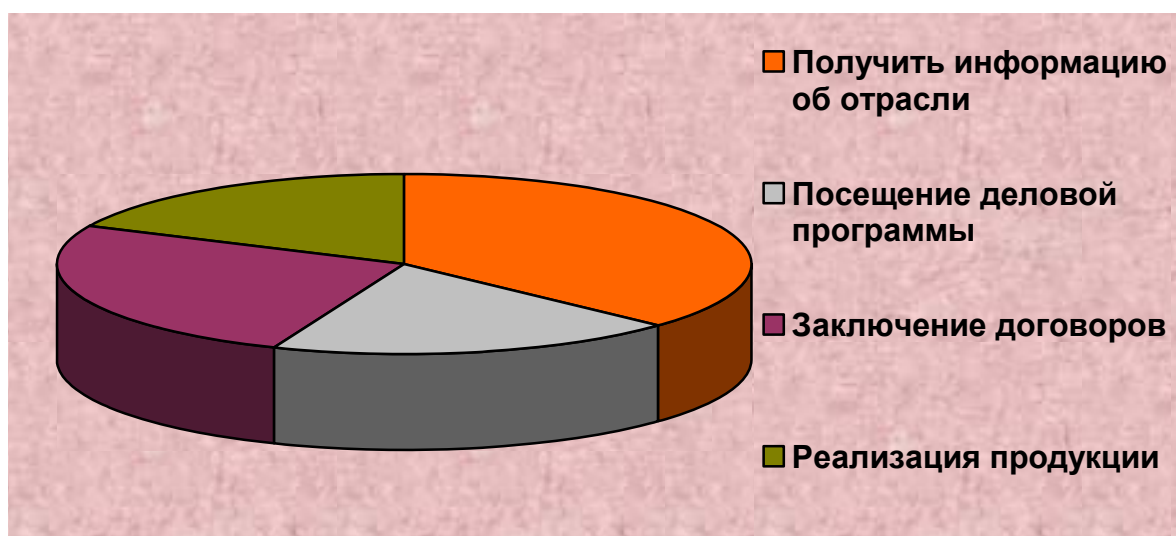
Сочи – 35%

Краснодарский край (без Сочи)– 27%

Москва и Московская область – 25%

Санкт - Петербург и Ленинградская область – 13%

В. Цели посещения выставки:



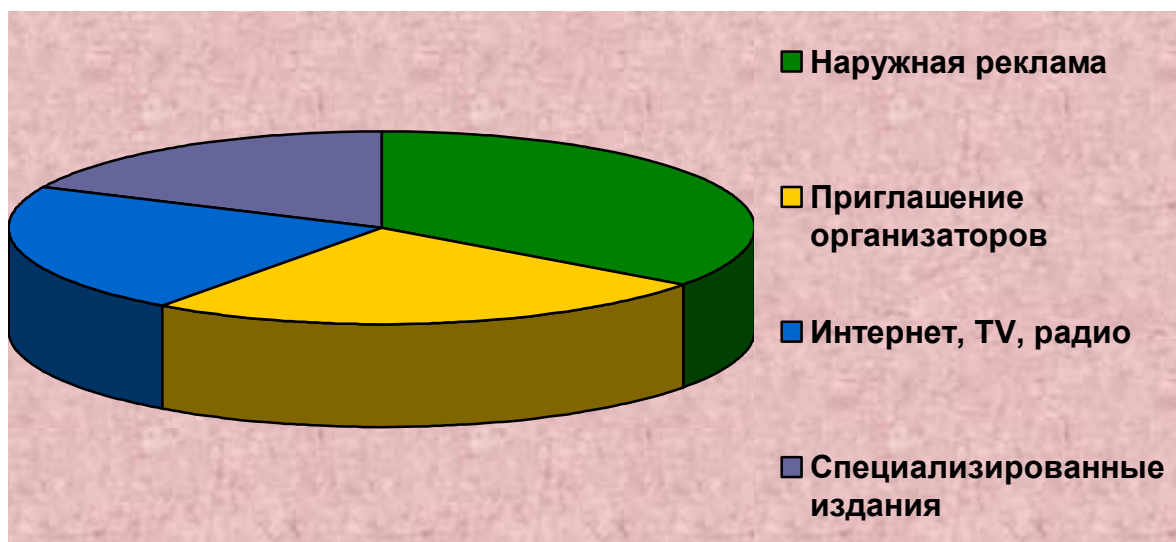
Получить информацию об отрасли – 37%

Заклучение договоров– 26%

Посещение деловой программы – 19%

Реализация продукции – 18%

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



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

Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 25%

Интернет, TV, радио – 22%

Специализированные издания – 18%