

АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «ЗОЛОТОЙ СЕЗОН - 2007»

В период с 09 по 14 октября в ГК «Жемчужина» была проведена международная специализированная выставка-ярмарка «Золотой сезон-2007». В выставке приняли участие 80 организаций, 2704 посетителей.

Информационная поддержка выставки:

«КОЛЛЕКТ БЮРО» ООО, Москва

РАТИСС – Российская Ассоциация Телефонных Справочных Служб, Сочи

ExroMediaGroup, Ростов-на-Дону

Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи

промышленно-коммерческий справочник «Желтые Страницы России», Москва

«Южный Федеральный», Ростов-на-Дону

«Эфкате» ОАО, Сочи

газета «Курортная Афиша», Сочи

газета «Экспресс Ва Банкь Сочи», Сочи

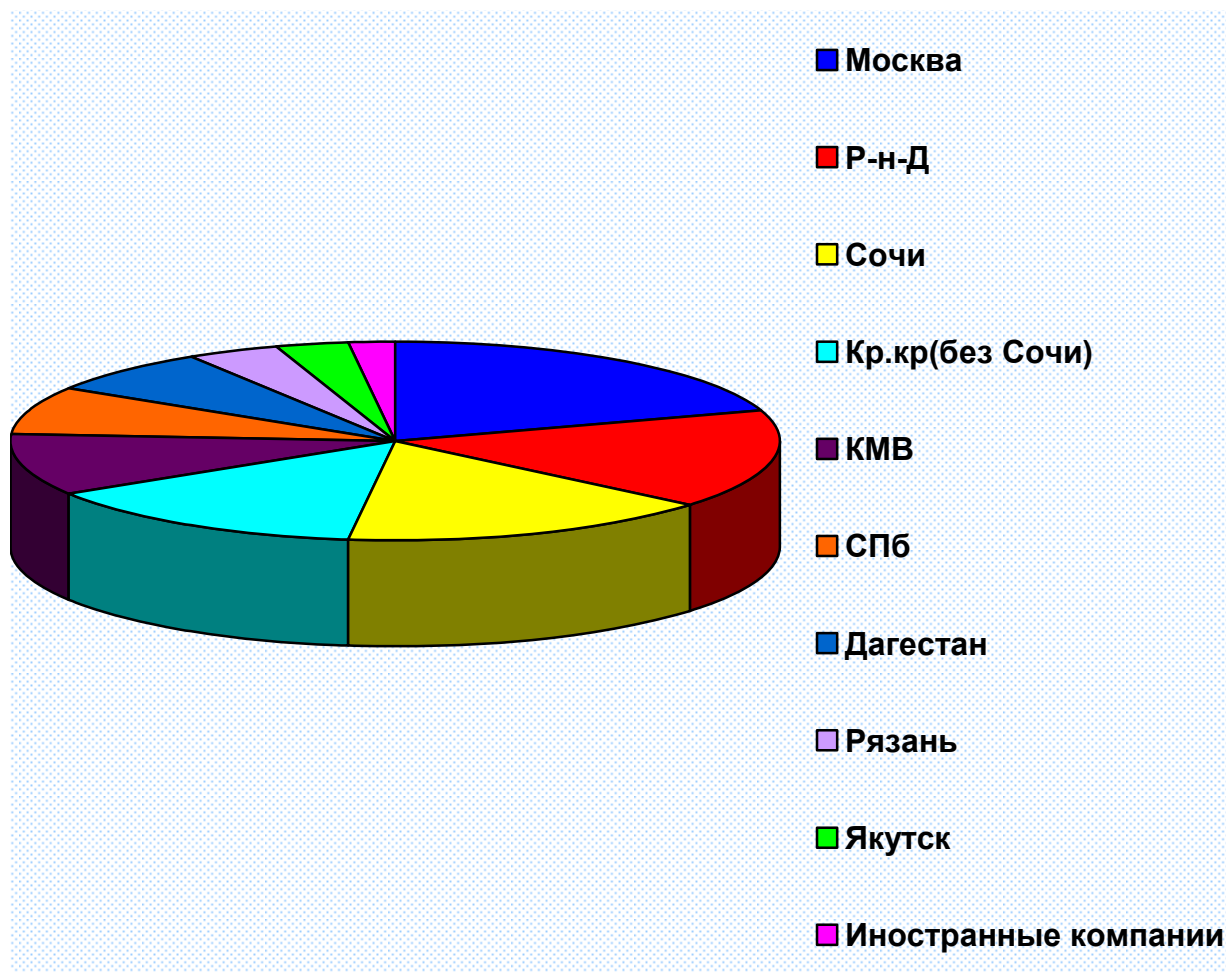
Сочинский филиал «ТелеСемь» ООО в Краснодаре», Сочи

журнал «Все лучшее о Сочи», Сочи

При содействии и участии Гильдии ювелиров России

І. УЧАСТНИКИ

А. География участников:



Москва – %

Ростов-на-Дону – %

Сочи – %

Краснодарский край (без Сочи) – %

Кавказские Минеральные воды – %

Санкт – Петербург - %

Дагестан – %

Рязань – %

Якутск – %

Иностранные компании – 2%

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 32%

Сравнить предложения конкурентов – 28%

Представление новинок – 22%

Привлечение новых клиентов – 18%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



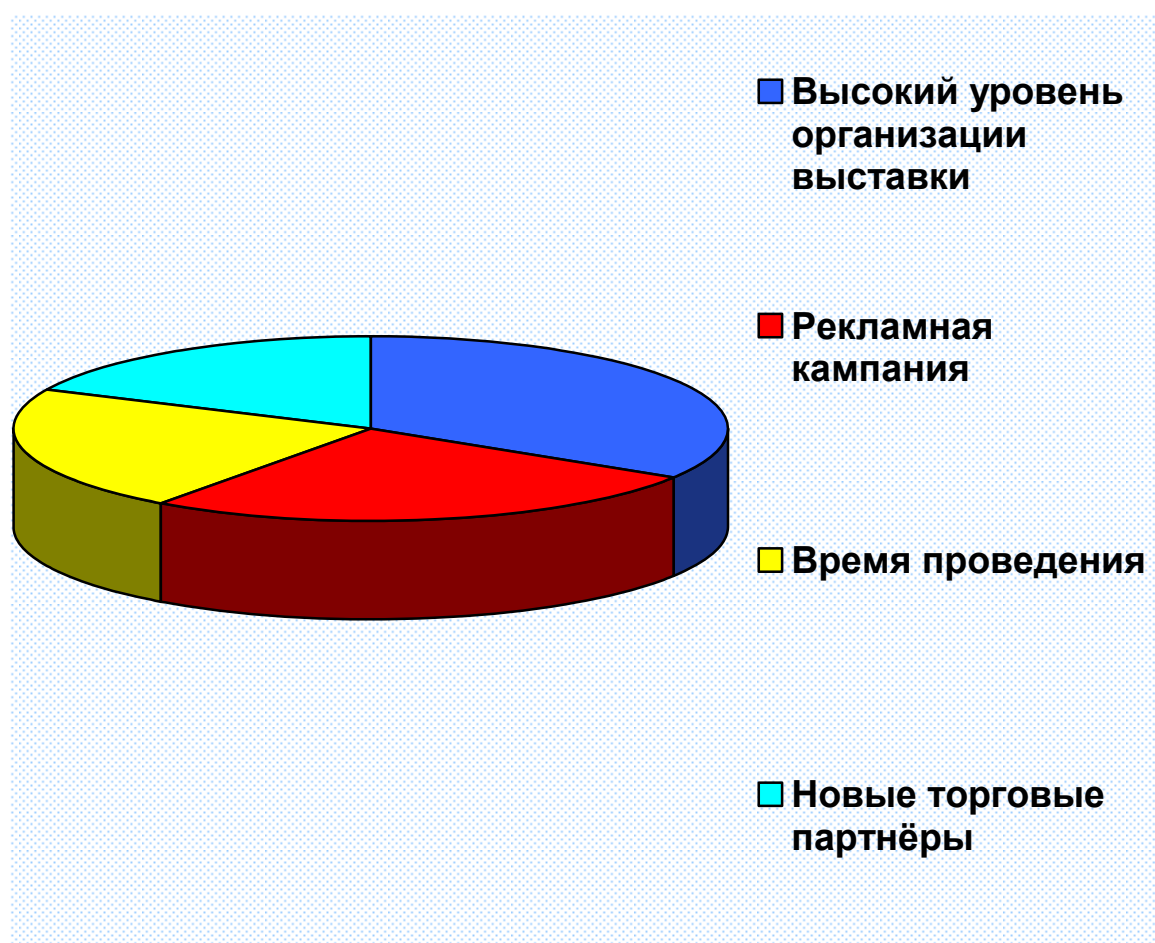
Приглашение организаторов – 35%

Интернет – 27%

Специализированные издания – 20%

Телевидение, радио – 18%

Д. Преимущества выставки



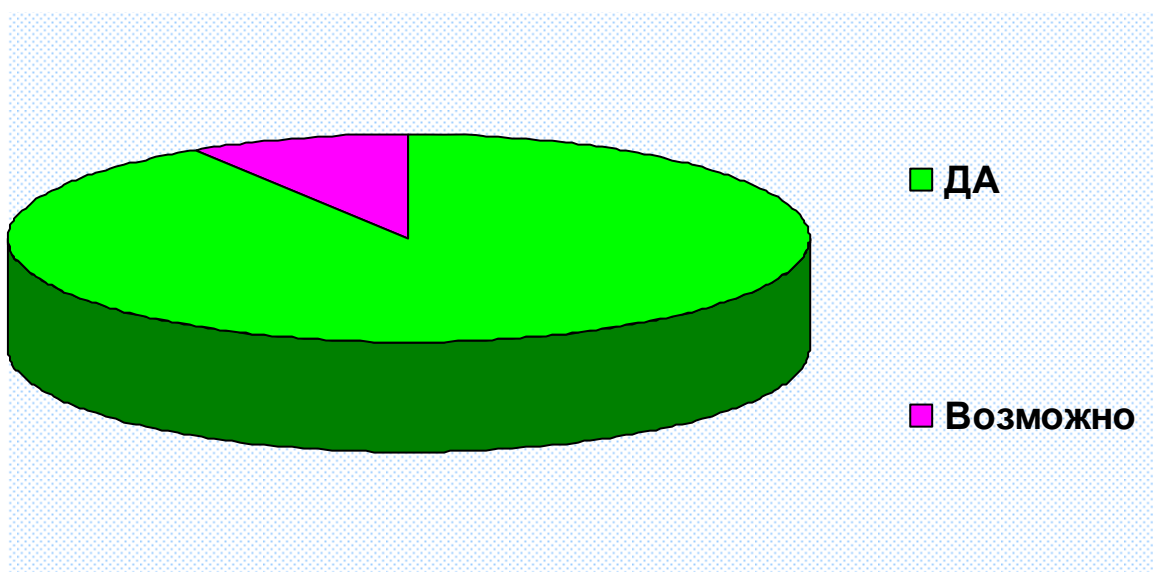
Высокий уровень организации выставки – 34%

Рекламная кампания выставки – 26%

Время проведения выставки – 22%

Приобретение новых торговых партнёров – 18%

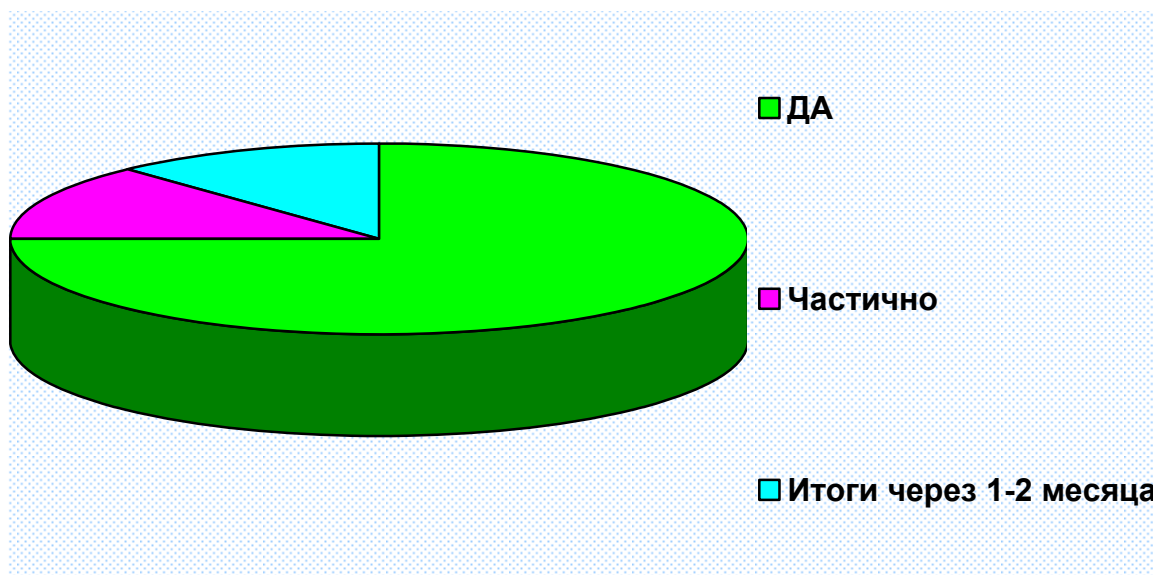
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 91%

Возможно – 9%

Е. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



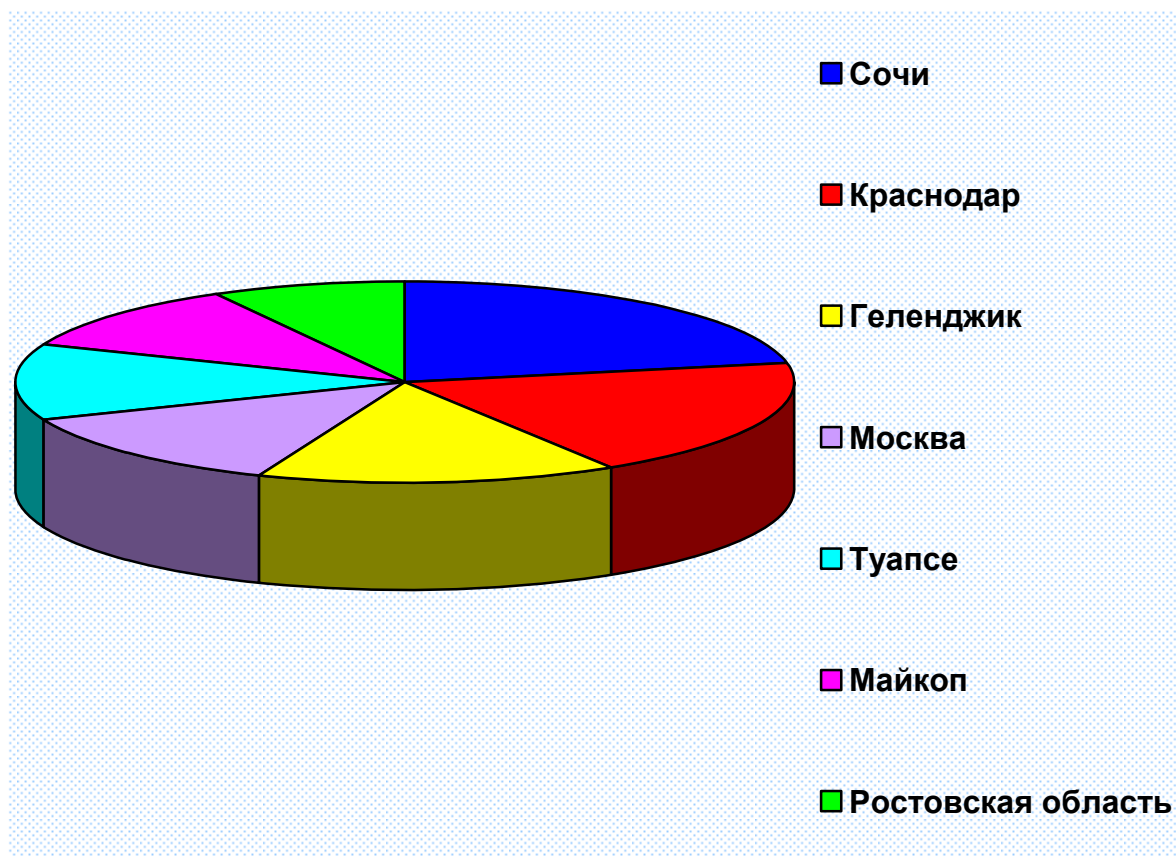
Да – 75%

Частично – 13%

Итоги работы выставки будут через 1-2 месяца – 12%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Сочи – 22%

Краснодар – 19%

Геленджик – 15%

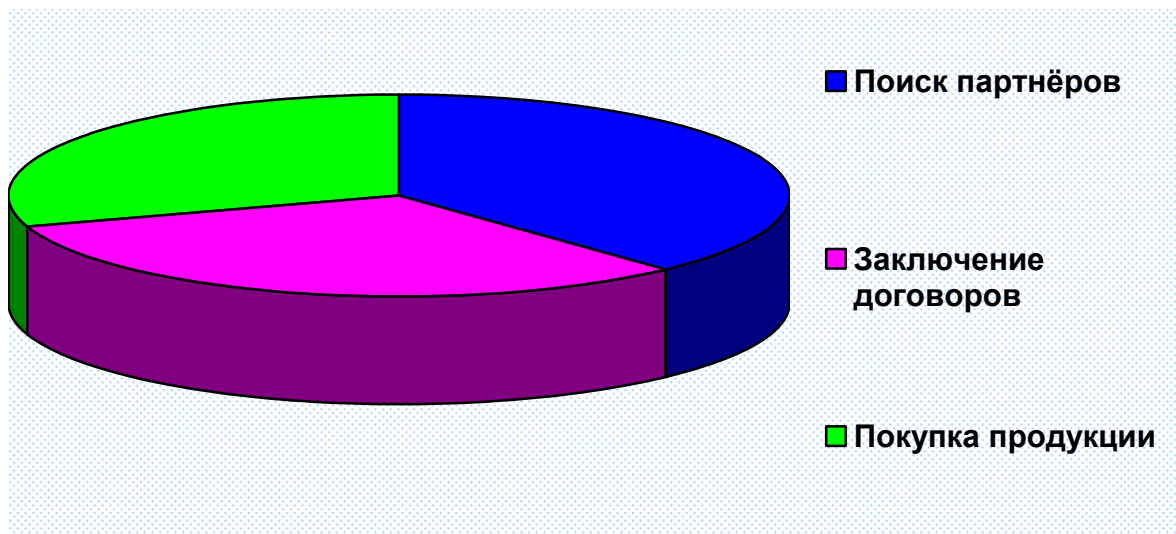
Москва – 13%

Туапсе – 12%

Майкоп – 11%

Ростовская область – 8%

В. Цели посещения выставки:

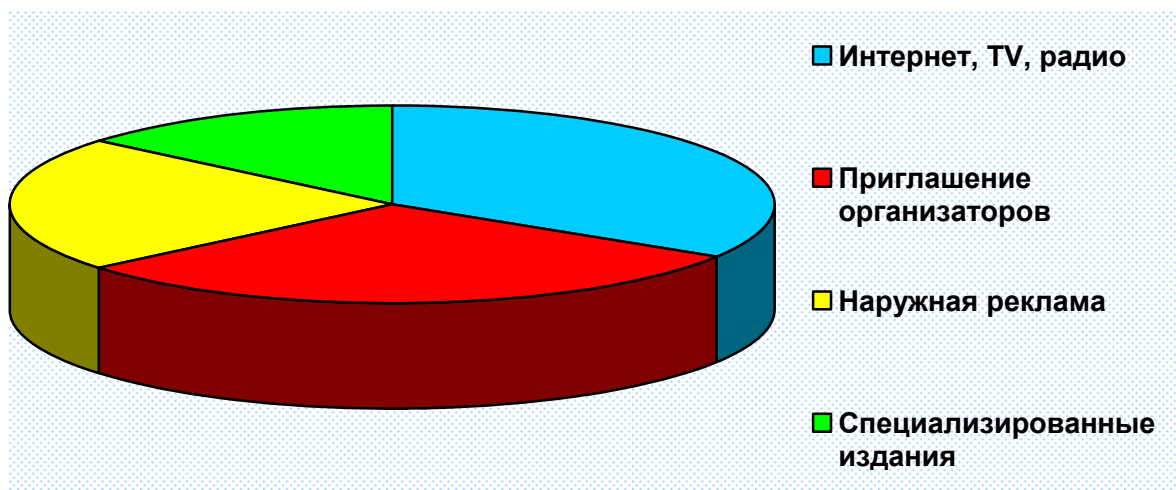


Поиск партнеров по реализации продукции – 38%

Заключение договоров – 32%

Покупка продукции – 30%

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



Интернет, TV, радио – 34%

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

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 22%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 14%