



## **АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «ЗОЛОТОЙ СЕЗОН - 2008»**

В период с 24 по 28 октября в ГК «Жемчужина» была проведена II-ая Международная специализированная выставка-ярмарка «Золотой сезон-2008». В выставке приняли участие 65 организаций из России, Украины, Белоруссии, Италии, Израиля и Турции, 6012 посетителей, из них: 2128 посетителей-специалистов.

**Генеральный информационный партнер: PROfashion, Москва.**

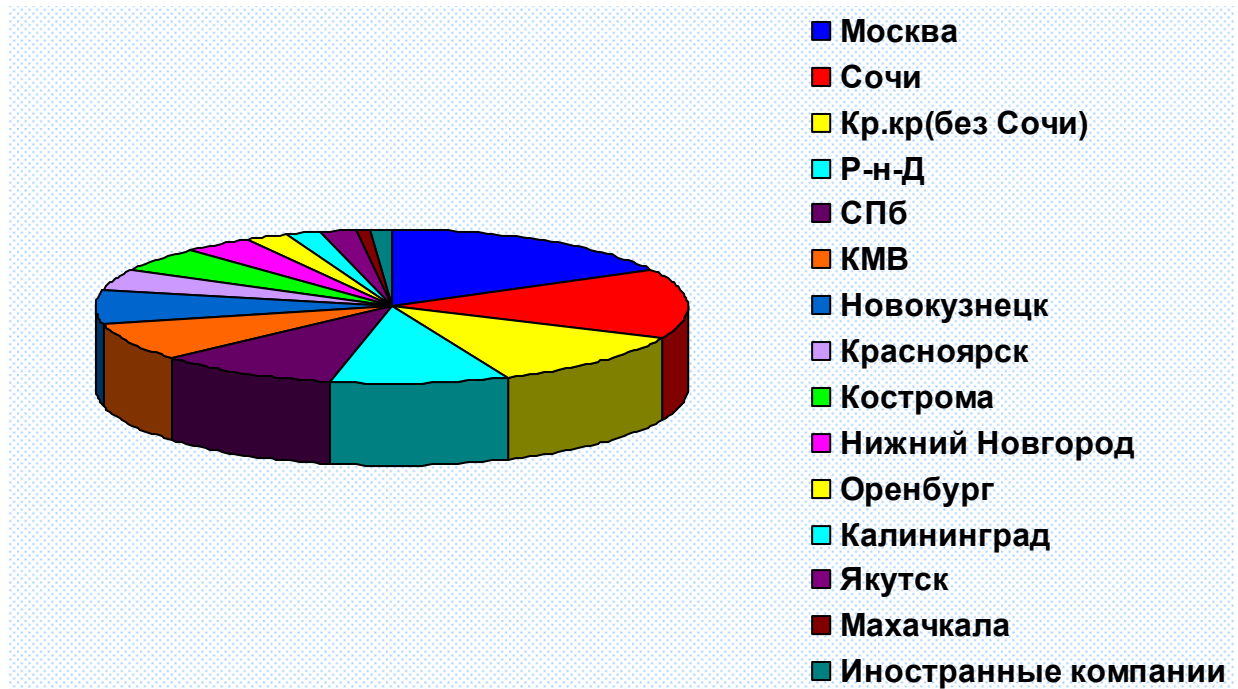
**Информационный партнер: «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Сочи», Сочи;  
ExpoMediaGroup, Ростов-на-Дону.**

**Информационная поддержка выставки:**

- **ИнформЭКСПО, Москва;**
- **Эфкате, Сочи;**
- **Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи;**
- **«Южный Федеральный», Ростов-на-Дону;**
- **ТЕЛЕСЕМЬ СОЧИНСКИЙ ВЫПУСК, Сочи.**

# І. УЧАСТНИКИ

## А. География участников:



**Москва – 17%**

**Сочи – 15%**

**Краснодарский край (без Сочи) – 12%**

**Ростов-на-Дону – 10%**

**Санкт – Петербург - 10%**

**Кавказские Минеральные воды – 8%**

**Новокузнецк – 7%**

**Красноярск – 5%**

**Кострома – 5%**

**Нижний Новгород – 4%**

**Оренбург-2%**

**Калининград-2%**

**Якутск-2%**

**Махачкала-1%**

**Иностранные компании – 1%**

**В. Цели участия:**



**Расширение рынков сбыта – 25%**

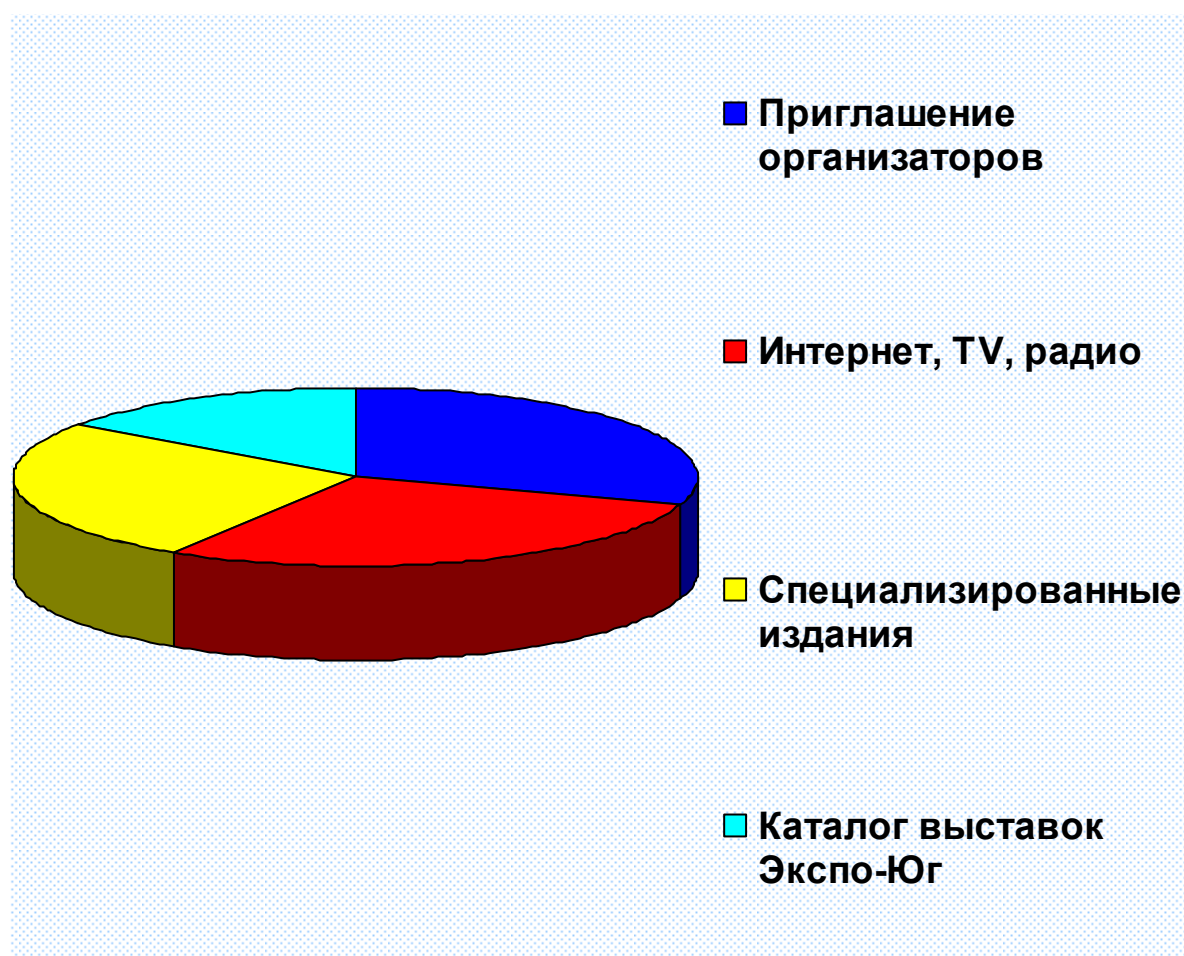
**Розничная продажа – 22%**

**Сравнить предложения конкурентов – 21%**

**Поиск оптовых покупателей – 18%**

**Представление новинок – 14%**

**С. Источники, из которых узнали о выставке:**



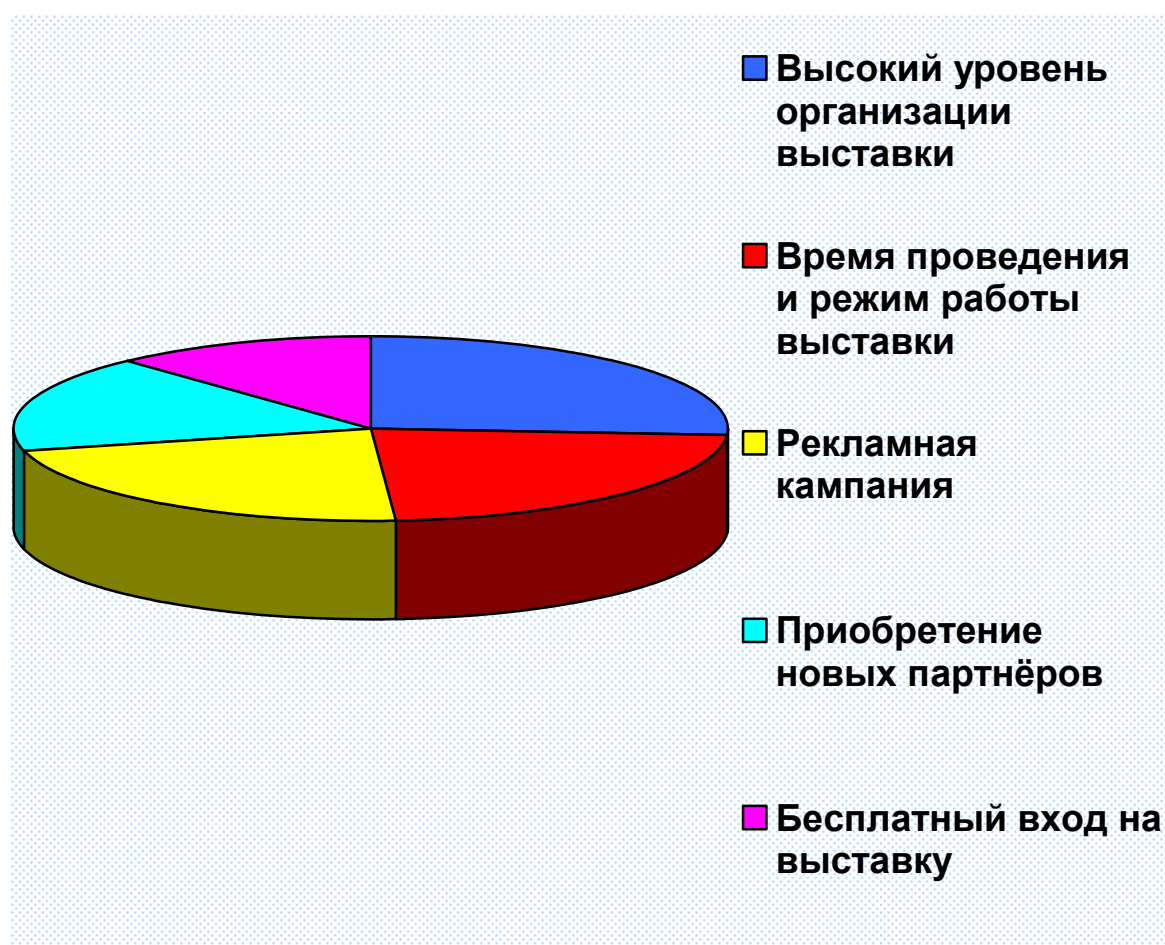
**Приглашение организаторов – 30%**

**Интернет, TV, радио – 29%**

**Специализированные издания – 26%**

**Каталог выставок «Экспо-Юг» - 15%**

#### Д. Преимущества выставки



**Высокий уровень организации выставки – 26%**

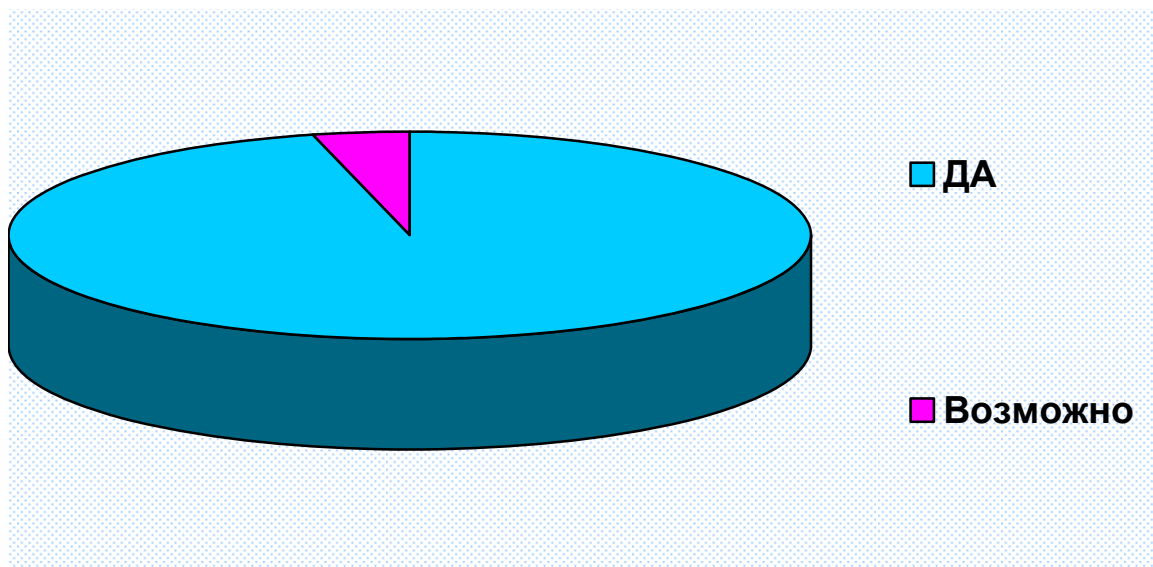
**Время проведения и режим работы выставки – 23%**

**Рекламная кампания выставки – 22%**

**Приобретение новых партнёров – 17%**

**Бесплатный вход на выставку – 12%**

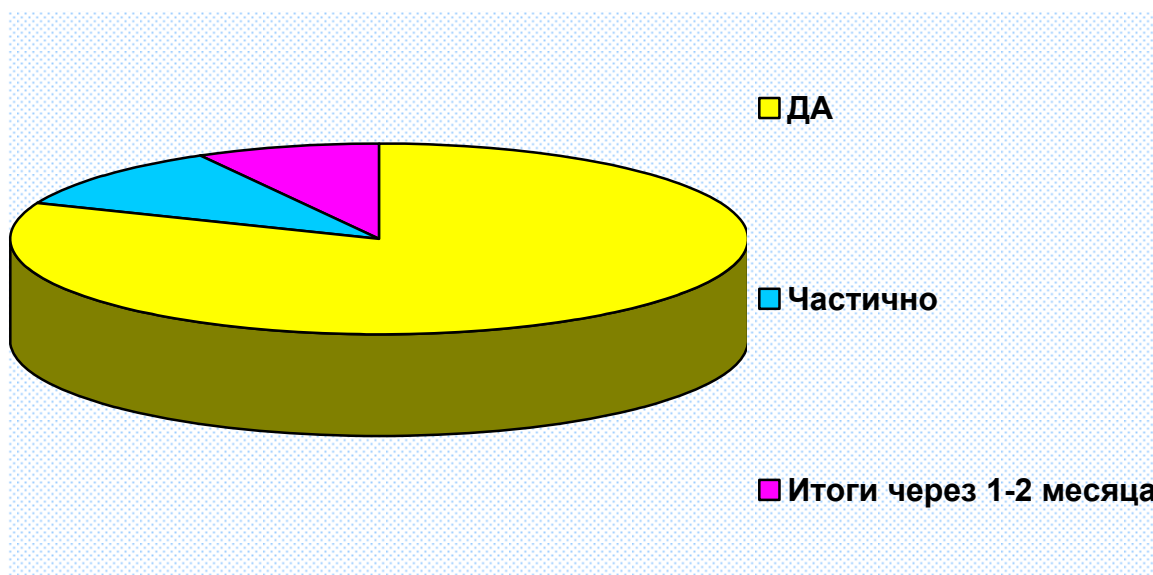
**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 96%**

**Возможно – 4%**

**Е. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?**



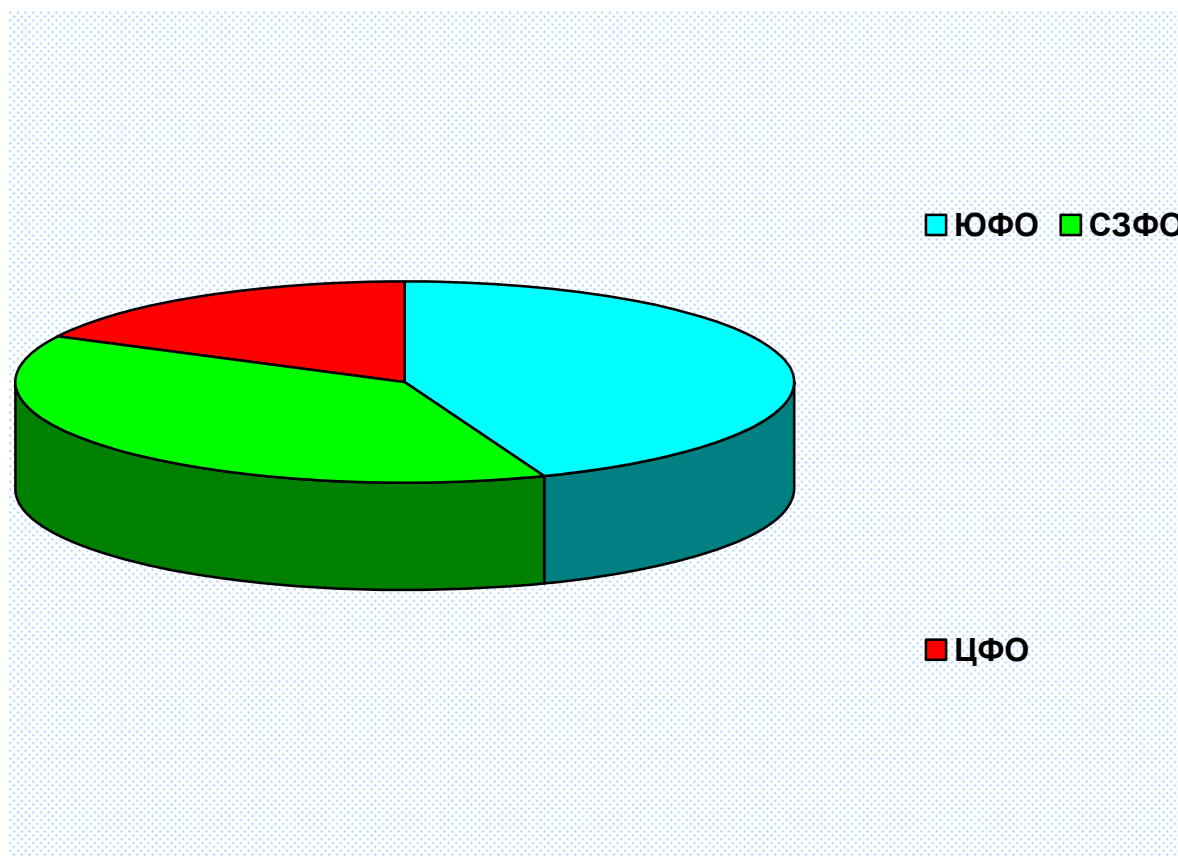
**Да – 81%**

**Частично – 11%**

**Итоги работы выставки будут через пару месяцев – 8%**

## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей

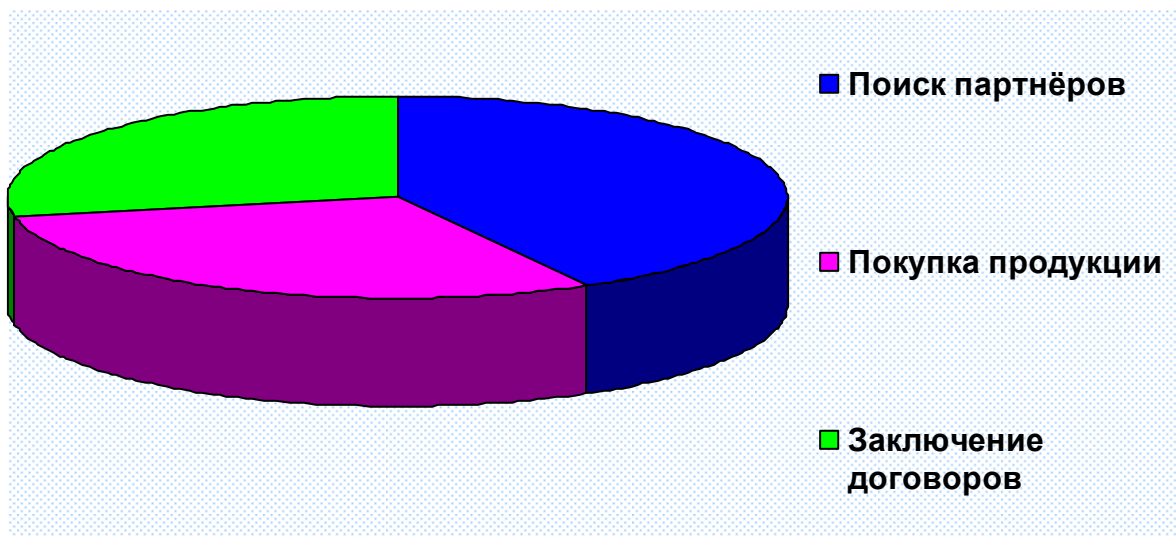


**Южный Федеральный Округ – 38%**

**Северо-Западный Федеральный Округ – 33%**

**Центральный Федеральный Округ – 29%**

**В. Цели посещения выставки:**

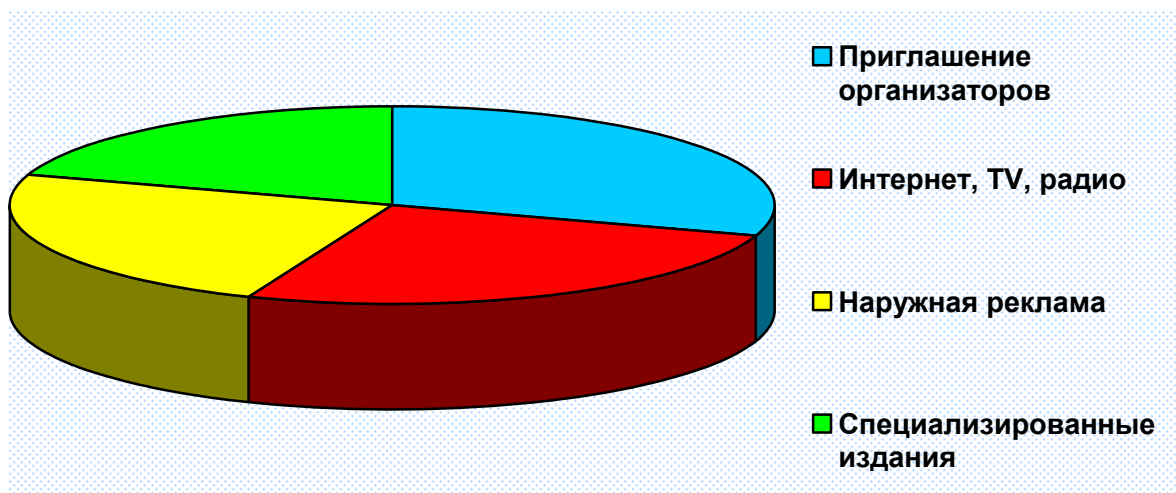


**Поиск партнеров по реализации продукции – 42%**

**Покупка продукции – 30%**

**Заключение договоров – 28%**

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



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

**Интернет, TV, радио – 26%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 24%**

**Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 20%**