

АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «Гостинично – ресторанный бизнес – 2007. WELCOME»

В период с 5 по 7 апреля в ГК «Жемчужина» была проведена 11-ая международная специализированная выставка-ярмарка. В выставке приняли участие 120 организаций, 4100 посетителей, из них: - 2400 посетителей-специалистов

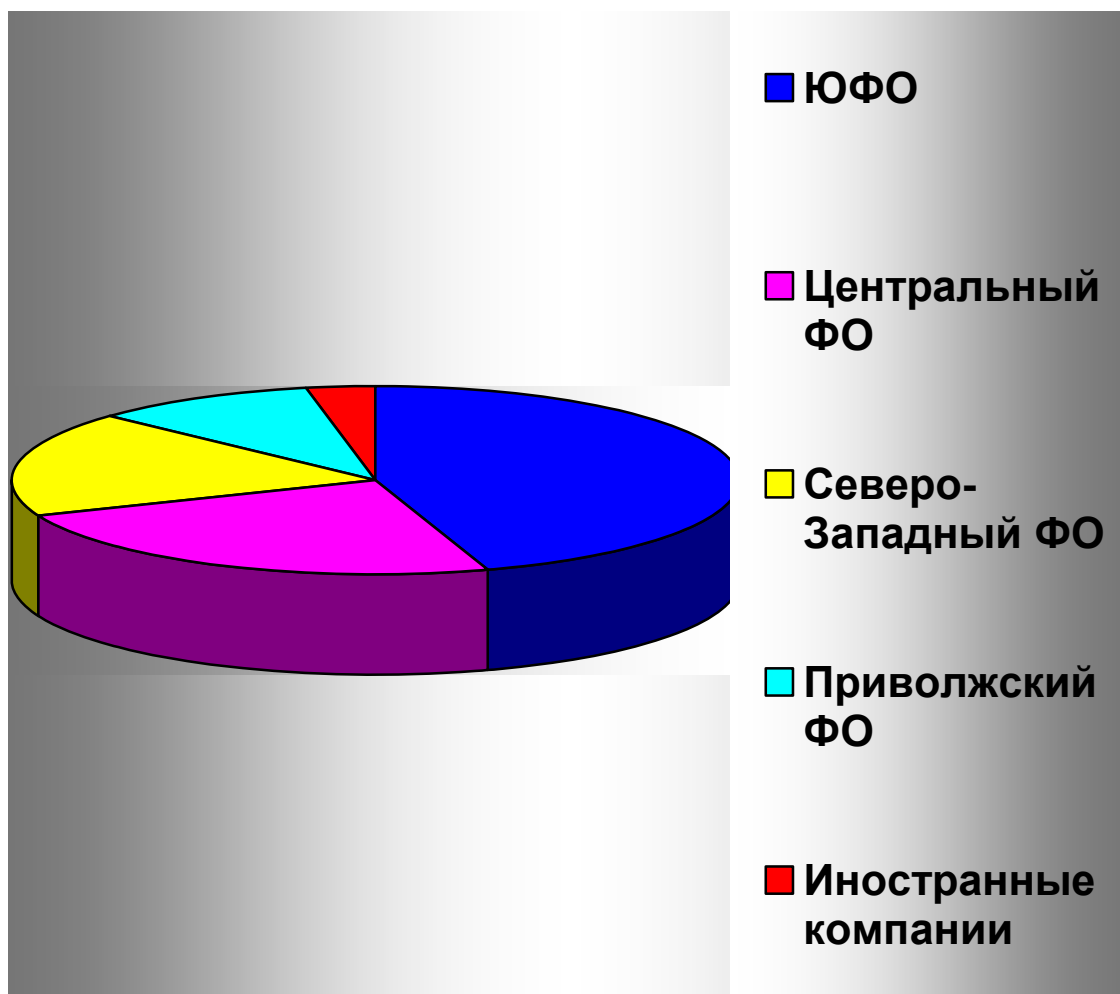
Информационная поддержка выставки: ООО «Русское Профессиональное Издательство», Москва; ПИР - информационный проект, Москва; журнал «Отель», Москва, Россия; журнал «Наша Мебель», Москва; журнал «FoodService», Москва, Россия; ООО «Сочинский Бизнес Журнал», Сочи; «Гостиница и Ресторан: Бизнес и Управление» журнал, Москва; ExpoMediaGroup, Ростов-на-Дону; Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи промышленно-коммерческий справочник «Желтые Страницы России», Москва; «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону; ОАО «Эфкате», Сочи; газета «Экспресс Ва Банкъ Сочи», Сочи; ООО Сочинский филиал «ТелеСемь» в Краснодаре», Сочи.

Официальный партнер - журнал «Новости торговли», Москва; журнал «Оборудование», Москва; журнал «Ресторатор», Москва; журнал «Шеф», Москва

Информационный партнер выставки - журнал «Современный бизнес. Ресторан», Санкт-Петербург; журнал «Современный бизнес. Отель», Санкт-Петербург
WWW.DELINFORM.RU

І. УЧАСТНИКИ

А. География участников



Южный Федеральный Округ – 45%

Центральный Федеральный Округ – 24%

Северо-Западный Федеральный Округ – 18%

Приволжский Федеральный Округ – 10%

Иностранные компании – 3%

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 41%

Сравнить продукцию конкурентов – 27%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 18%

Демонстрация новой продукции – 7%

Имиджевая и PR реклама – 5%

Заявить о компании на юге России – 2%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 34%

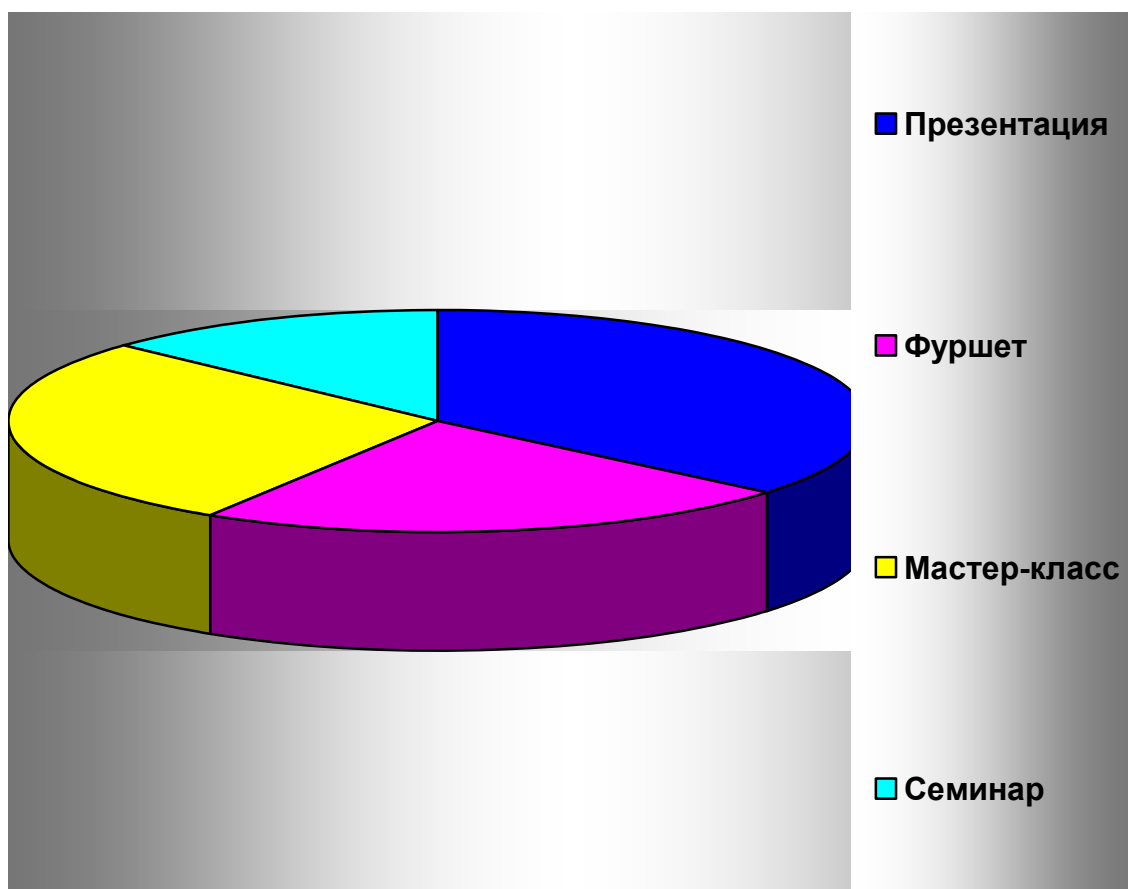
Интернет – 26%

TV, радио – 19%

Участие в выставке ГРБ 2006 – 14%

Специализированные издания – 7%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Презентация – 36%

Мастер-класс – 28%

Фуршет – 23%

Семинар – 13%

Е. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 25%

Реклама выставки – 21%

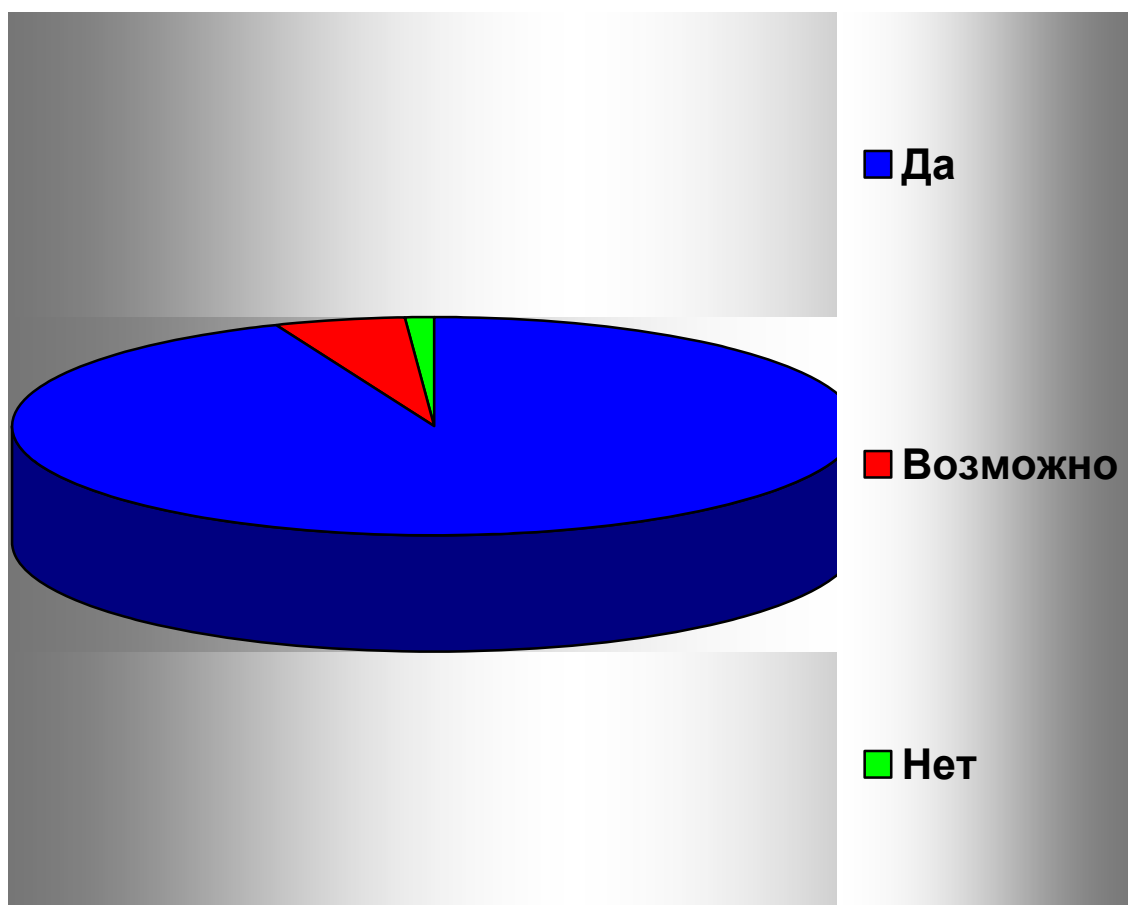
Количество участников – 18%

Перспективные контакты – 15%

Привлечение посетителей – 15%

Сервисное обслуживание – 6%

Г. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

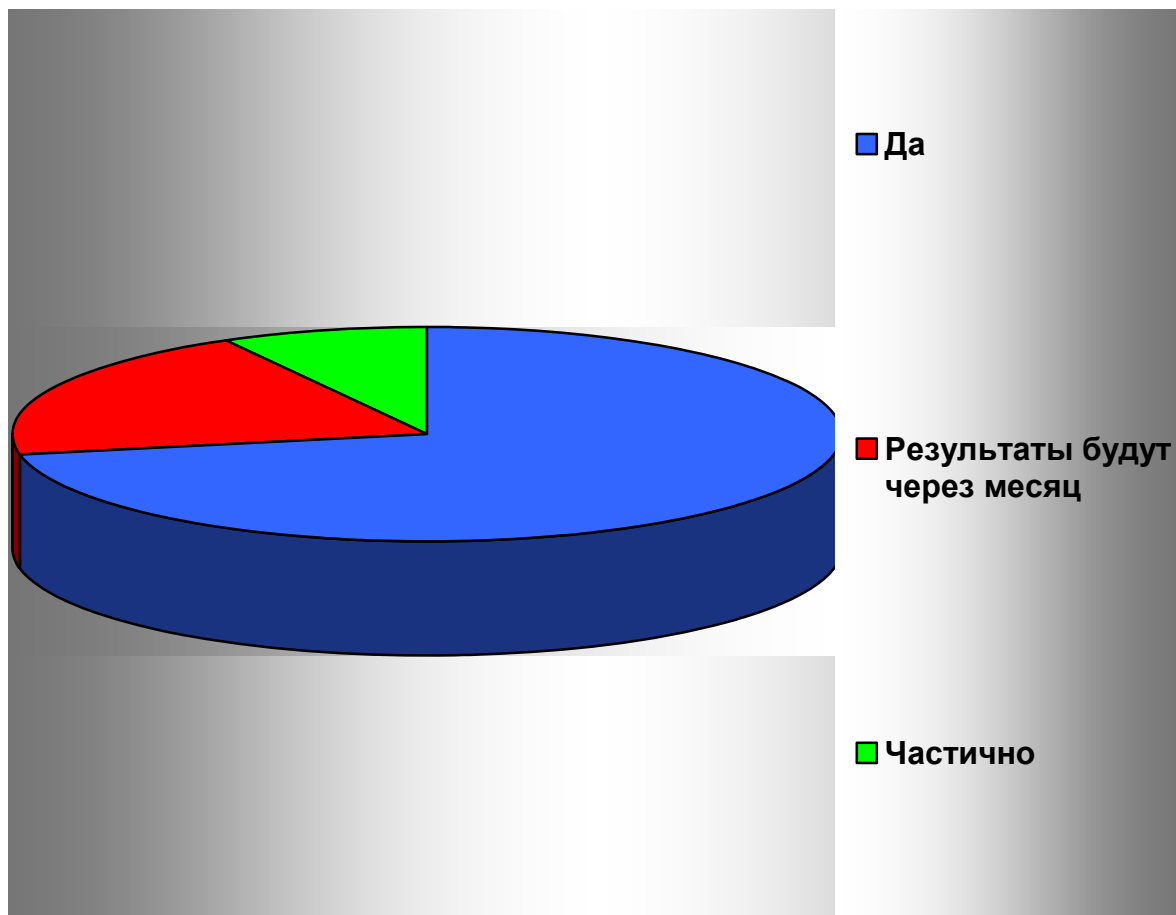


Да – 94%

Возможно – 5%

Нет – 1%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



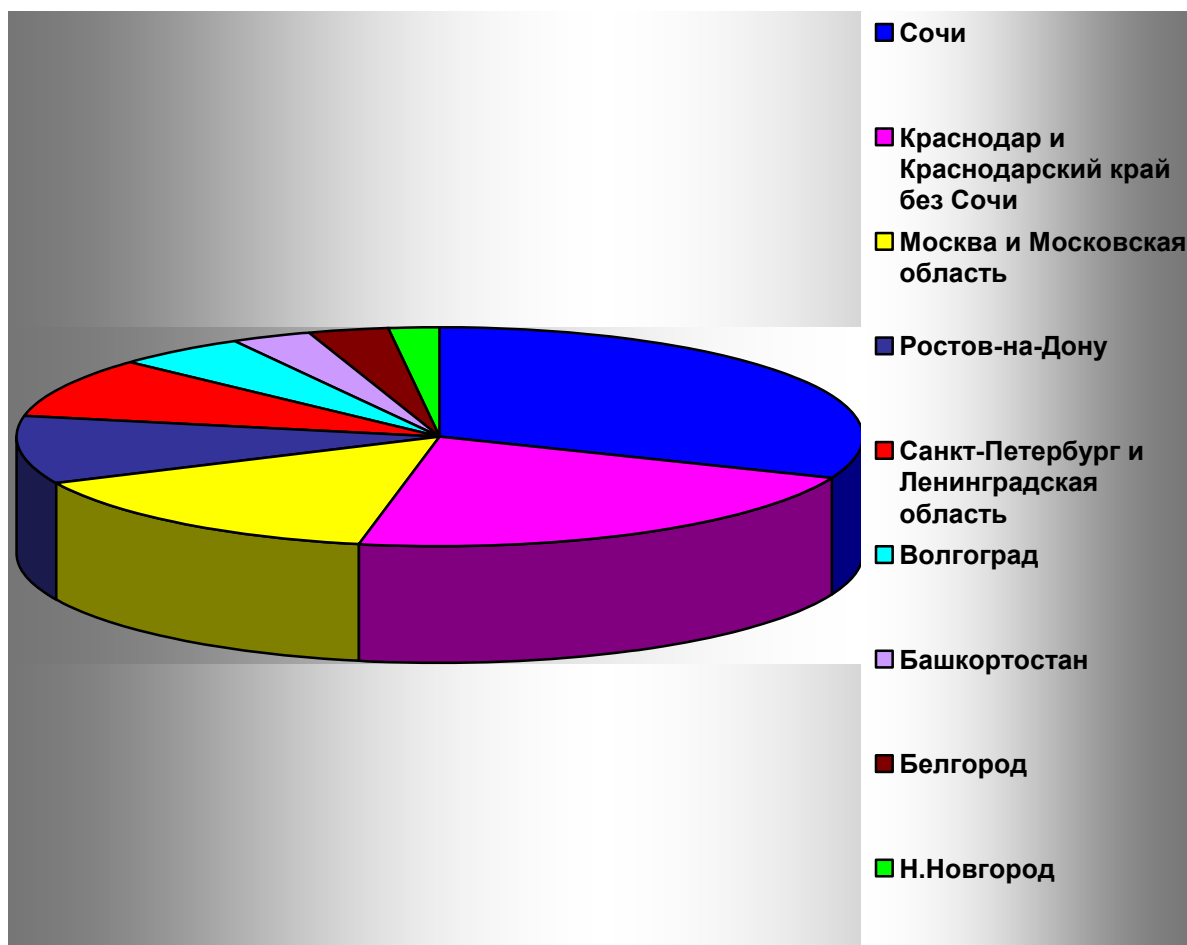
Да – 72%

Результаты будут через месяц – 20%

Частично – 8%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Сочи – 31%

Краснодар и Краснодарский край без Сочи – 22%

Москва и Московская область – 15%

Ростов-на-Дону – 10%

Санкт - Петербург и Ленинградская область – 9%

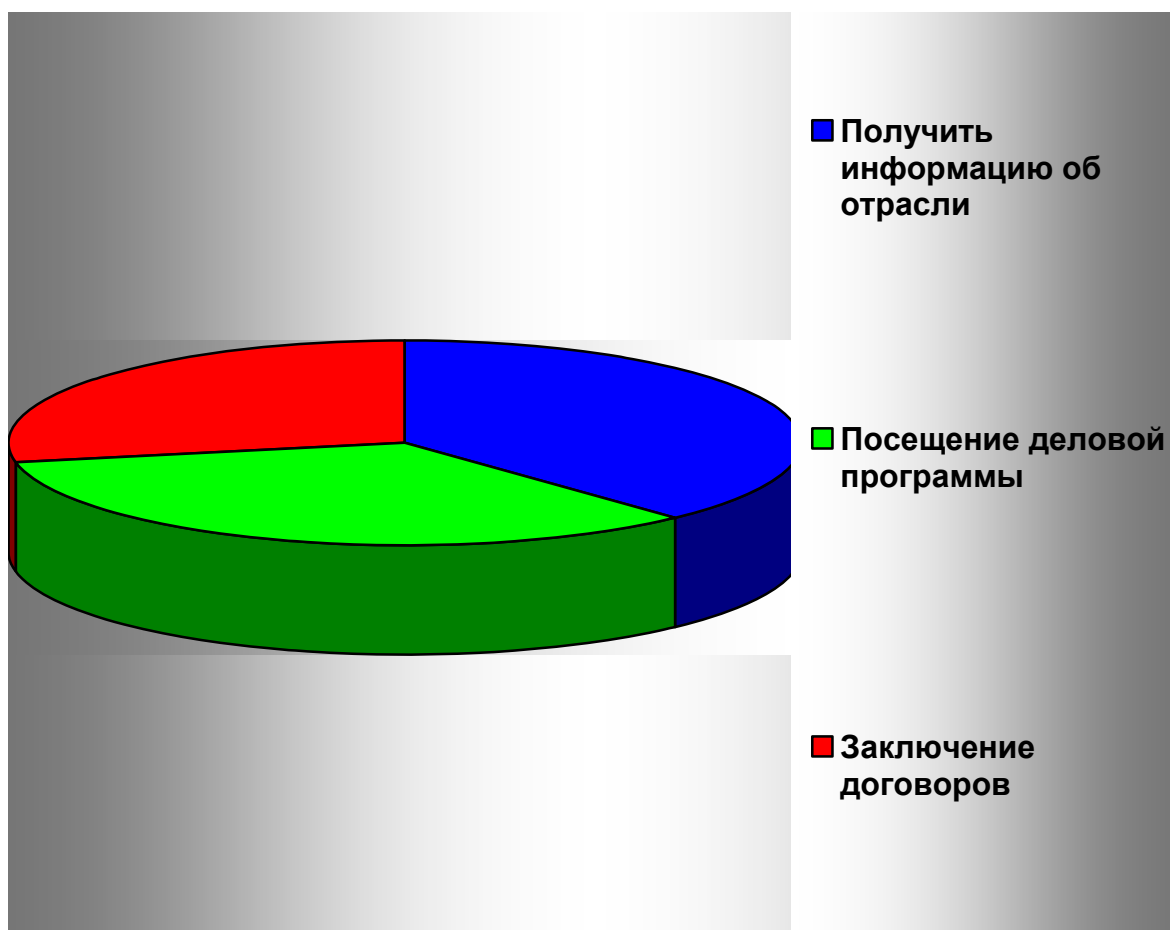
Волгоград – 5%

Башкортостан – 3%

Белгород – 3%

Н.Новгород – 2%

В. Цели посещения выставки:



Получить информацию об отрасли – 38%

Посещение деловой программы – 34%

Заключение договоров – 28%

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



Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 34%

Интернет, TV, радио – 31%

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 29%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги)– 5%

От друзей, коллег – 1%