

## **АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ**

### **«ИНТЕРЮВЕЛИР – 2007»**

В период с 10 по 16 июля в ГК «Жемчужина» была проведена VII-ая Международная специализированная выставка-ярмарка «ИнтерЮвелир-2007». В выставке приняли участие 268 организаций, 17771 посетителя, из них: - 2820 посетителей-специалистов.

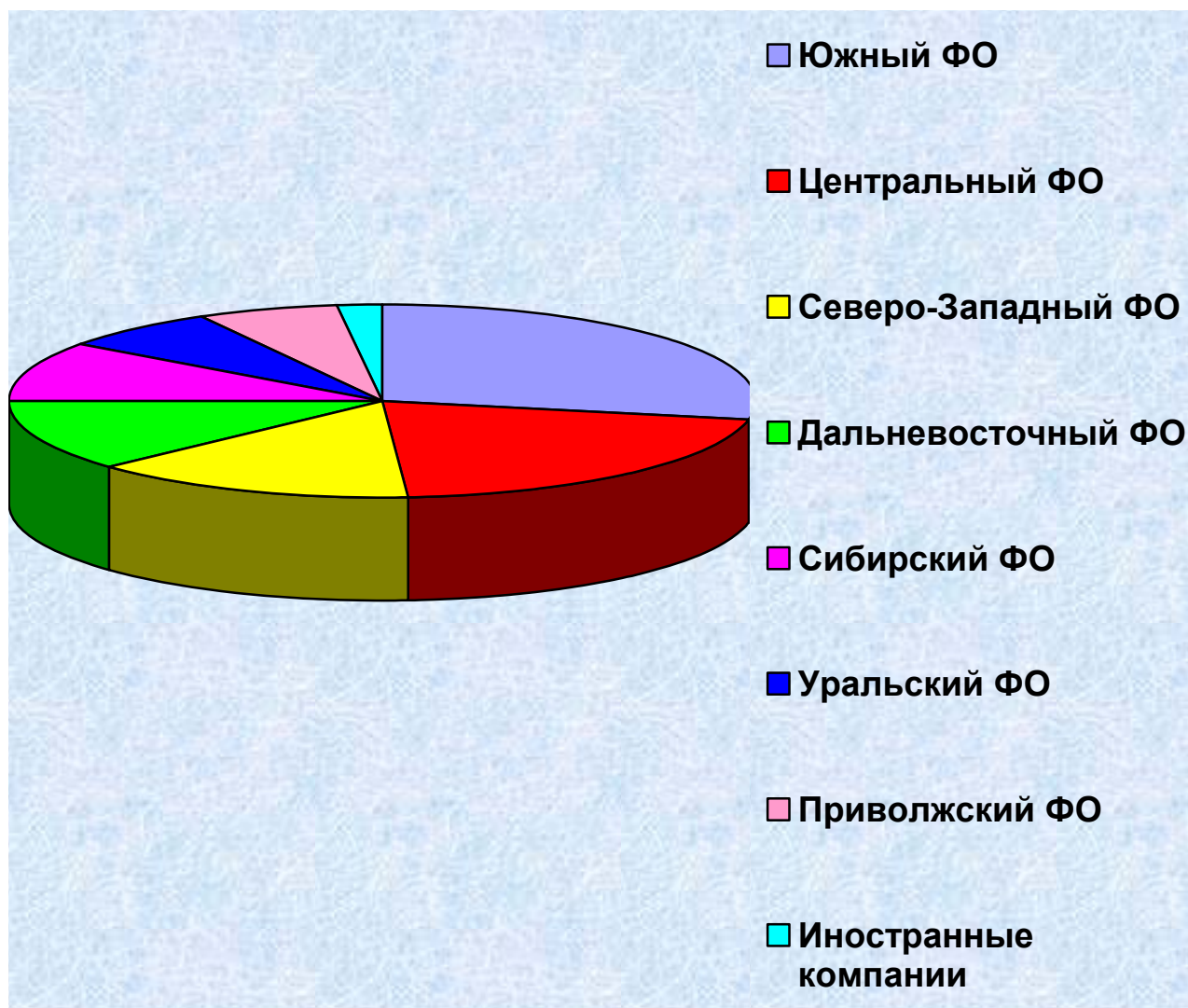
Информационная поддержка выставки: журнал Ювелирный; ООО «ЮВЕЛИР.РУ», Кострома; ИД «Айоланта», журнал «Золотой», Москва; ООО «Коллект Бюро», Русский ювелирный каталог, Москва; ООО «Русская Ювелирная Сеть», Дубна; журнал «Ювелирное Обозрение», Москва, Россия; РАТИСС – Российская Ассоциация Телефонных Справочных Служб, Сочи, Россия ExproMediaGroup, 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 Банкь Сочи», Сочи; ООО Сочинский филиал «ТелеСемь» в Краснодаре», Сочи; журнал «Все лучшее о Сочи», Сочи.

Официальный партнер - ООО «СИРИУС», Ростов-на-Дону

Информационный партнер выставки - журнал «Навигатор Ювелирной Торговли», Москва.

# I. УЧАСТНИКИ

## A. География участников



**Южный Федеральный Округ – 28%**

**Центральный Федеральный Округ – 21%**

**Северо-Западный Федеральный Округ – 14%**

**Дальневосточный Федеральный Округ – 12%**

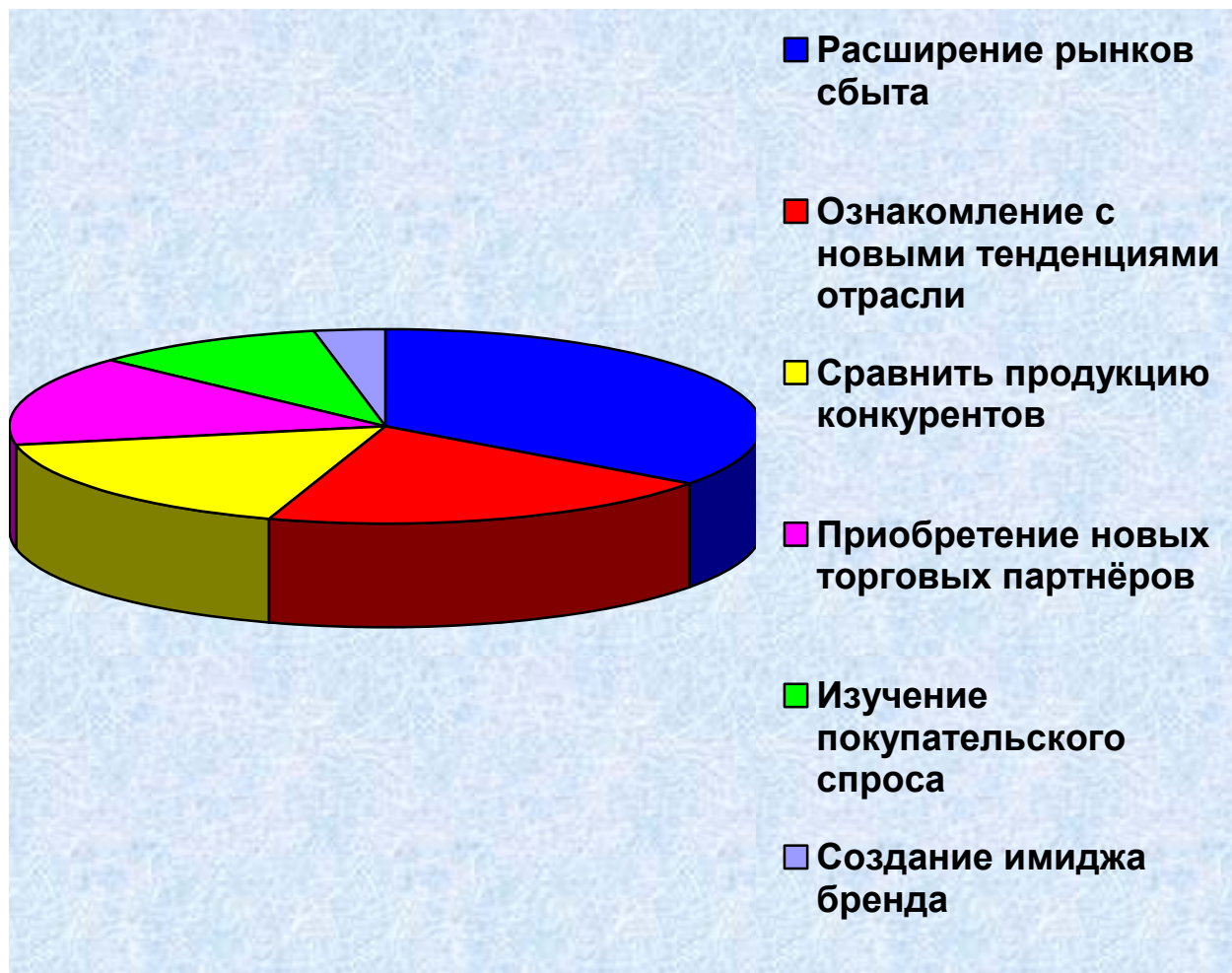
**Сибирский Федеральный Округ - 10%**

**Уральский Федеральный Округ - 7%**

**Приволжский Федеральный Округ – 6%**

**Иностранные компании – 2%**

**В. Цели участия:**



**Расширение рынков сбыта – 35%**

**Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 20%**

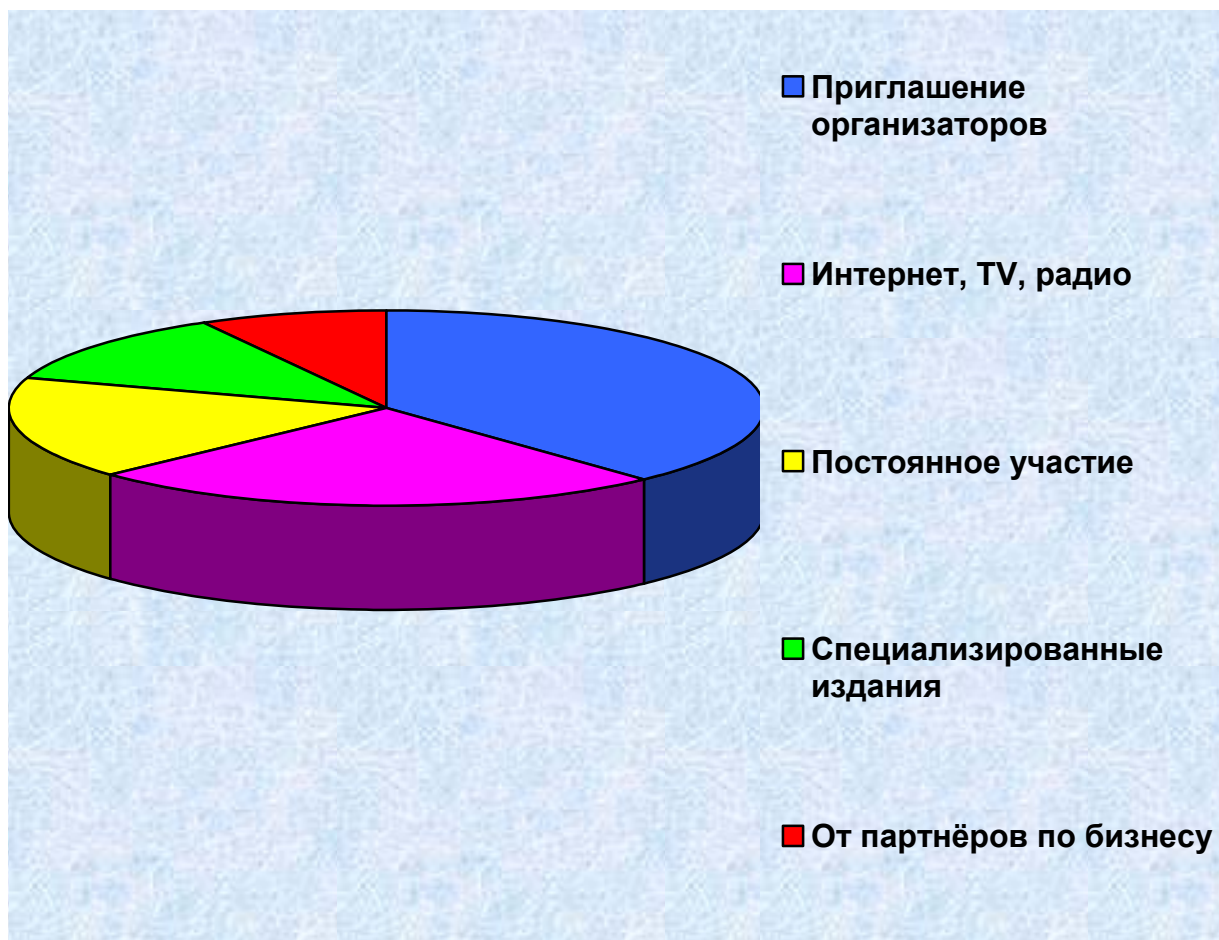
**Сравнить продукцию конкурентов – 17%**

**Приобретение новых торговых партнёров - 15%**

**Изучение покупательского спроса – 10%**

**Создание имиджа бренда – 3%**

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



**Приглашение организаторов – 38%**

**Интернет, TV, радио – 25%**

**Постоянное участие – 17%**

**Специализированные издания – 12%**

**От партнёров по бизнесу - 8%**

**D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?**



**Семинар – 41%**

**Круглый стол - 24%**

**Банкет/Фуршет – 20%**

**Экскурсия - 15%**

## Е. Преимущества выставки



**Высокий уровень организации выставки – 28%**

**Привлечение посетителей/хорошая посещаемость – 21%**

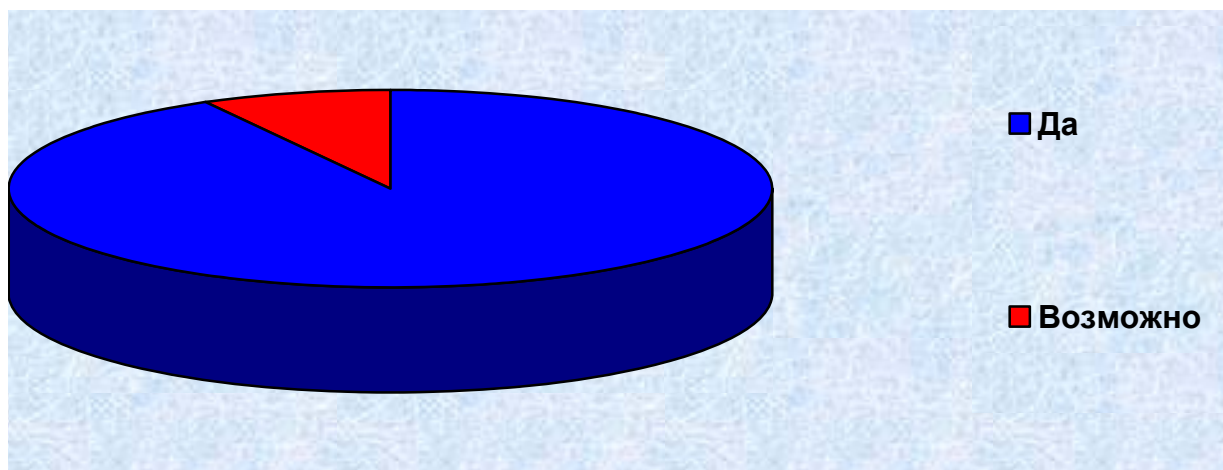
**Место проведение выставки - 18%**

**Количество участников – 15%**

**Сервисное обслуживание/банкет – 12%**

**Реклама выставки – 6%**

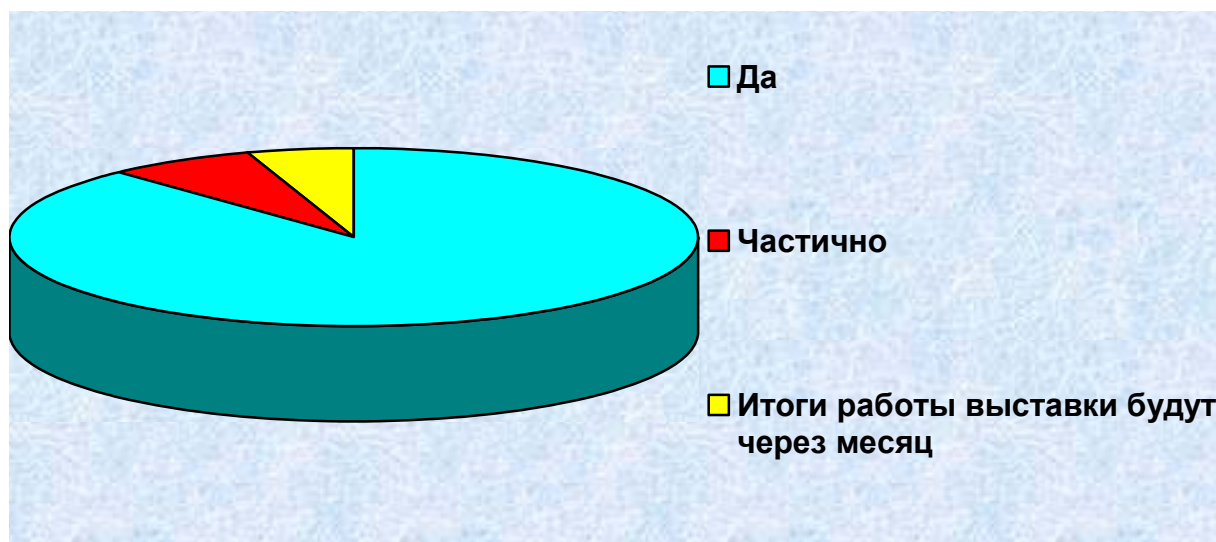
**Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?**



**Да – 91%**

**Возможно – 8%**

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



**Да – 88%**

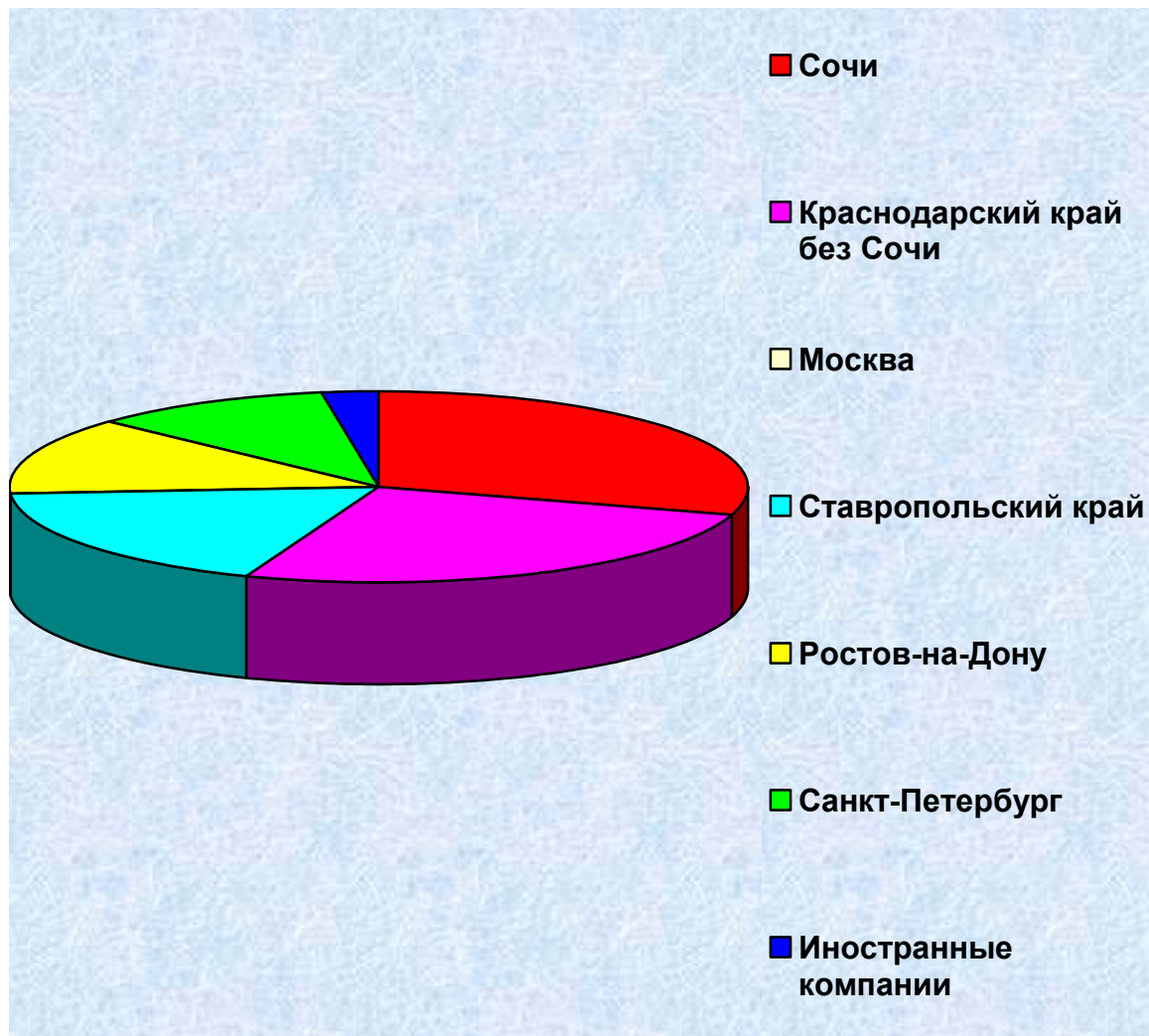
**Частично – 7%**

**Итоги работы выставки будут через месяц – 5%**



## II. ПОСЕТИТЕЛИ

### A. География посетителей



**Сочи – 25%**

**Краснодарский край без Сочи – 22%**

**Москва и Московская область – 18%**

**Ставропольский край - 15%**

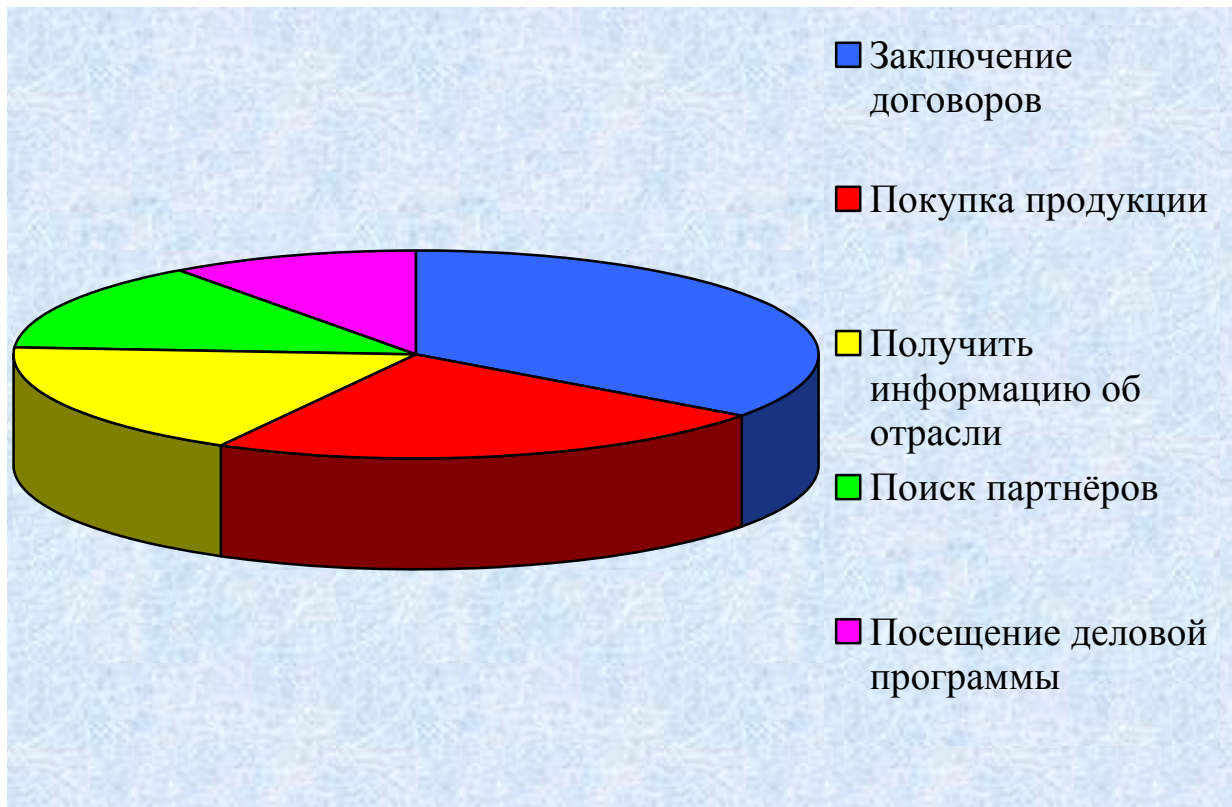
**Ростов-на-Дону и Ростовская область – 11%**

**Санкт - Петербург и Ленинградская область – 9%**

**Иностранные посетители - 2%**



**В. Цели посещения выставки:**



**Заклучение договоров – 35%**

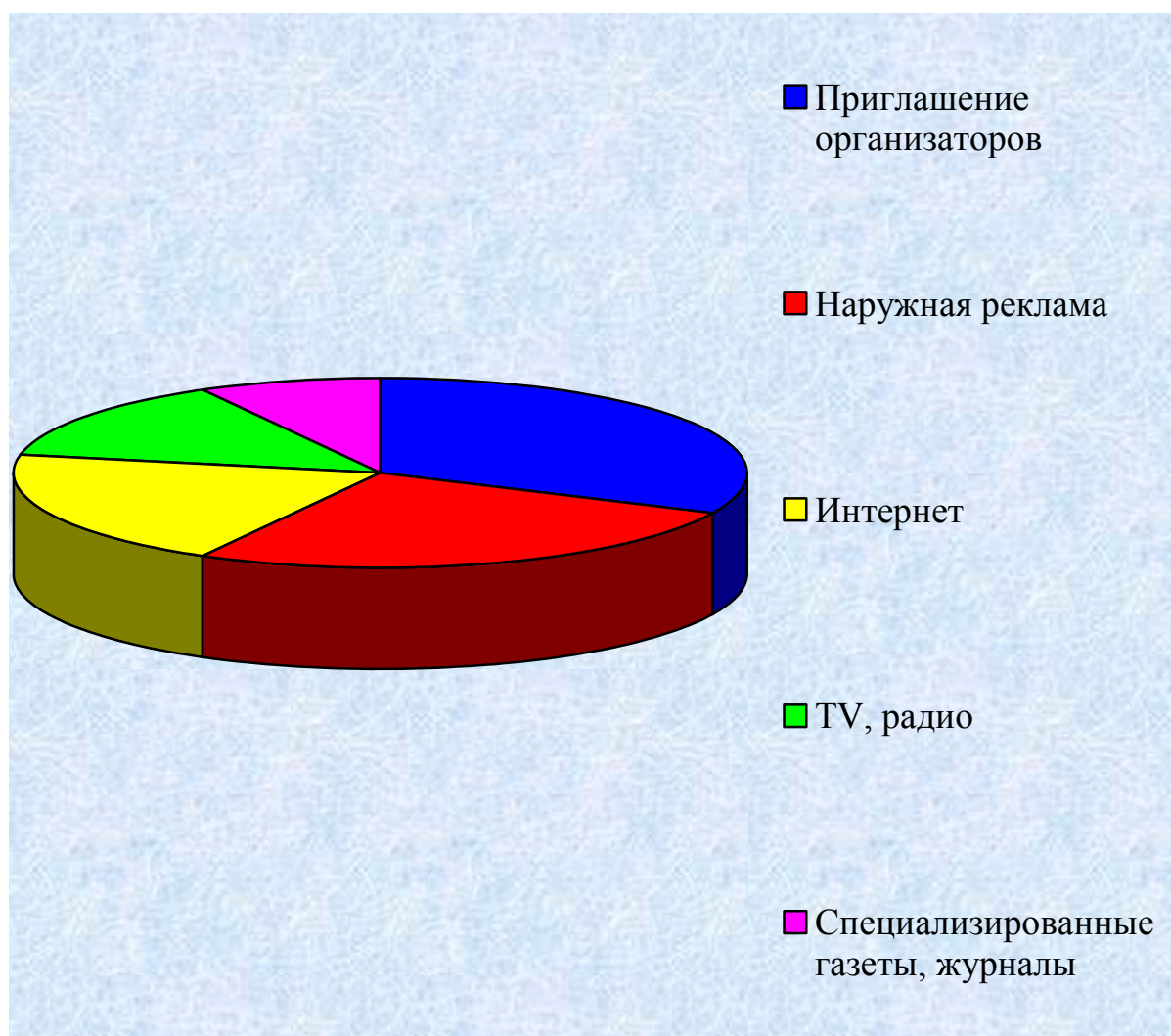
**Покупка продукции - 23%**

**Получить информацию об отрасли – 18 %**

**Поиск партнёров - 14%**

**Посещение деловой программы – 10%**

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



**Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 32%**

**Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 26%**

**Интернет – 20%**

**TV, радио – 14%**

**Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 8%**