

СТРОЙ БИЗНЕС

АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ «СТРОЙБИЗНЕС-2009» «СТРОЙСПЕЦТЕХНИКА-2009», «СВАРКА. СТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ-2009», «ВЫСОТНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО-2009»

В период с 23 по 25 апреля в ГК «Жемчужина» были проведены выставки «Стройбизнес-2009», «Стройспецтехника-2009», «Сварка. Строительный инструмент-2009», «Высотное строительство-2009». В выставке приняли участие 87 организаций из России, Украины, Белоруссии, Германии и 2900 посетителей, из них: - 1800 посетителей-специалистов.

Информационная поддержка выставки:

«ГидСочи» электронная карта-справочник, Сочи;

«ОПТОВЫЙ РЫНОК СИБИРИ» журнал, Новосибирск;

«СтройХолдинг» РИА, Мытищи;

«ЮЖНЫЙ ДОМ» издательство, Краснодар;

«КРЕПЕЖ, КЛЕИ, ИНСТРУМЕНТ И...» журнал-справочник, Санкт-Петербург;

«Ивановский Государственный Энергетический Университет» ГОУ ВПО, Иваново;

МЕТАЛЛЫ И ЦЕНЫ журнал, Санкт-Петербург;

ЕхроMediaGroup, Ростов-на-Дону;

ИнформЭКСПО, Москва;

«Южный Федеральный», Ростов-на-Дону

Информационный партнер выставки:

«АВС-ПОРТАЛ» региональное информационно-рекламное издание, Краснодар;
БИЗНЕС-ИНФОРМ ОДО, Минск;
«СТРОЙКА.КРАСНОДАРСКИЙ ВЫПУСК» журнал, Краснодар;
«СТРОЙКА.РОСТОВСКИЙ ВЫПУСК» рекламно-информационный еженедельник, Ростов-на-Дону;
«СпортАкадемРеклама» ООО, Москва;
«СТРОИТЕЛЬНАЯ ГАЗЕТА» издательский дом ЗАО, Москва;
«ДММ Групп» ООО, Москва;
«КРОВЛЯ.ФАСАДЫ.ИЗОЛЯЦИЯ» журнал, ООО «ИНДУСТРИЯ ИНФО», Москва;
SHTAB (STORY-EXPO.NET) Региональное Консалтинговое Агентство, ст. Обливская;
«СТРОН» журнал, Москва;
«ОБУСТРОЙСТВО» журнал, Краснодар;
ЭКСКАВАТОР.РУ, Москва;
«МИР&ДОМ» Группа журналов, Москва;
KavkazAir журнал, Железноводск;
НОУ-ХАУС.РУ Интернет-портал, Москва;
«ЭкспоМаркет» ООО, Екатеринбург

Генеральный информационный партнер:

«КОМПОЗИТ» Центр научно-технической информации, ООО, Москва.

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников



Южный Федеральный Округ – 35%

Центральный Федеральный Округ – 30%

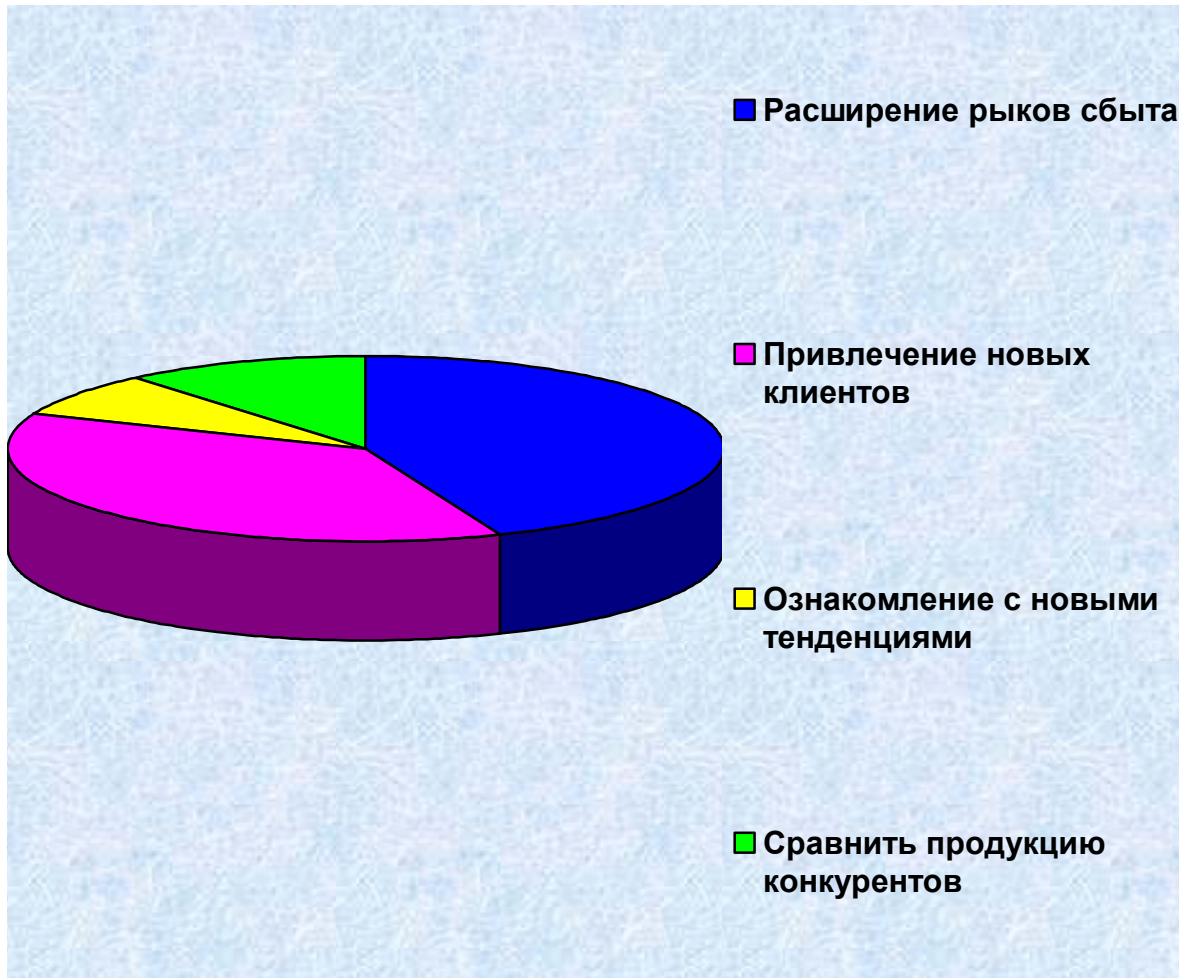
Северо-Западный Федеральный Округ – 12%

Уральский Федеральный Округ - 10%

Приволжский Федеральный Округ – 8%

Иностранные компании – 5 %

В. Цели участия:



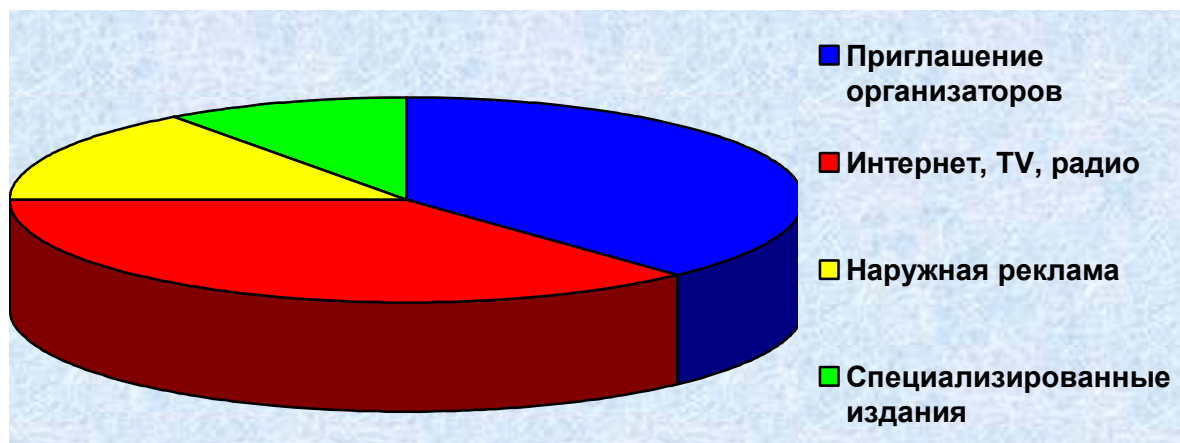
Расширение рынков сбыта – 44%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 8%

Сравнить предложения конкурентов – 11%

Привлечение новых клиентов – 37%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



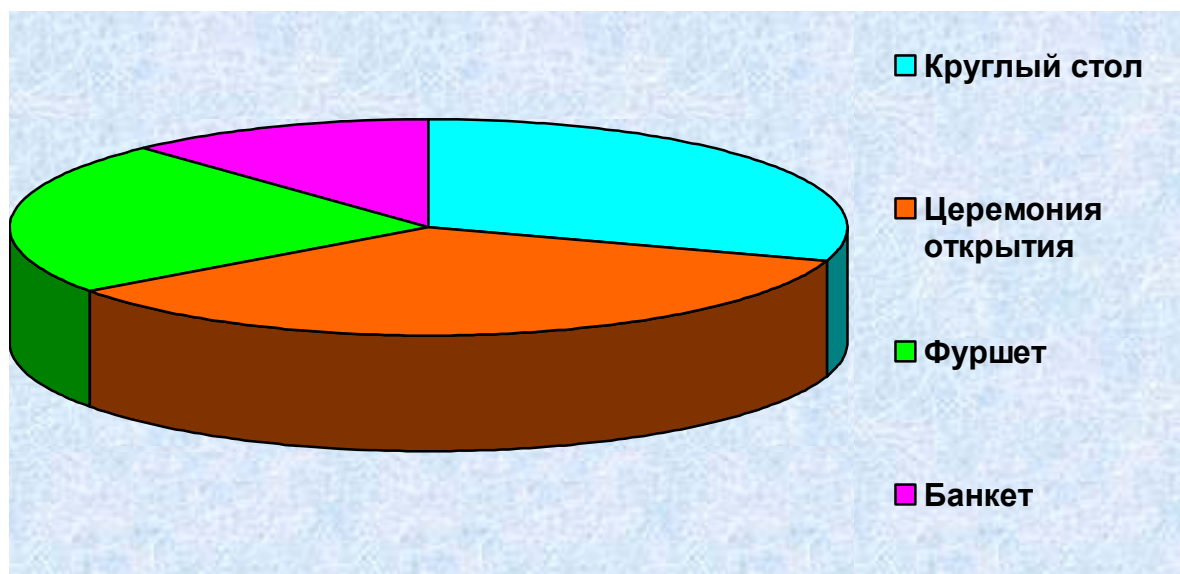
Приглашение организаторов – 38%

Интернет, TV, радио – 37%

Наружная реклама– 15%

Специализированные издания – 10%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



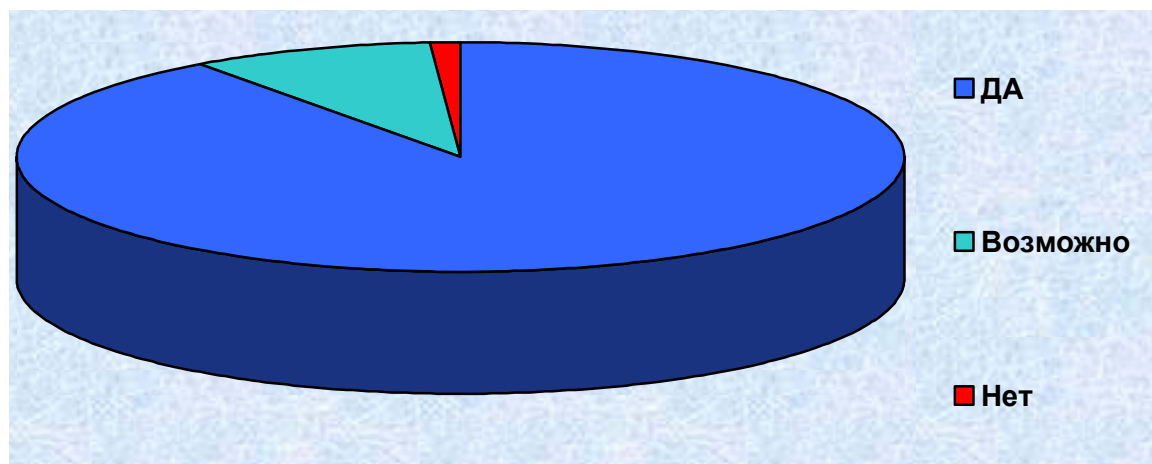
Круглый стол – 30%

Церемония открытия – 35%

Фуршет – 23%

Банкет – 12%

Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 90%

Возможно – 9%

Нет – 1%

Е. Преимущества выставки



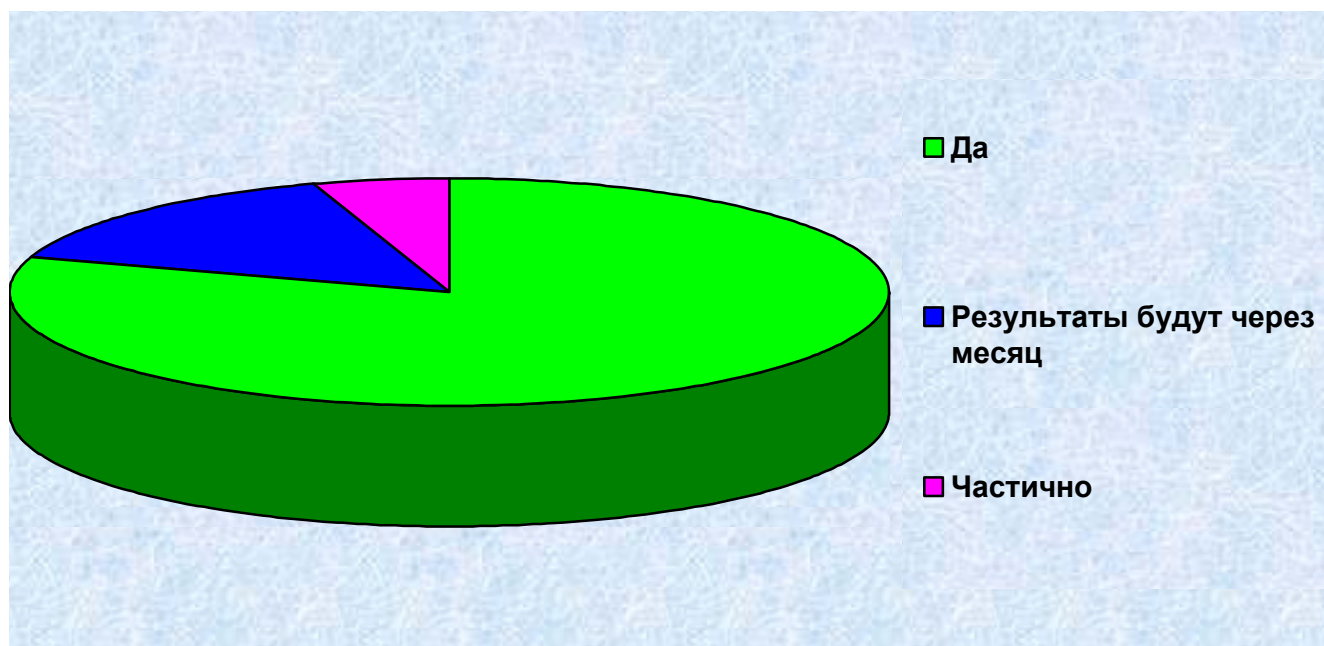
Высокий уровень организации выставки – 38%

Время и место проведения выставки - 33%

Перспективные контакты – 17%

Сервисное обслуживание – 12%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



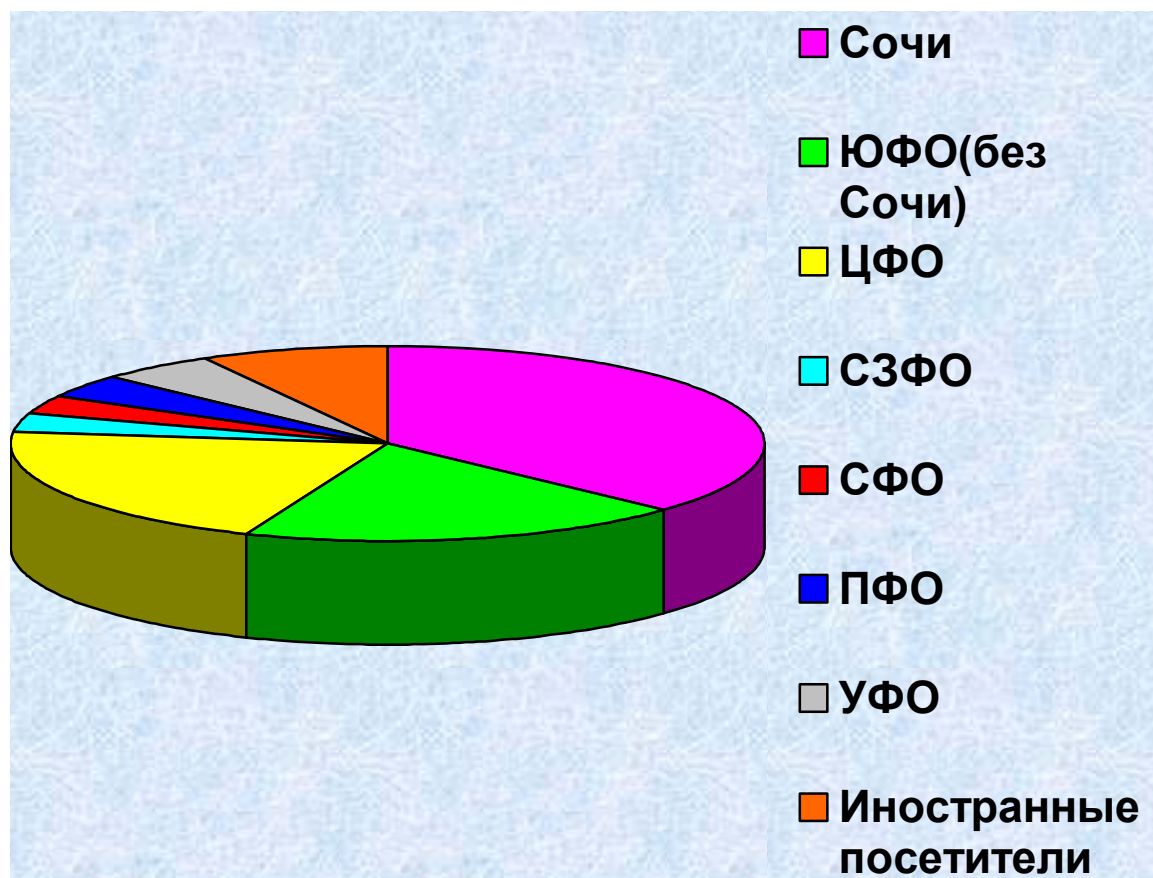
Да – 80%

Результаты будут через месяц – 15%

Частично – 5%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

А. География посетителей



Сочи – 37%

Южный Федеральный округ (без Сочи) – 19%

Центральный Федеральный округ – 21%

Северо-Западный Федеральный округ – 3%

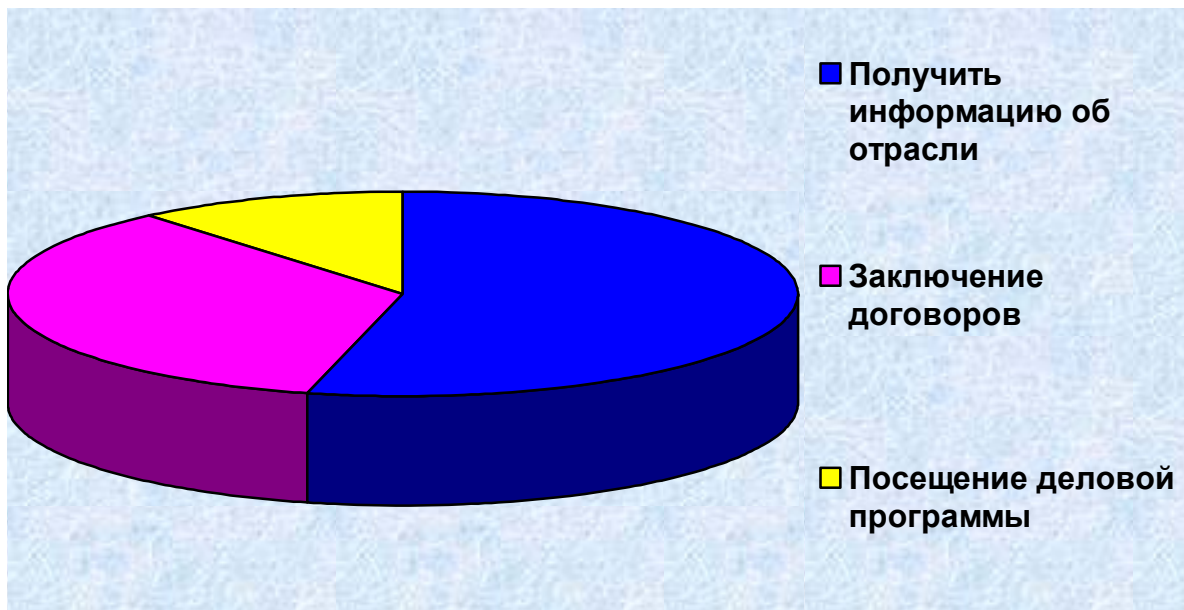
Сибирский Федеральный округ – 3%

Приволжский Федеральный округ – 4%

Уральский Федеральный округ - 5%

Иностранные посетители - 8%

В. Цели посещения выставки:

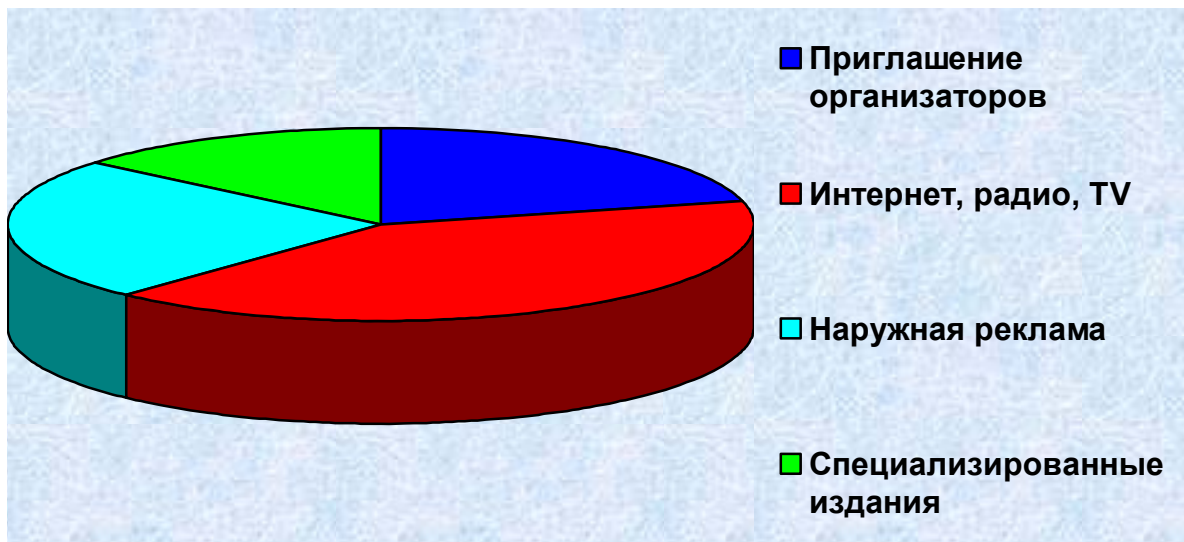


Получить информацию об отрасли – 54%

Заключение договоров – 35%

Посещение деловой программы – 11%

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



Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 21%

Интернет, TV, радио – 41%

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

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