

АНАЛИЗ РАБОТЫ СТРОЙМАРКЕТ - 2007

РИЭЛТОР. ИНВЕСТИЦИИ. НЕДВИЖИМОСТЬ - 2007

В период с 3 по 5 октября в ГК «Жемчужина» была проведена XIII-ая международная специализированная выставка-ярмарка «Строймаркет-2007. Риэлтор. Инвестиции. Недвижимость-2007». В выставке приняли участие 283 организации, 3800 посетителей, из них: - 2200 посетителей-специалистов.

Информационная поддержка выставки: газета «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ВЕСТНИК КУБАНИ», Ростов-на-Дону; «ЮЖНЫЙ ДОМ. АРХИТЕКТУРА И ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО», Краснодар; ЗАО «МАРКЕТИНГ СОЮЗ», Москва; журнал СтройПРОФИль, Санкт-Петербург; журнал «ИНФРАСТРУКТУРА РЕГИОНОВ», Москва; журнал «ЭКСПОЗИЦИЯ СТРОИТЕЛЬСТВО», Набережные Челны; журнал «ГОРОДСКАЯ СТРОЙПЛОЩАДКА», Москва, Россия; журнал «СТРОИ», Москва; Группа газет «СТРОЙКА», Краснодар; ИД «ЭЛИТА ПАБЛИШЕР»; группа журналов «МИР & ДОМ», Москва; АВТО ЮГ, Ростов-на-Дону; журнал-каталог «ОКНА. ДВЕРИ. ФАСАДЫ», Москва; журнал «РИЭЛТОР», Москва; ЗАО «СПРАВОЧНИК ПО НЕДВИЖИМОСТИ», Сочи; ООО «ЕС МЕДИА ГРУПП», Санкт-Петербург; ИД «ФОРМУЛА СТРОИТЕЛЬСТВА», Москва; ООО ЦНТИ «КОМПОЗИТ», Москва; «Информационно-аналитический строительный портал i-stroy.ru»; ИД «МедиаМир-Краснодар», Краснодар; журнал «TOP House», Краснодар; 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 «Курортная Афиша», Сочи; газета «Экспресс Ва Банкъ Сочи», Сочи; ООО Сочинский филиал «ТелеСемь» в Краснодаре», Сочи; журнал «Все лучшее о Сочи», Сочи.

Официальный партнер выставки: ЗАО «ПРИН», Москва.

Информационный партнер: ИЦ «Современные Строительные Конструкции», Москва.

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников:



Южный Федеральный Округ – 37%

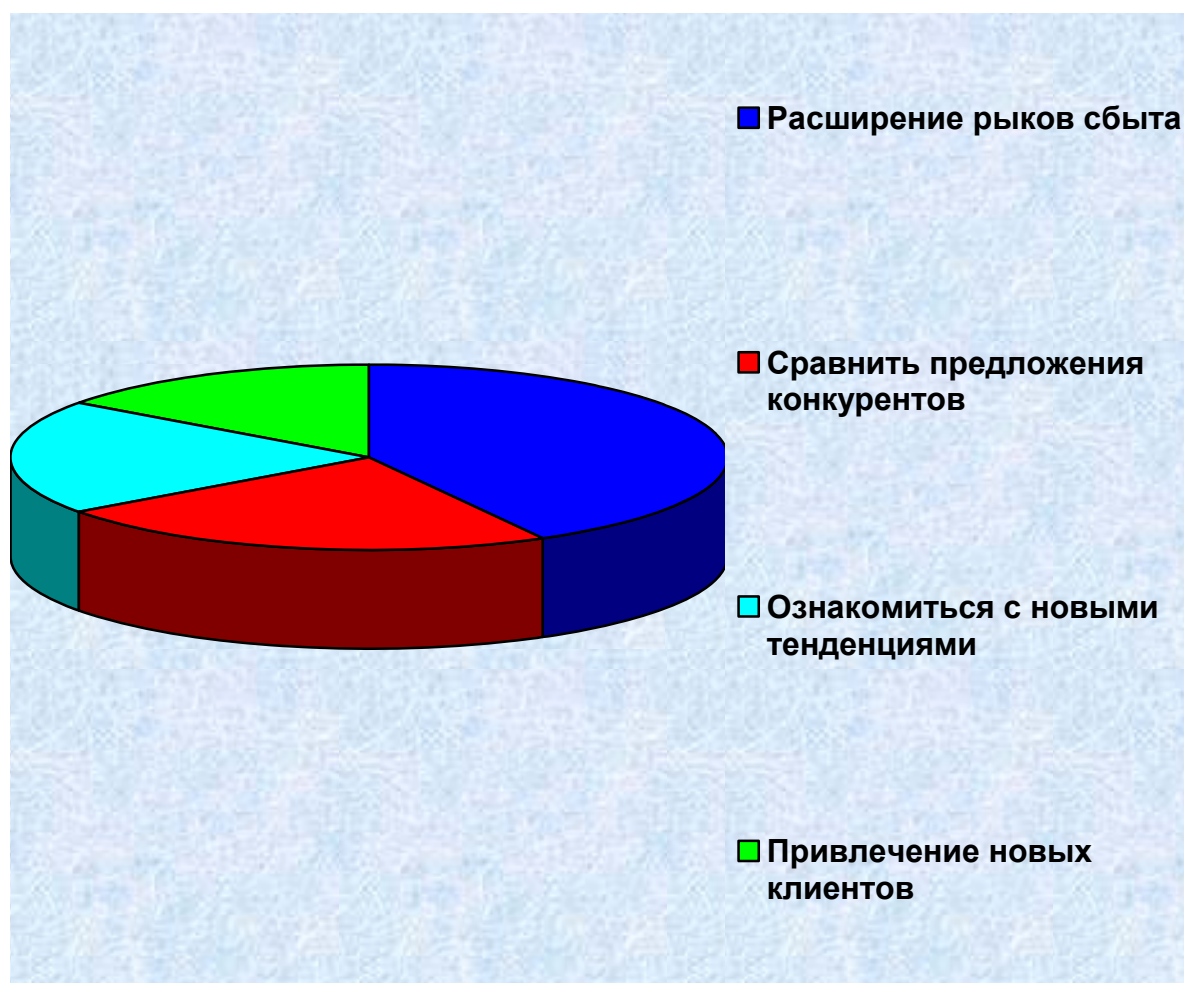
Центральный Федеральный Округ – 30%

Уральский Федеральный Округ - 18%

Северо-Западный Федеральный Округ – 14%

Иностранные компании – 1 %

В. Цели участия:



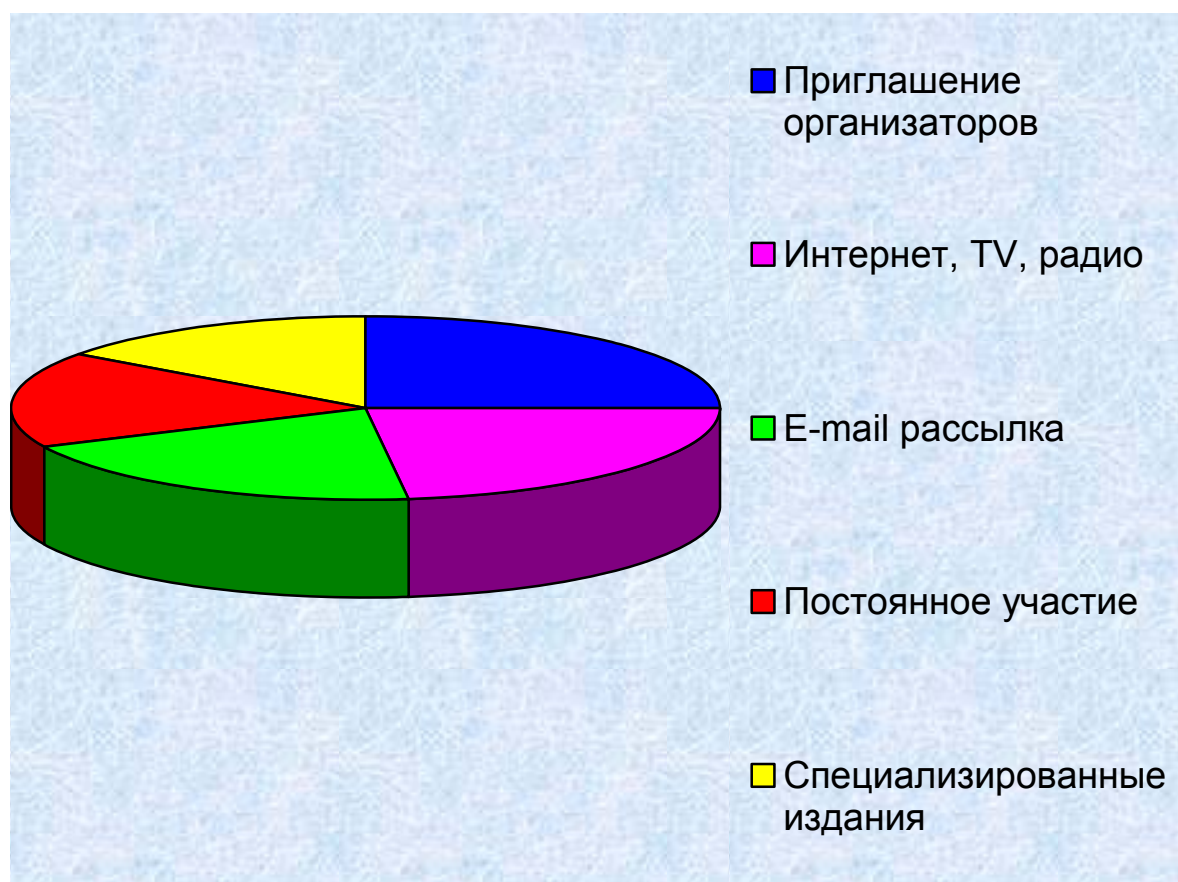
Расширение рынков сбыта – 42%

Сравнить продукцию конкурентов – 23%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 20%

Привлечение новых клиентов – 15%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 25%

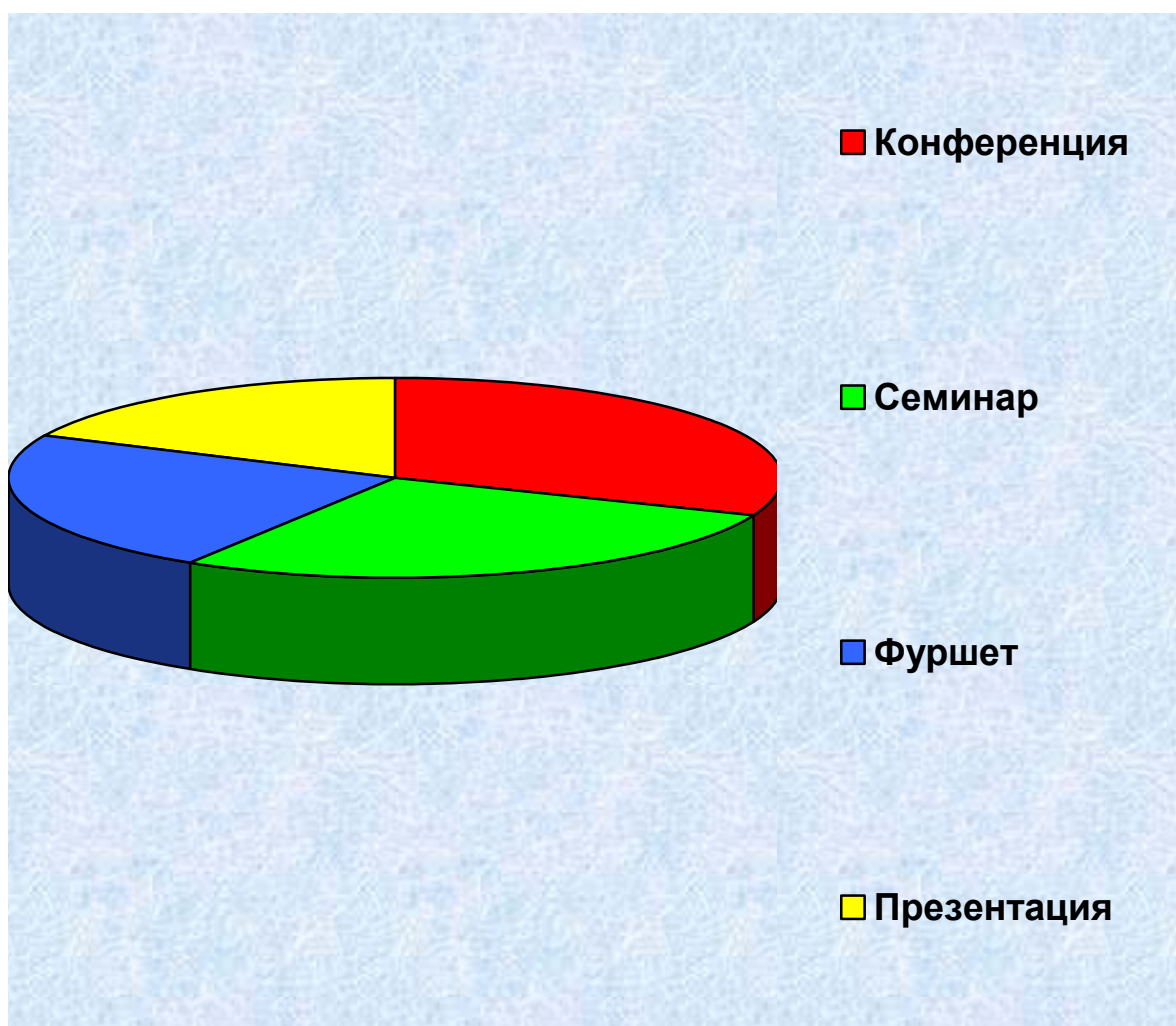
Интернет, TV, радио – 23%

E-mail рассылка - 20%

Постоянное участие – 17%

Специализированные издания – 15%

D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



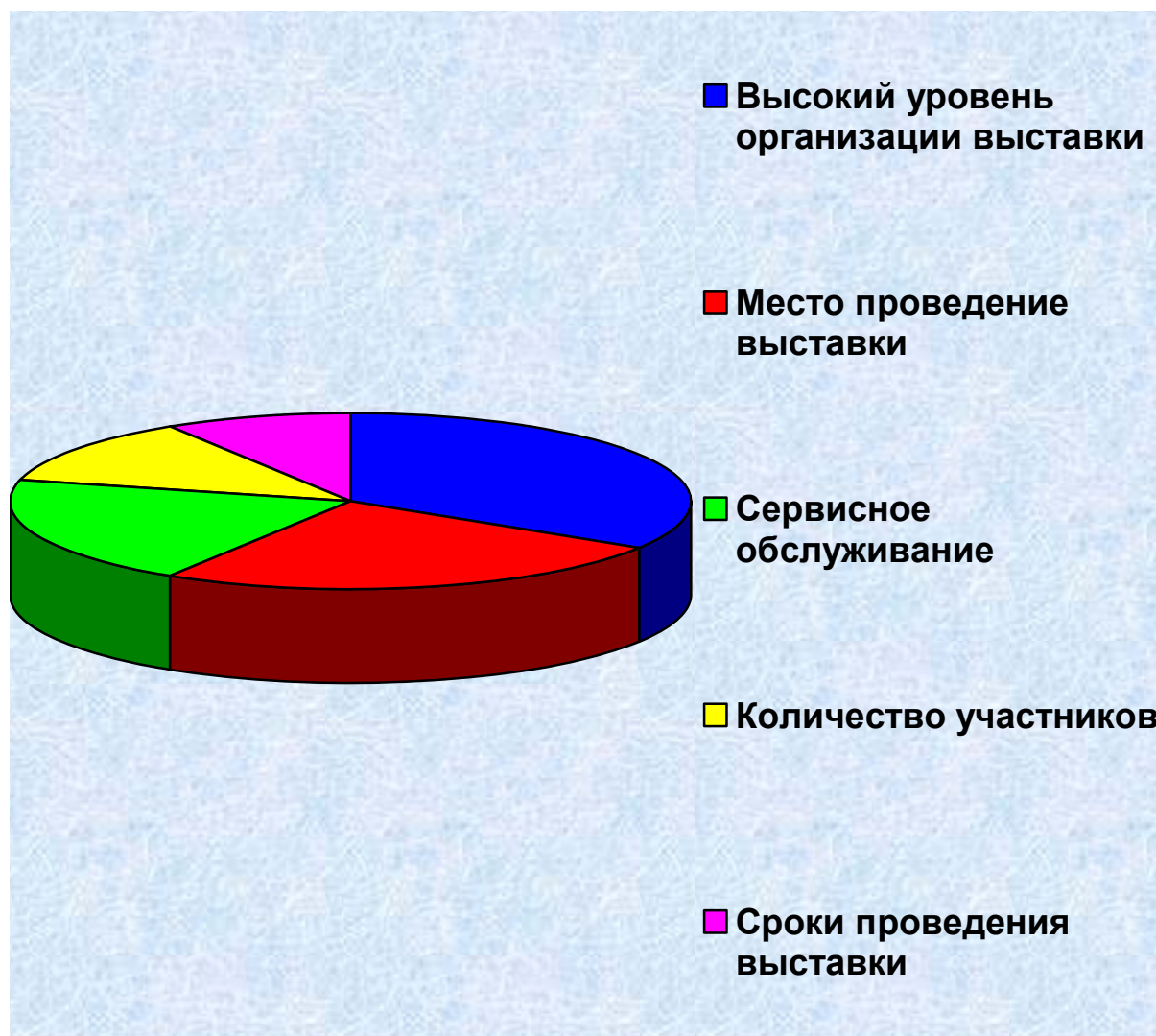
Конференция - 31%

Семинар – 28%

Фуршет – 23%

Презентация - 18%

Е. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 34%

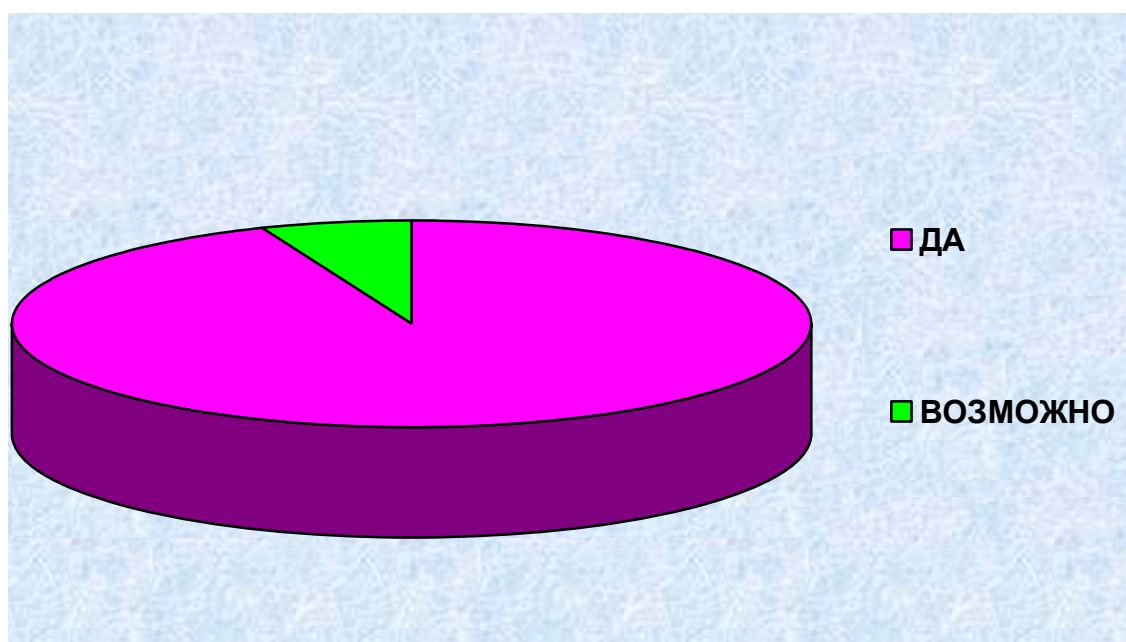
Место проведение выставки - 25%

Сервисное обслуживание/фуршет – 20%

Количество участников – 12%

Сроки проведения выставки – 9%

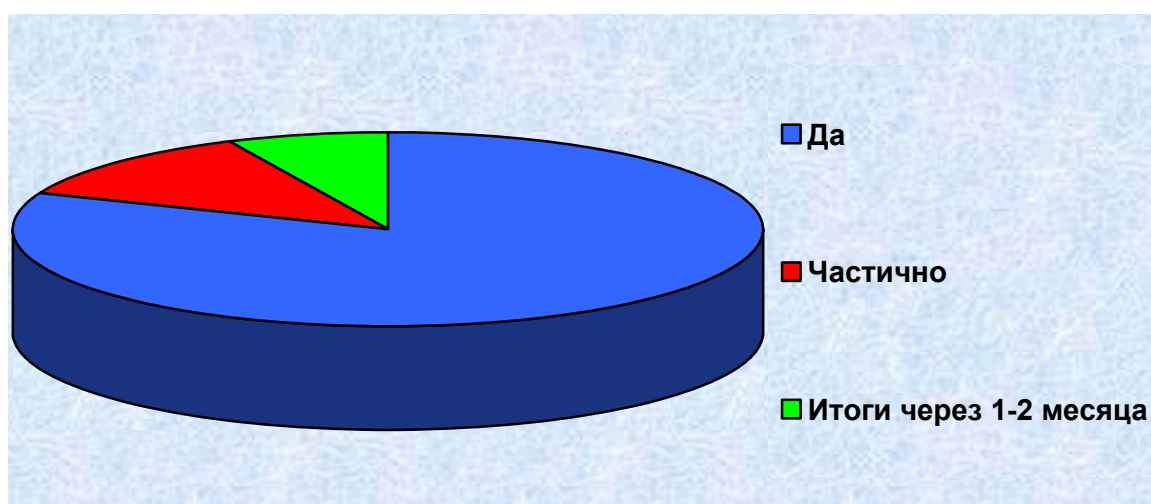
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 94%

Возможно – 6%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



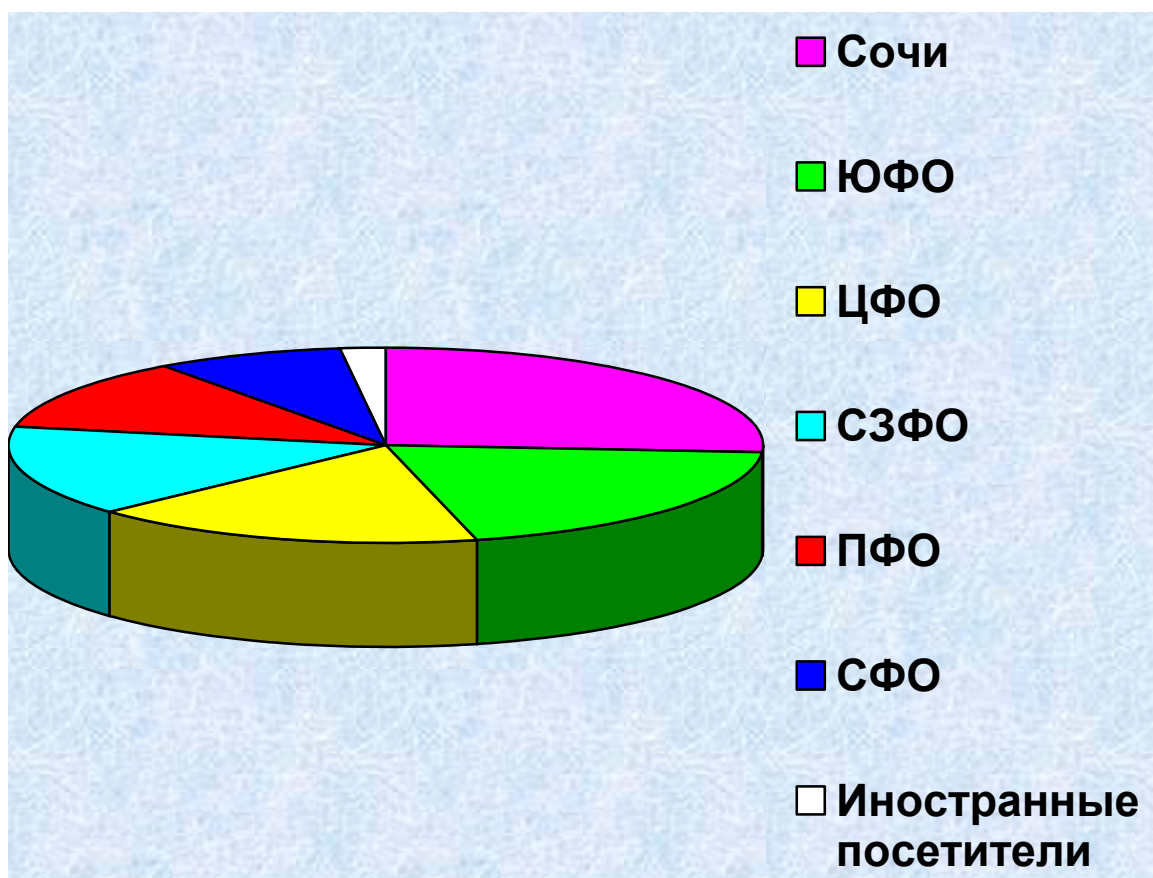
Да – 81%

Частично – 12%

Итоги работы выставки будут через 1-2 месяца – 7%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

А. География посетителей



Сочи – 26%

Южный Федеральный округ – 20%

Центральный Федеральный округ – 17%

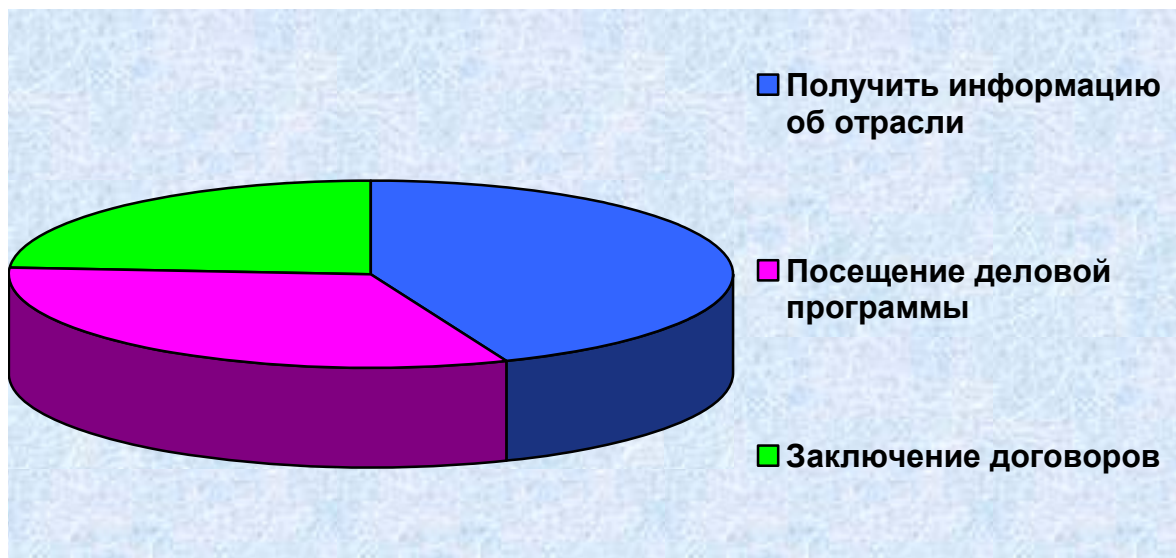
Северо-Западный Федеральный округ – 15%

Приволжский Федеральный округ – 12%

Сибирский Федеральный округ – 8%

Иностранные посетители - 2%

В. Цели посещения выставки:

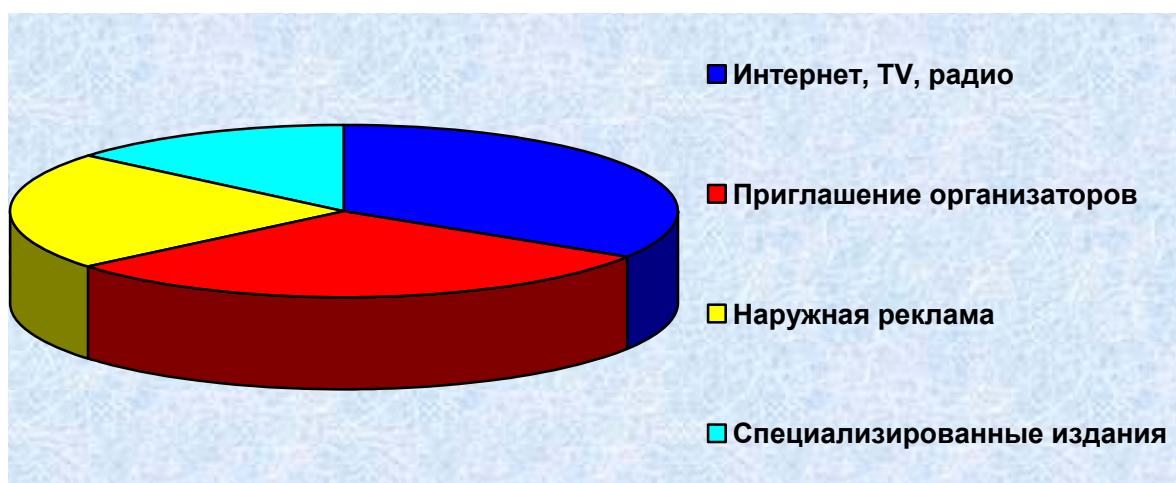


Получить информацию о строительной отрасли – 18 %

Посещение деловой программы – 10%

Заклучение договоров – 35%

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%