



АНАЛИЗ РАБОТЫ ВЫСТАВКИ СТРОЙМАРКЕТ–2008. КОТТЕДЖНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО–2008. РИЭЛТОР. ИНВЕСТИЦИИ. НЕДВИЖИМОСТЬ-2008.

В период с 2 по 4 октября в ГК «Жемчужина» была проведена XIV-ая Международная специализированная выставка-ярмарка «Строймаркет-2008». «Риэлтор. Инвестиции. Недвижимость-2008». «Коттеджное строительство-2008». В выставке приняли участие **253** организации из России, Венгрии, Мордовии, Эстонии, Украины, США, Китая, Нидерландов, ОАЭ, Испании, Чехии, Белоруссии, Италии, Германии, Финляндии, Болгарии и **5281** посетителей, из них: - **2760** посетителей-специалистов.

Генеральный информационный партнер: «СТРОЙКА» Группа газет, Краснодар.

Генеральный информационный спонсор: НЕДВИЖИМОСТЬ@MAIL.RU, Москва.

Генеральный Интернет-партнер: RAMBLER-НЕДВИЖИМОСТЬ, Москва.

Стратегический интернет-партнер: COTTAGE.RU, Москва.

Информационная поддержка выставки:

- «АВС-ПОРТАЛ» Информационное агентство, Краснодар;
- «КУБАНЬ» Информационное агентство» ООО, Краснодар;
- «КРОВЛИ» Журнал, Москва;
- «ОПТОВЫЙ РЫНОК СИБИРИ» Журнал, Новосибирск;
- «СочиСтройКомплект» ООО, ООО «Масс-Медиа-Сочи», Сочи;
- «КРАСНОДАРСКИЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ» Рекламно-ценовой еженедельник, Краснодар;
- «ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО» Научно-технический журнал;
- ООО РИФ «СТРОЙМАТЕРИАЛЫ», Москва;
- «НА СТОЛ РУКОВОДИТЕЛЮ» Деловой журнал, Сочи;
- ИнформЭКСПО, Москва;
- Эфкате, Сочи;
- Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи;
- ExroMediaGroup, Ростов-на-Дону;
- «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону; Экспресс Ва Банкь Сочи.

Официальный Интернет-партнер выставки: «КВАДРУМ. НЕДВИЖИМОСТЬ РОССИИ» Интернет-портал, Москва.

Информационный партнер:

- БИЗНЕС-ИНФОРМ ОДО, Минск;
- «ГЕРМЕС и К» Издательский Дом, Москва;
- «RESORT PROPERTY. КУРОРТНАЯ РЕЗИДЕНЦИЯ» журнал, Геленджик;
- I-STROY.RU, Информационно-Аналитический, Строительный Интернет-Журнал, Москва;
- «ФОЛИАНТ» Информационно-рекламное агентство» ООО, Воронеж;
- «КВАДРУМ.РУ» Интернет портал о недвижимости, Москва;
- ЛАНДШАФТ ЮГА Журнал, Краснодар;
- МАРКЕТИНГ СОЮЗ ЗАО, Москва;
- «MoscarWorld» Журнал, Представительство ООО «ЮТНК», Сочи;
- «ОБУСТРОЙСТВО» журнал, Краснодар;
- LENTA-НЕДВИЖИМОСТЬ, Москва;
- «РБК-НЕДВИЖИМОСТЬ» проект, Москва;
- «РИЭЛТОР» Журнал, ООО Издательский Дом «ИМИДЖ-МЕДИА», Москва;
- «СПРАВОЧНИК ПО НЕДВИЖИМОСТИ» ЗАО, Сочи;
- «СтройПРОФИль» Всероссийский журнал, Санкт-Петербург;
- «УралКонтинент Медиа-Групп» ООО, «Автотракторная газета», Челябинск;
- «СТРОН» Журнал, Москва;
- «ЭКСПОЗИЦИЯ» ООО, Набережные Челны;
- «МИР&ДОМ» Группа журналов, «ЭЛИТА ПАБЛИШЕР» Издательский Дом, ООО, Москва, Россия;
- «КОМПОЗИТ» Центр научно-технической информации, ООО, Москва;
- «ЮЖНЫЙ ДОМ» Издательство» ООО, Краснодар;
- RENTAGENT.ru Портал, Москва;
- URBANUS.ru Портал, Москва;
- «АИТЭРА» Агентство Информационных Технологий, Москва;
- «СТИЛЬ ЖИЗНИ SOCHI» Журнал, Сочи;
- «ВЫБИРАЙ соблазны большого города Сочи», Сочи.

I. УЧАСТНИКИ

A. География участников:



Южный Федеральный Округ – 25%

Центральный Федеральный Округ – 24%

Северо-Западный Федеральный Округ – 18%

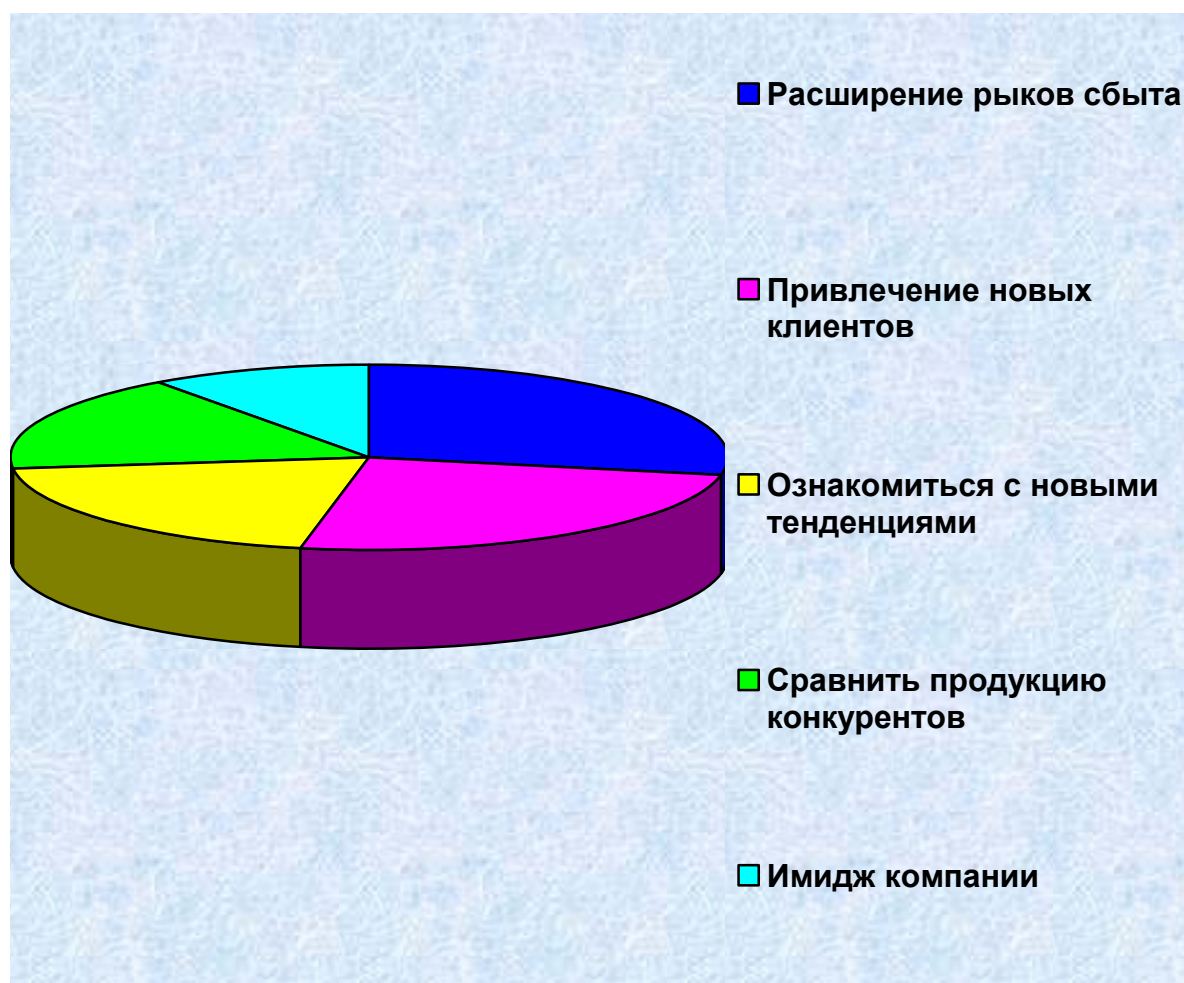
Уральский Федеральный Округ - 15%

Приволжский Федеральный Округ – 10%

Сибирский Федеральный Округ – 7%

Иностранные компании – 1 %

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 28%

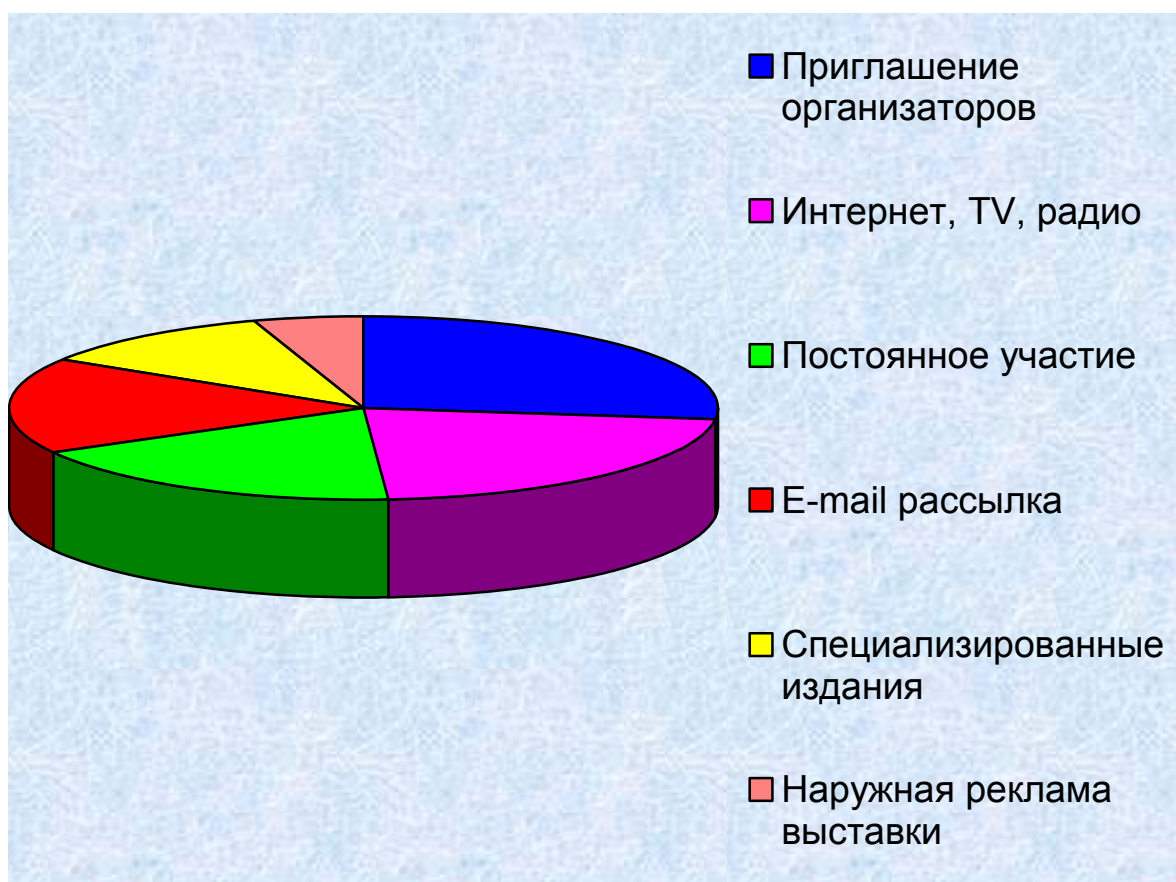
Привлечение новых клиентов – 25%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 20%

Сравнить продукцию конкурентов – 17%

Имидж компании – 10%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 27%

Интернет, TV, радио – 22%

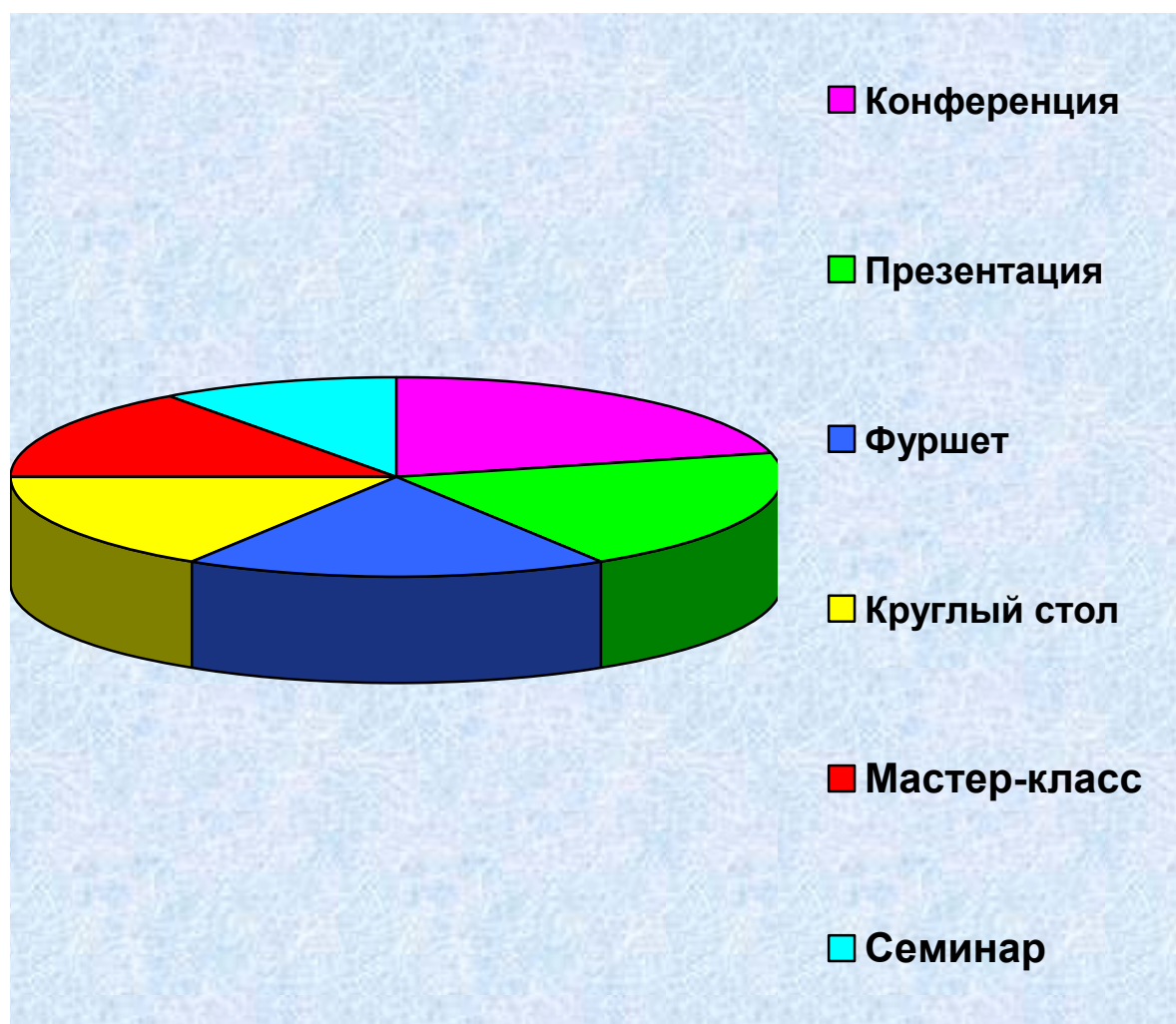
Постоянное участие – 18%

E-mail рассылка - 17%

Специализированные издания – 11%

Наружная реклама выставки – 5%

D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Конференция - 21%

Презентация - 20%

Фуршет – 18%

Круглый стол –16%

Мастер-класс –15%

Семинар – 10%

Е. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 24%

Место проведение выставки - 21%

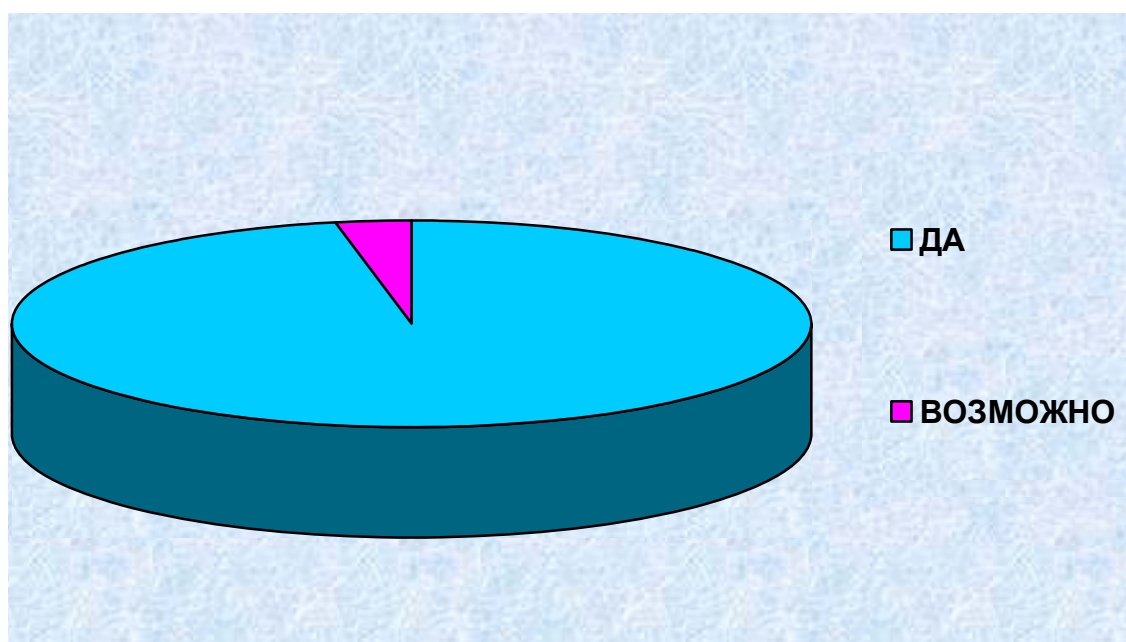
Сроки проведения выставки – 18%

Количество участников – 15%

Сервисное обслуживание/фуршет – 12%

Заключение перспективных договоров – 10%

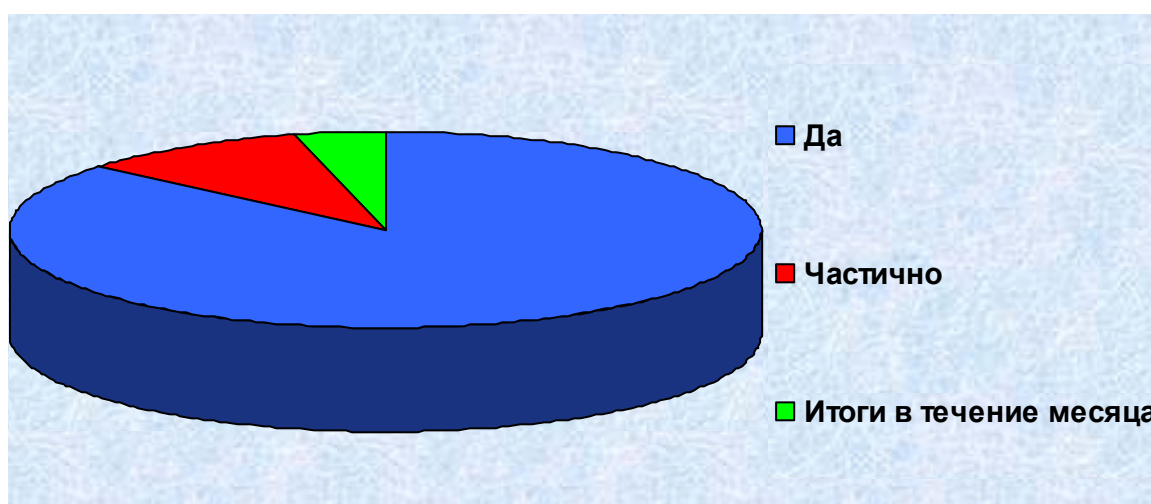
Е. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 97%

Возможно – 3%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



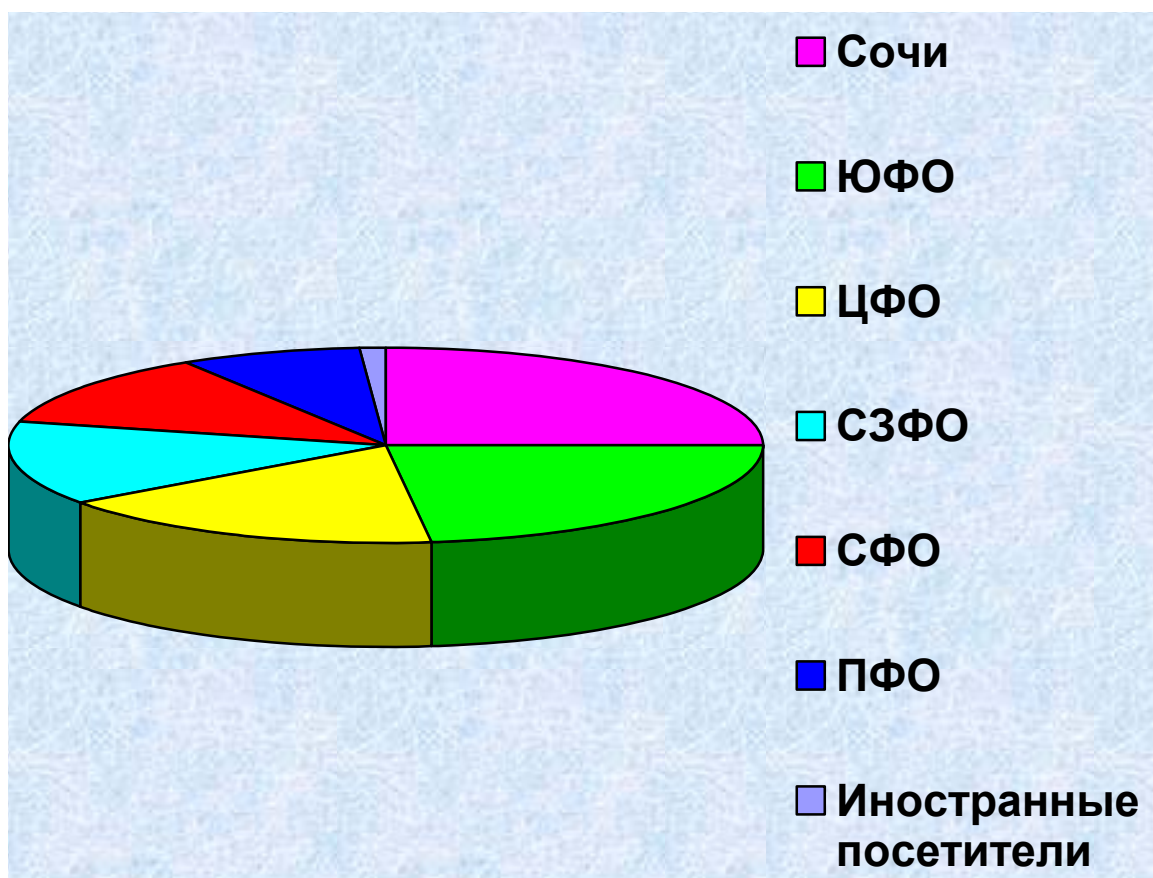
Да – 86%

Частично – 10%

Итоги работы выставки будут известны в течение месяца – 4%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

А. География посетителей



Сочи – 25%

Южный Федеральный округ – 23%

Центральный Федеральный округ – 17%

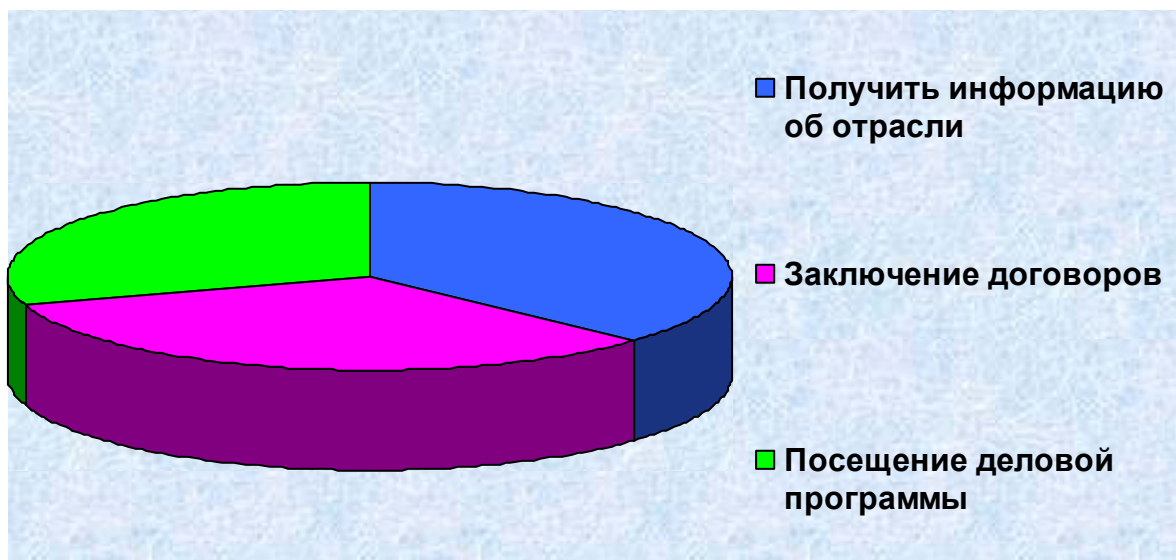
Северо-Западный Федеральный округ – 14%

Сибирский Федеральный округ – 12%

Приволжский Федеральный округ – 8%

Иностранные посетители - 1%

В. Цели посещения выставки:

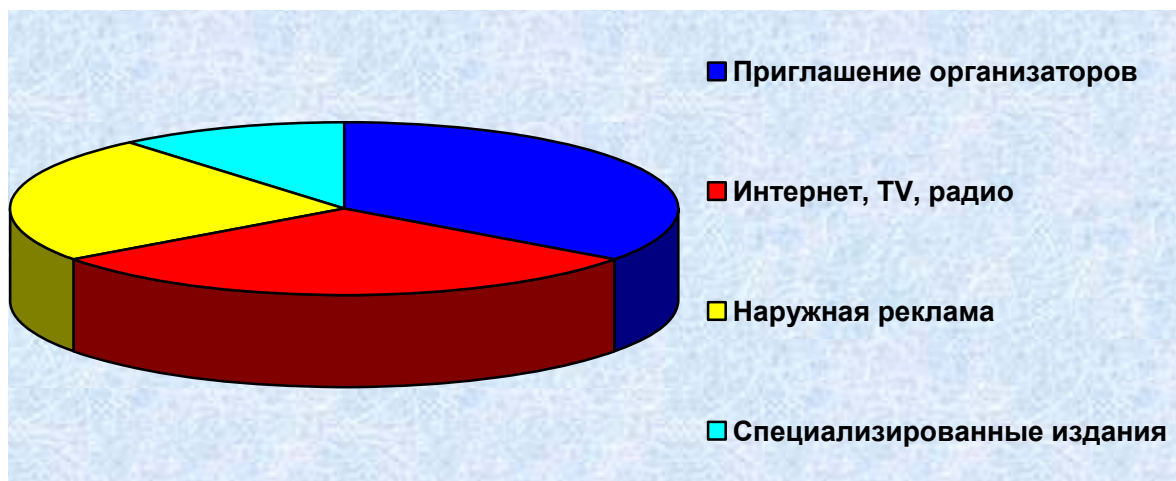


Получить информацию о строительной отрасли – 37 %

Заключение договоров – 33%

Посещение деловой программы – 30%

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



Приглашение организаторов (письмо, e-mail, телефон) – 35%

Интернет, TV, радио – 30%

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

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 11%