



АНАЛИЗ РАБОТЫ

Архитектурно-Строительный Форум «Стройплощадка Будущего-2009». «Жилищно-коммунальное хозяйство-2009». «Энергосбережение-Дорога- Тоннель-2009». «Ландшафтный дизайн-2009».

В период с 12 - 14 марта 2009 года в ГК «Жемчужина» был проведен III Международный АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ФОРУМ «СТРОЙПЛОЩАДКА БУДУЩЕГО-2009» и специализированная выставка-ярмарка «Жилищно-коммунальное хозяйство – 2009» «Энергосбережение – Дорога – Тоннель – 2009» «Ландшафтный дизайн – 2009». В ФОРУМЕ приняли участие 156 организации, 5200 посетителей, из них: - 3600 посетителей-специалистов.

Информационная поддержка выставки:

«АЮДАР ПРЕСС» ООО, Москва; «КРАСНОДАРСКИЙ ТОРГОВЫЙ ДОМ» рекламно-ценовой еженедельник, Краснодар; «ОПТОВЫЙ РЫНОК СИБИРИ» журнал, Новосибирск; «СТРОН» журнал, Москва; «ЮЖНЫЙ ДОМ» Издательство, Краснодар; «КРОВЛЯ.ФАСАДЫ.ИЗОЛЯЦИЯ» журнал, Москва; «ЭКСИМ» филиал ООО, ООО «МАСС-МЕДИА-СОЧИ», Сочи; ExpoMediaGroup, Ростов-на-Дону; газета «Экспресс Ва Банк Сочи», Сочи; ИнформЭКСПО, Москва; «Южный Федеральный», Ростов-на-Дону.

Информационный партнер:

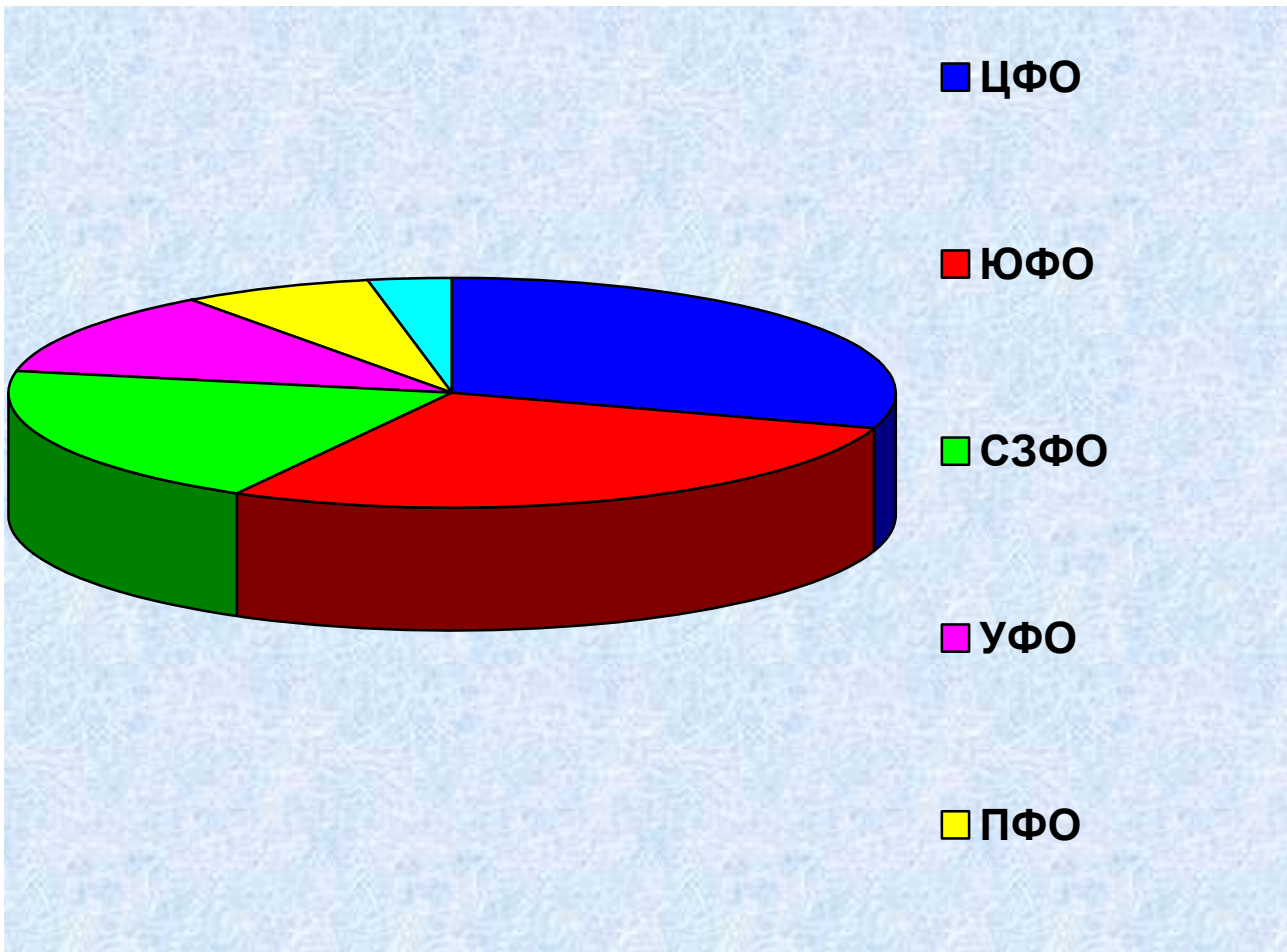
«АВС-ПОРТАЛ» региональное информационно-рекламное издание, Краснодар; «ЕС Медиа Групп» ООО, Санкт-Петербург; ЛАНДШАФТ ЮГА журнал, Краснодар; «МИР&ДОМ» Группа журналов, Москва; «ОБУСТРОЙСТВО» журнал, Краснодар; «СпортАкадемРеклама» ООО, Москва; «СТРОИТЕЛЬНАЯ ГАЗЕТА» Издательский дом ЗАО, Москва; «ЗЕЛЕНАЯ ЛИНИЯ» Консультационный центр ООО, Москва; «КОМПОЗИТ XXI ВЕК» ЦНТИ ООО, Москва; Эфкате, Сочи; Интернет портал города-курорта СОЧИ.РУ, Сочи.

Генеральный информационный партнер: «СТРОЙКА. КРАСНОДАРСКИЙ ВЫПУСК» журнал, Краснодар.

Генеральный Интернет-партнер: ОТДЫХ.на КУБАНИ.РУ, Информационный портал, Краснодар.

І. УЧАСТНИКИ

А. География участников:



Центральный Федеральный Округ – 30%

Южный Федеральный Округ – 28%

Северо-Западный Федеральный Округ – 20%

Уральский Федеральный Округ - 12%

Приволжский Федеральный Округ – 7%

Иностранные компании – 3%

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 30%

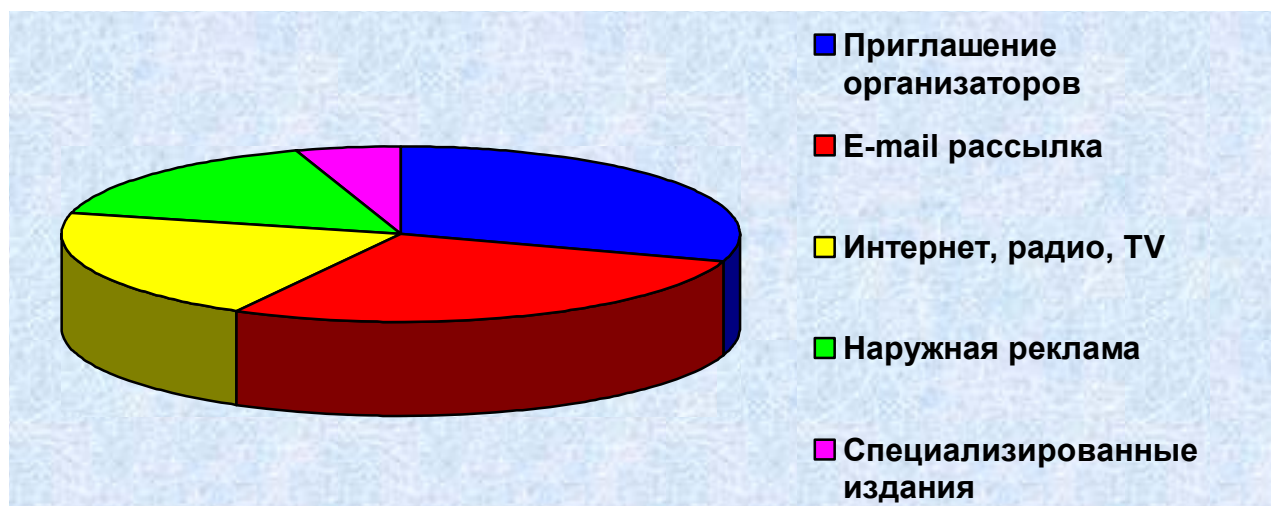
Привлечение новых клиентов – 28%

Сравнить предложения конкурентов – 20%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 18%

Предложения инновационных проектных решений – 4%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 30%

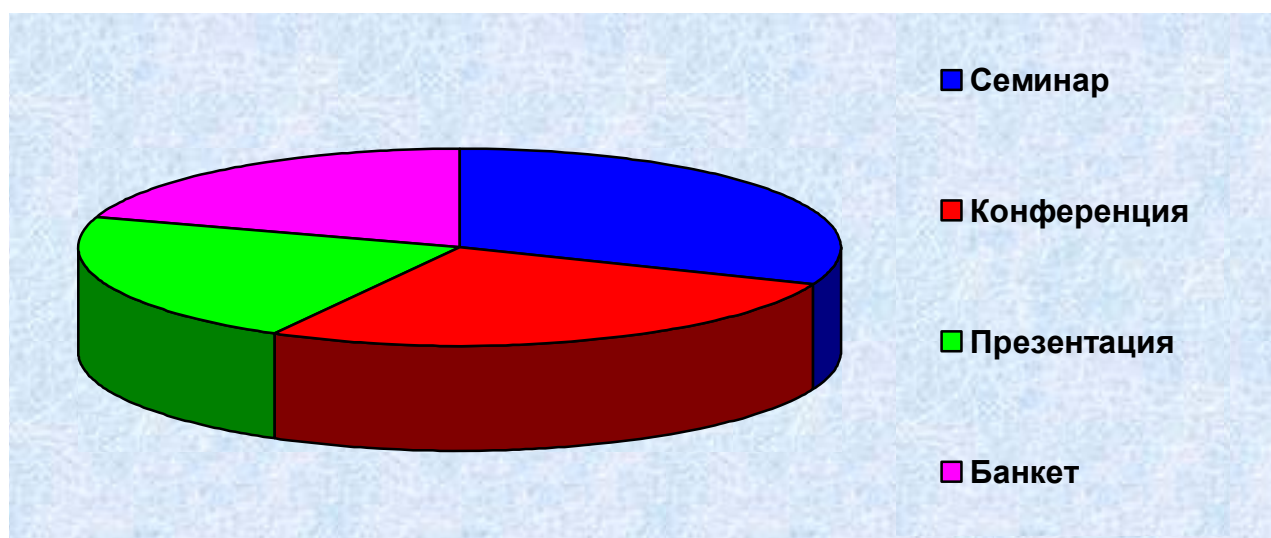
E-mail рассылка - 28%

Интернет, TV, радио – 21%

Наружная реклама – 16%

Специализированные издания – 5%

Д. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?



Семинар – 31%

Конференция - 27%

Презентация - 22%

Банкет – 20%

Е. Преимущества выставки



Высокий уровень организации выставки – 30%

Деловая программа выставки (конференция, фуршет, презентация) - 20%

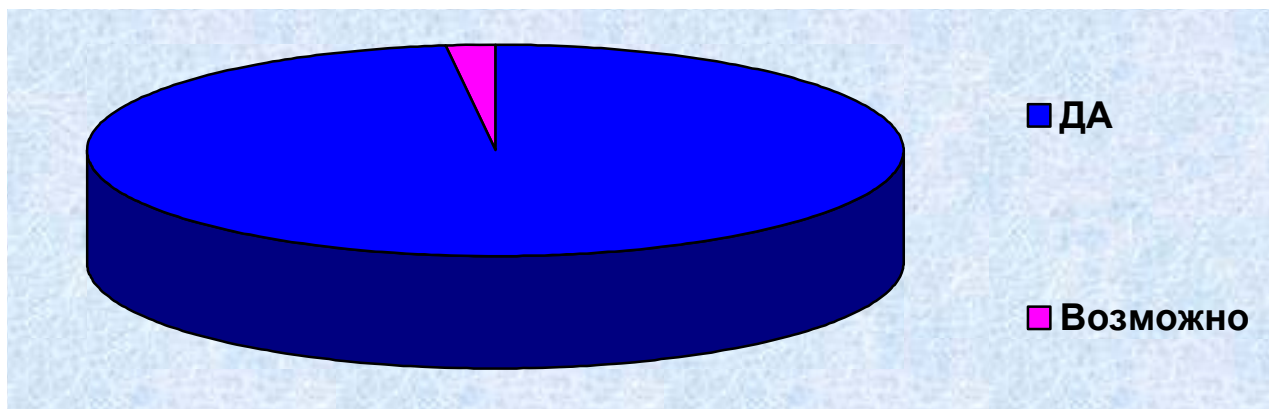
Сервисное обслуживание/фуршет – 18%

Удобное месторасположение проведения выставки – 15%

Количество участников – 11%

Рекламное обеспечение выставки – 6%

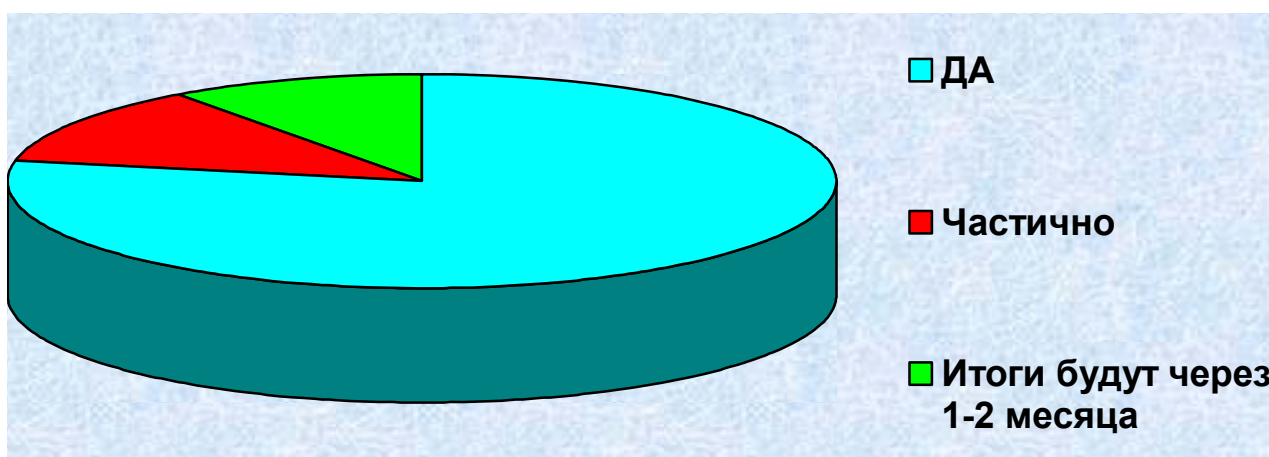
Ф. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?



Да – 98%

Возможно – 2%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



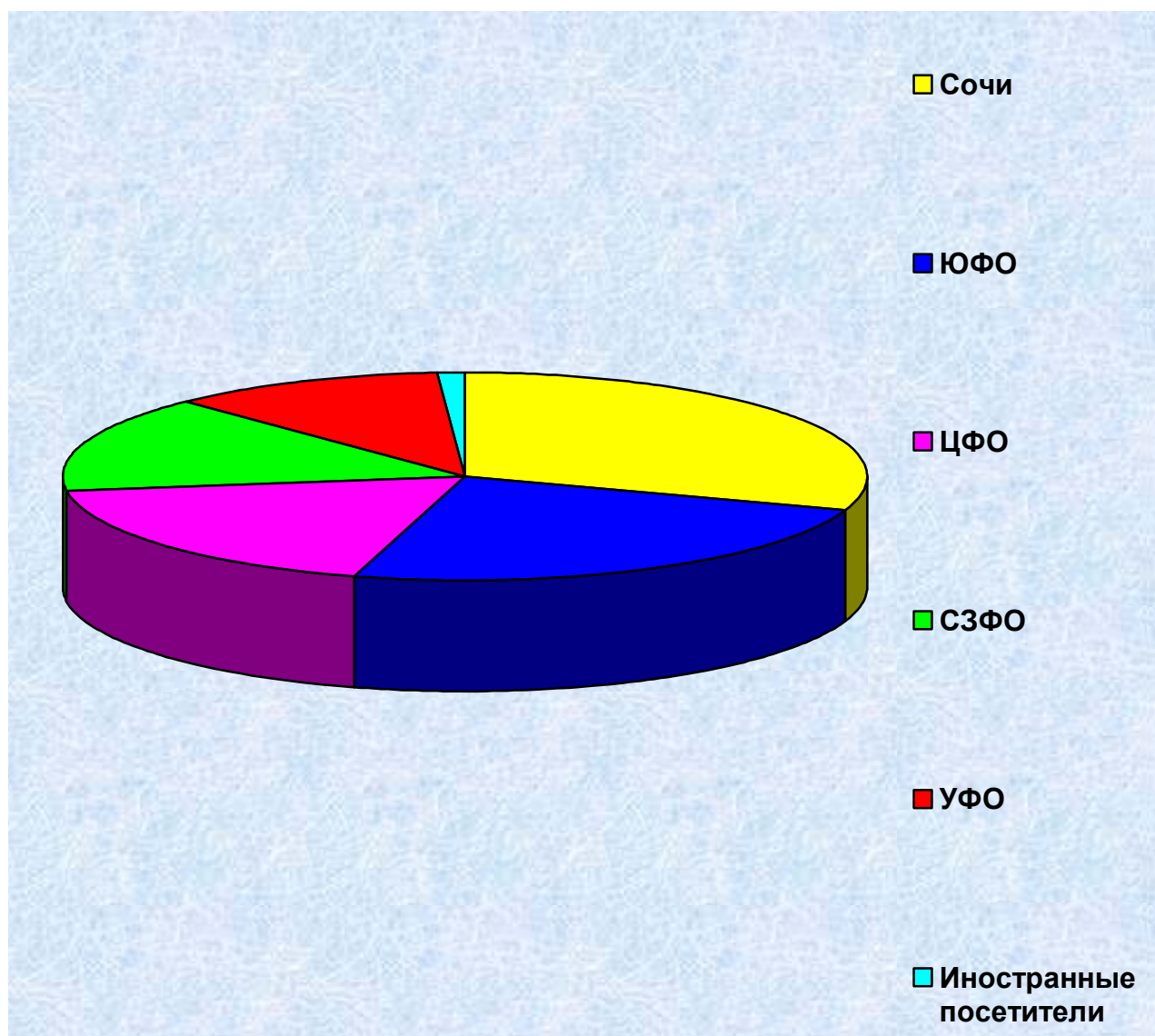
Да – 78%

Частично – 12%

Итоги работы выставки будут через 1-2 месяца – 10%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Сочи – 30%

Южный Федеральный округ (без Сочи) – 24%

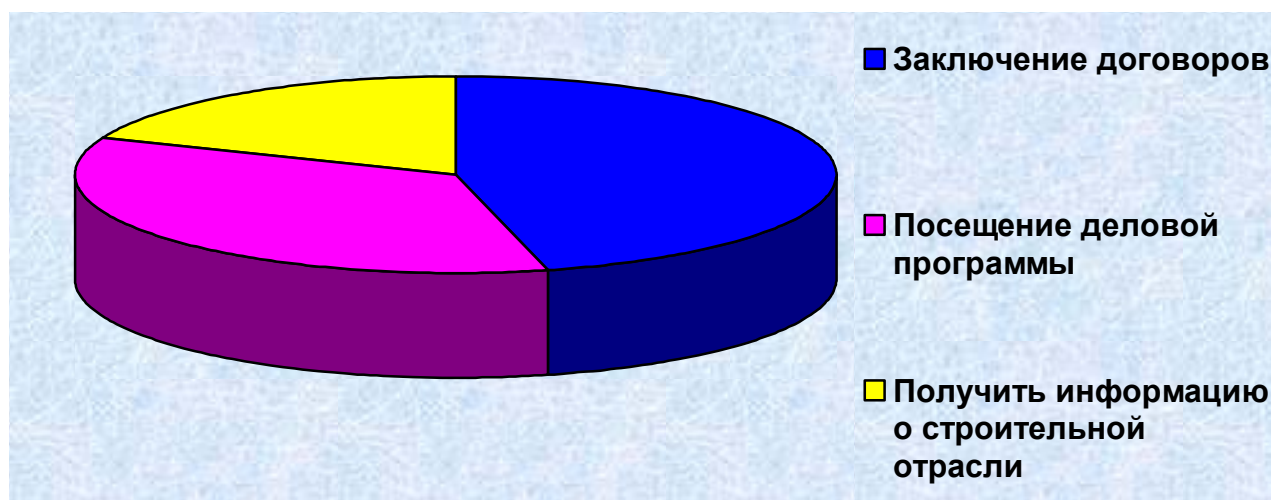
Центральный Федеральный округ – 18%

Северо-Западный Федеральный округ – 15%

Уральский Федеральный округ – 11%

Иностранные посетители - 1%

В. Цели посещения выставки:

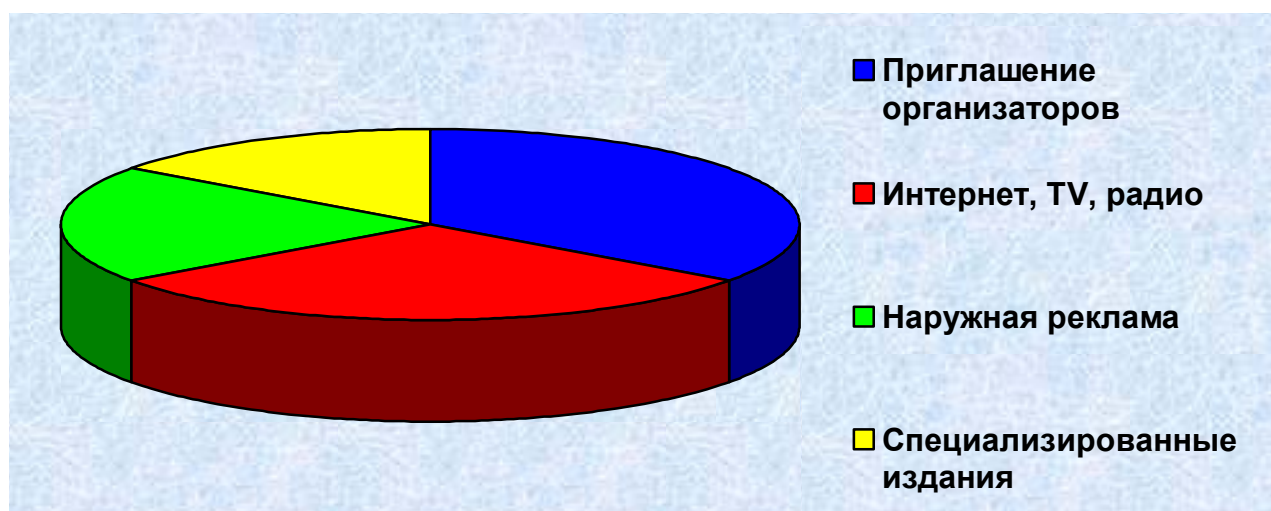


Заключение договоров – 46%

Посещение деловой программы - 35 %

Получить информацию о строительной отрасли – 19%

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) –20%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги) – 15%