

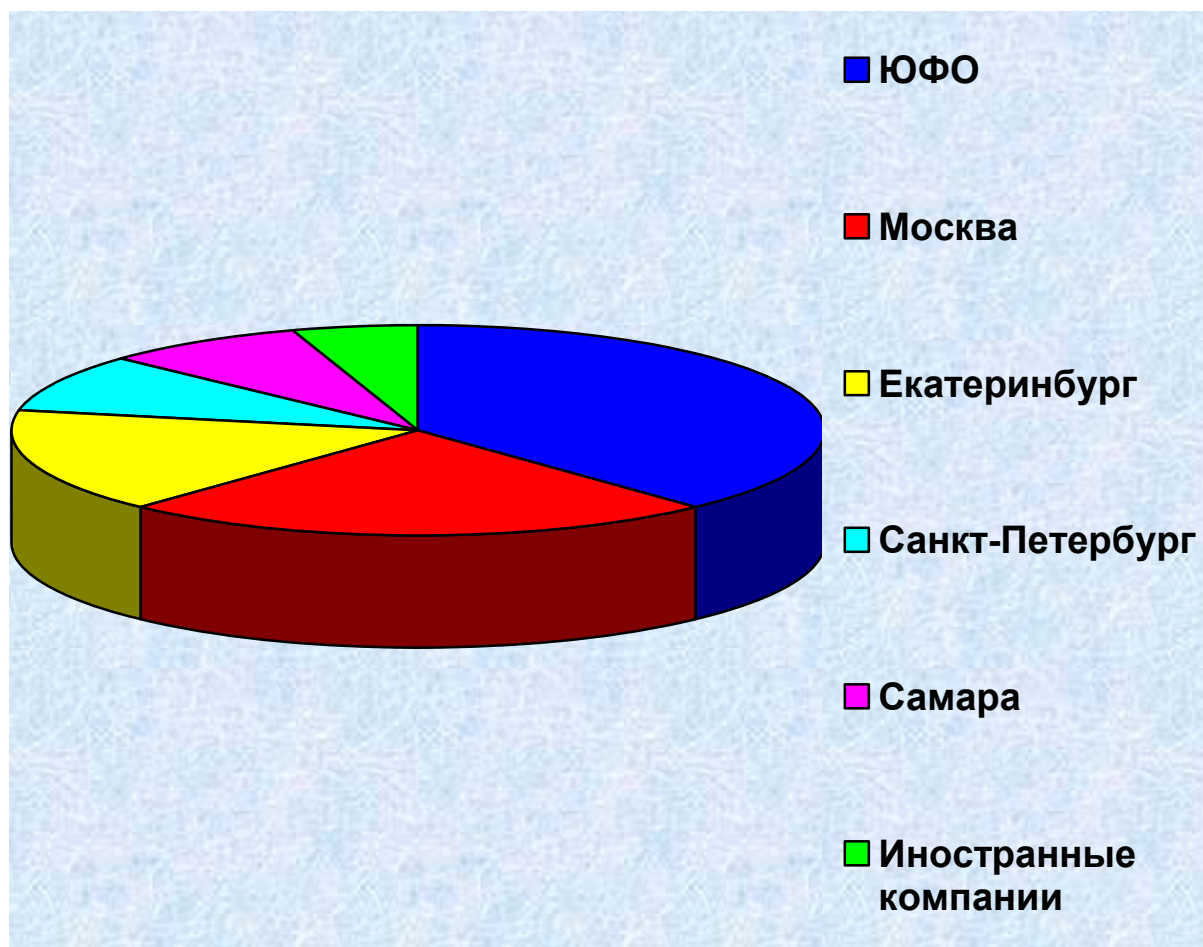
АНАЛИЗ РАБОТЫ
АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНОГО ФОРУМА
СТРОЙПЛОЩАДКА БУДУЩЕГО 2007

В период с 15 по 17 марта в ГК «Жемчужина» был проведен архитектурно-строительный форум «Стройплощадка будущего-2007». В форуме приняли участие 90 организаций, 4300 посетителей, из них: - 1178 посетителей-специалистов

Информационная поддержка форума: журнал «ЭВОЛЮЦИЯ КРОВЛИ», Москва; Центр научно-технической информации «КОМПОЗИТ», Москва; журнал «СТРОИТЕЛЬСТВО. АРХИТЕКТУРА XXI», Ростов-на-Дону; «СТРОИТЕЛЬНЫЙ ВЕСТНИК КУБАНИ» официальное издание; Союза строителей Кубани, Ростов-на-Дону; ООО ИД «ЭЛИТА ПАБЛИШЕР», журнал МИР & ДОМ, Москва; группа газет «СТРОЙКА», Краснодар; еженедельник «ЭКСПРЕСС НЕДВИЖИМОСТЬ», Сочи; ООО «МАСС-МЕДИА-СОЧИ», Сочи; журнал «ЮЖНЫЙ ДОМ», Краснодар; ЗАО «МАРКЕТИНГ СОЮЗ», Москва; СТРОН™ Строительство. Обустройство. Новые технологии. журнал, Москва; ИД «СТРОЙЭКСПЕРТИЗА», Казань; 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 Банк Сочи», Сочи; ООО Сочинский филиал «ТелеСемь» в Краснодаре», Сочи.

І. УЧАСТНИКИ

А. География участников



Южный Федеральный Округ – 38%

Москва – 24%

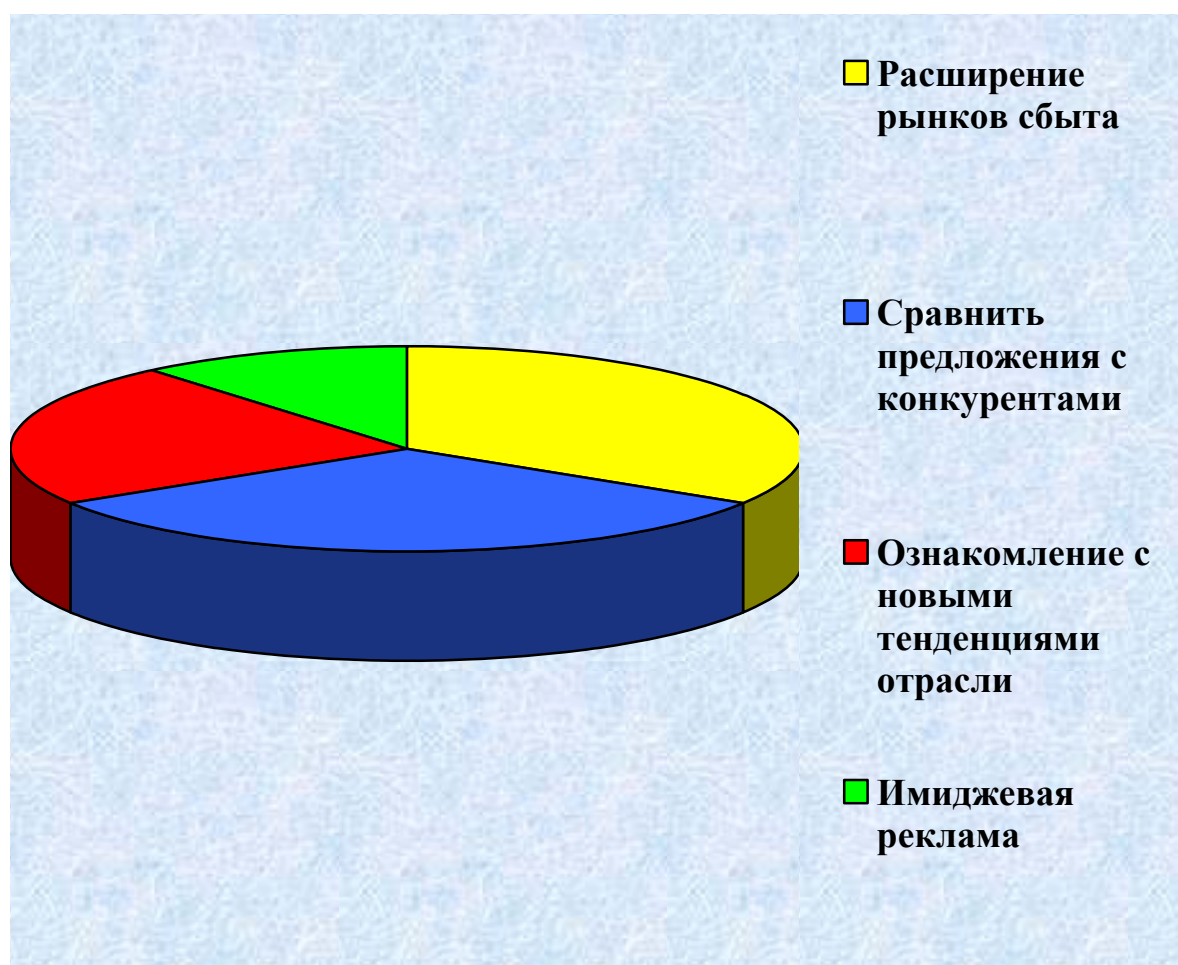
Екатеринбург – 16%

Санкт – Петербург – 9%

Самара – 8%

Иностранные компании – 5%

В. Цели участия:



Расширение рынков сбыта – 34%

Сравнить предложения с конкурентами – 32%

Ознакомление с новыми тенденциями отрасли – 23%

Имиджевая реклама – 11%

С. Источники, из которых узнали о выставке:



Приглашение организаторов – 40 %

Интернет – 22%

TV, радио – 18%

Ежегодное участие в выставке Строймаркет – 14%

Реклама в специализированных изданиях – 6%

D. Понравилась ли Вам деловая программа выставки?

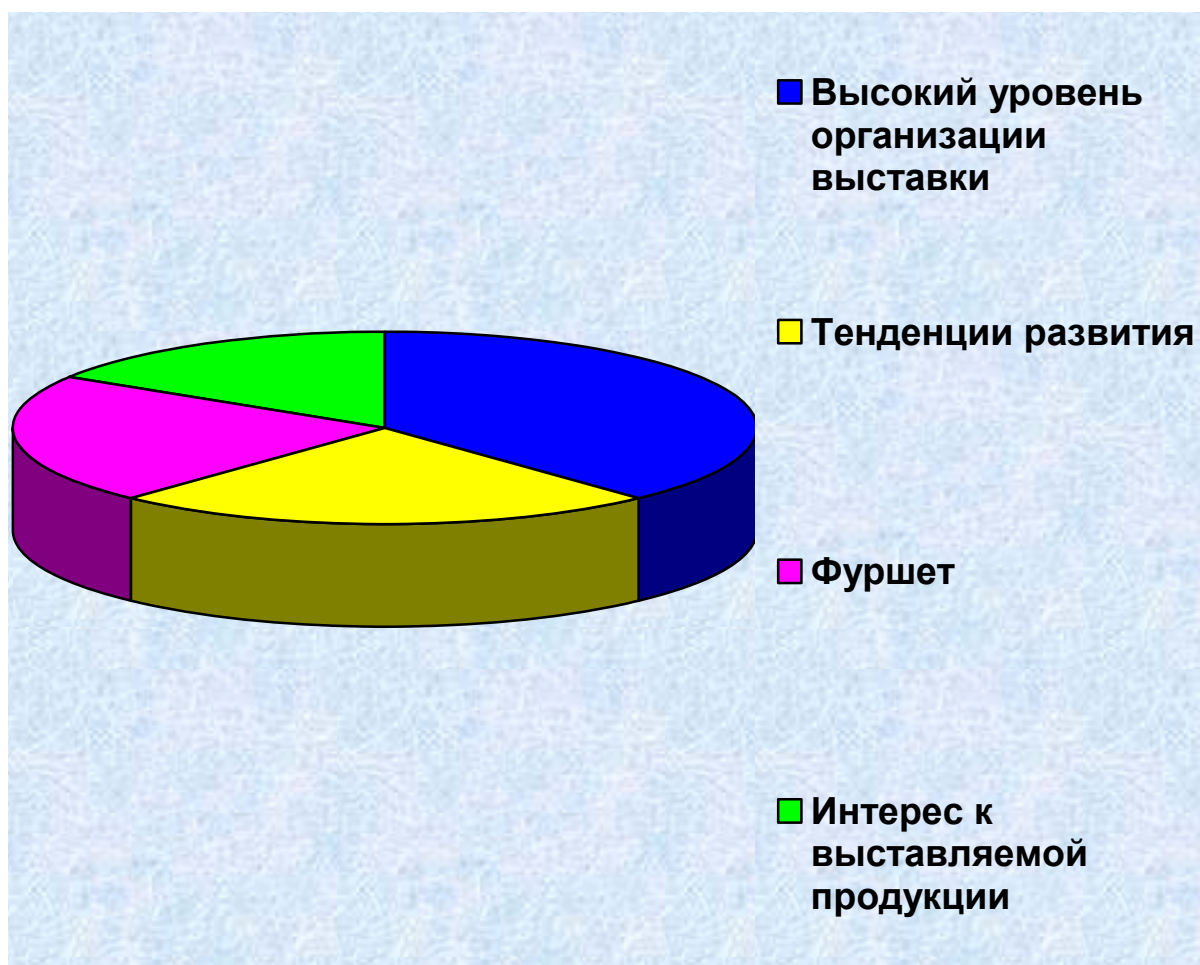


Конференция – 40%

Фуршет – 33%

Конкурс на лучшие материалы, технологии и оборудование для строительной отрасли – 27%

Е. Преимущества выставки



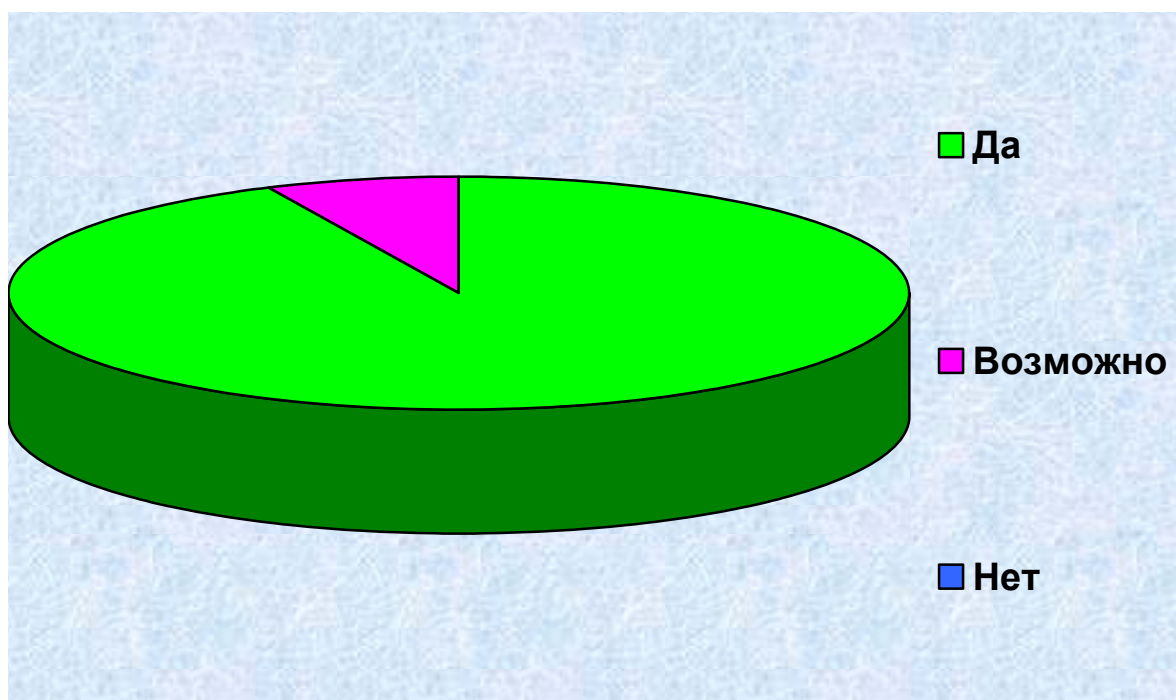
Высокий уровень организации выставки – 38%

Тенденции развития – 24%

Фуршет – 22%

Интерес к выставленной продукции – 16%

Ф. Планируете ли Вы участие в следующей выставке?

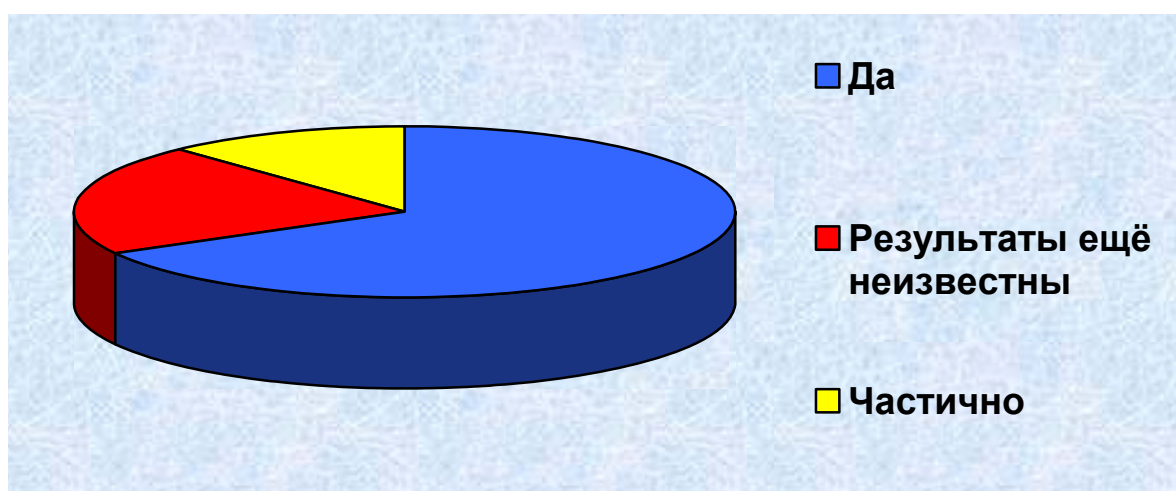


Да – 94%

Возможно – 5%

Нет – 1%

Г. Довольны ли Вы результатами участия в выставке?



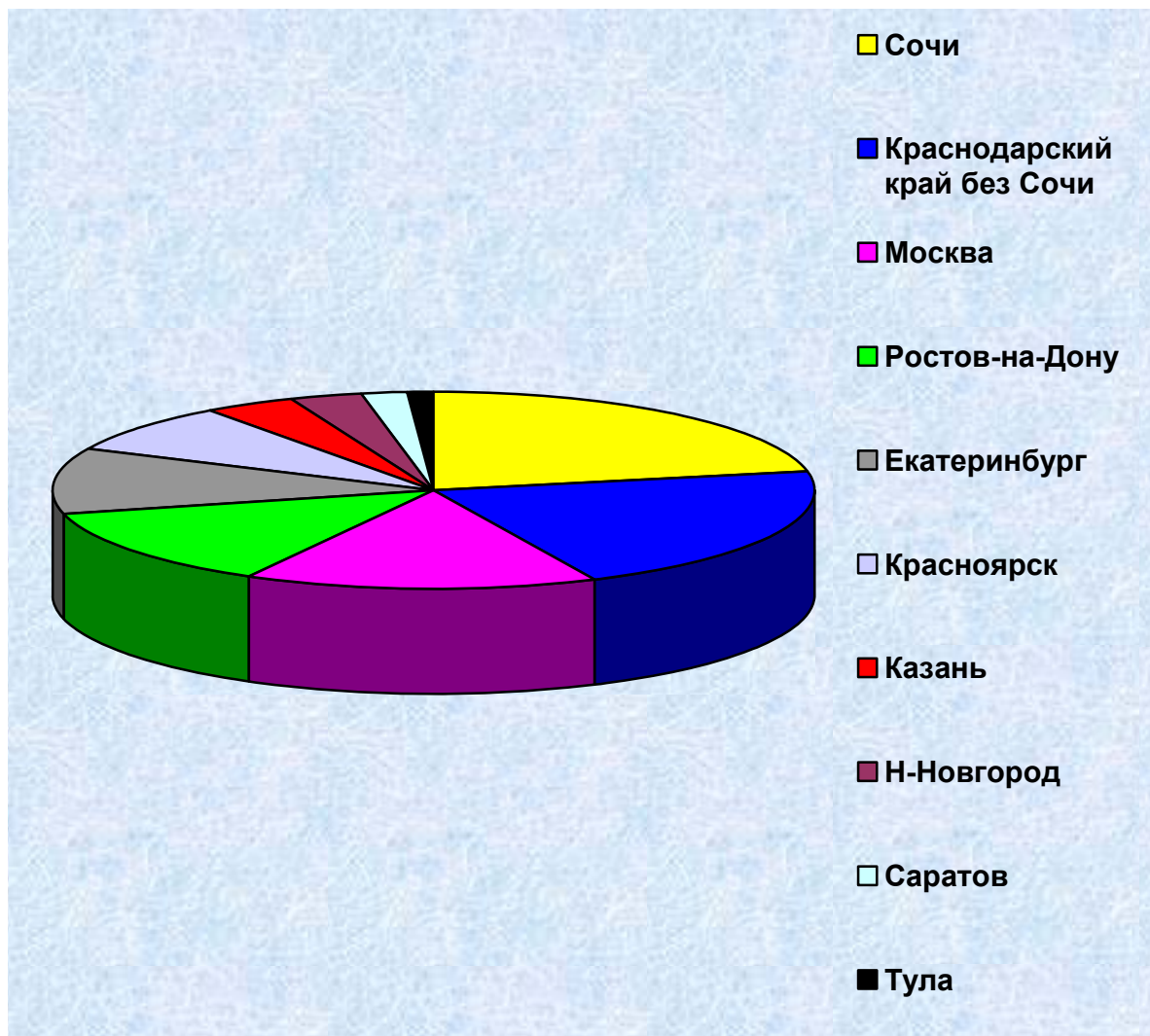
Да – 67%

Результаты ещё неизвестны – 21%

Частично – 12%

II. ПОСЕТИТЕЛИ

A. География посетителей



Сочи – 22%

Краснодарский край без Сочи – 21%

Москва – 15%

Ростов-на-Дону – 13%

Екатеринбург – 11%

Красноярск – 8%

Казань – 4%

Н-Новгород – 3%

Саратов – 2%

Тула – 1%

В. Цели посещения выставки:



Получить информацию о строительной отрасли – 54%

Заключение договоров – 28%

Посещение деловой программы – 18%

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



Интернет, TV, радио –35%

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

Наружная реклама (афиша, баннер, перетяжки) – 18%

От друзей, коллег – 8%

Специализированные издания (газеты, журналы, каталоги)– 7%