

INMOPOLI

alb-08



INMOPOLI

Feria inmobiliaria de 1ª Residencia

Vivienda nueva de Albacete y Área Metropolitana

I Del viernes 13 al domingo 15 de Junio de 2008
Hotel Universidad - Albacete – Salón Avenida



INMOVAC

Feria inmobiliaria vacacional

Vivienda Nueva en Costa, Montaña y Nieve




*** Nombre del Evento.- INMOPOLI Alb**

Feria Inmobiliaria de 1ª Residencia

" Vivienda nueva de Albacete, área metropolitana y provincia"


*** Tipología del Expositor.-**

Promotor inmobiliario de calidad y con gran cantidad de producto


*** Número de Empresas Expositoras.-**

Hasta un máximo de 25 seleccionados


*** Producto inmobiliario a exhibir.-**

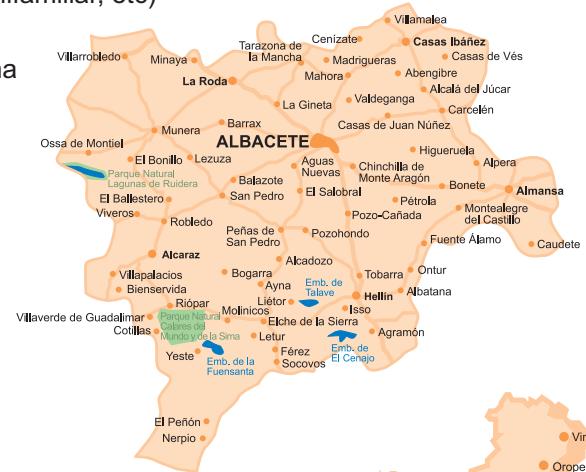
- **INMOPOLI** - Vivienda nueva de 1ª Residencia (Libre y VPO)

- Tipología diversa

- (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)

- Área geográfica;

- Albacete, área metropolitana
y provincia



- **INMOVAC** - Vivienda nueva vacacional de Costa,

- Montaña y Nieve

- Tipología diversa

- (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)

- Área geográfica;

- Desde el norte (Castellón), hasta el sur (Almería)

- Comunidad Valenciana

- (Alicante, Castellón, Valencia)

- Murcia

- Almería


*** Público objetivo.-**

- El espectro social, económico, sexo y de edad será amplio.

- Albacete capital, área metropolitana y provincia

- Áreas interesadas en producto vacacional Madrid, Castilla La Mancha

- (Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Toledo)

Asesoran:



*** Lugar.-**

Hotel Universidad - Albacete - Salón Avenida
Av España 71 - 02006 Albacete – España
www.hoteluniversidad.com



*** Fecha de celebración.-**

Del viernes 13 al domingo 15 de Junio de 2008



*** Horario.-**

Viernes de 10 a 20 horas, Sábado de 10 a 20 horas, Domingo de 10 a 20 horas.

*** Entrada. -** Gratuita

*** Edición.-** 1^a Edición

*** Periodicidad.-** Anual

*** Asesoran.-**



Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS



***Organización y gestión.-**



*** Datos de contacto para información.-**

Teléfono.- 902 220 320

Fax.- 963 423 725

Email.- info@inmopoli.com Web.- www.inmopoli.com



1º El recinto

En la entrada del salón una pantalla gigante de Televisión exhibirá las diferentes promociones inmobiliarias de los Expositores, mediante un video sin fin.

En esta zona habrán **azafatas que atenderán a los visitantes**, entregándoles el catálogo, material divulgativo de los Patrocinadores, etc., e instruyéndoles para que cumplimenten el formulario para participar en sorteos diferentes.

El espacio está ambientado y decorado para crear un entorno adecuado y con los pasillos oportunos para que los visitantes puedan transitar fácilmente.

Los expositores situarán **maquetas**, en función del espacio contratado, para que los visitantes puedan ver más detalladamente las diferentes promociones y para que sirva de argumento visual para la venta. Estarán distribuidas por la sala y en la medida de lo posible lo más próximo a los stands, para poder cumplir más eficazmente su fin comercial.

El salón dispondrá de una zona de asientos donde se podrá descansar, así como de una zona de cafetería gratuita para los expositores o para los visitantes con invitación.

Se preparará un recinto infantil donde los niños que acompañan a sus padres puedan estar distraídos con payasos, animadores, con juegos / lectura y otros.

Se posibilitan módulos con una extensión base de 6 m², para crear espacios tipo **stand pre - montados**, con mesas y sillas, infografías, etc., con una superficie de 6, 12, 18, 24 m², donde los promotores inmobiliarios, aproximadamente hasta 25, presentan su producto y realizan las ventas durante un fin de semana largo (de viernes a domingo).



Asesoran:

INMOPOLI alb-08

HOTEL UNIVERSIDAD ALICANTE
Salón Avenida





2º Los expositores



Los expositores podrán entregar a las personas que atiendan artículos de merchandasing. Habrá un equipo de azafatas que además de atender a los visitantes, ofrecerá a los expositores asistencia en lo necesario.

Así mismo cuando atiendan a visitantes, les podrán ofrecer refrescos siendo las azafatas quienes se encargaran de la gestión.

Habrá un cupo de tickets por expositor, tanto para atenciones como para restauración. Así mismo habrá uno de Parking.

Los expositores podrán durante el evento tener precios promocionales, con el fin de incentivar a los compradores que hayan acudido.



3º Los visitantes



Los visitantes podrán cumplimentar un formulario por internet o soporte papel, en el que además de sus datos personales, reflejarán el tipo de producto inmobiliario en que están interesados, en que zona y una idea de precio. Dicho formulario dispondrá de dos partes, una para efectos estadísticos y otra para participar en un sorteo de estancias en hoteles, viajes, regalo de un coche, entradas a CAC, a Terra Mítica, Cines, etc..

Estos datos servirán como información de la demanda por parte de los compradores. Con el fin de poder facilitarla al promotor y para agilizar el proceso de acercamiento entre compradores y vendedores.

A los visitantes que tengan alguna reunión con los expositores, se les pagará dos horas de parking. Para validar el ticket, se le pondrá un sello.



Asesoran:



4º La difusión del evento

En fechas previas desde primer un mes antes se ha realizado una intensa campaña de publicidad en diferentes medios como, entre otros, **radio, prensa diaria, autobuses, e internet.**



Son medios oficiales en radio la cadena Ser con su red de emisoras (Cadena 40, Dial, M80), en TV Localia, en prensa gratuita el diario 20 minutos, en internet Atrea y Llavetex, y en cada ciudad un periódico de pago de máxima difusión.



LOCALIA



Habrá una web (www.inmopoly.com) del evento, donde las personas interesadas podrán ver cuales son las empresas participantes, sus productos, y preparar una agenda de visitas a los diferentes expositores.



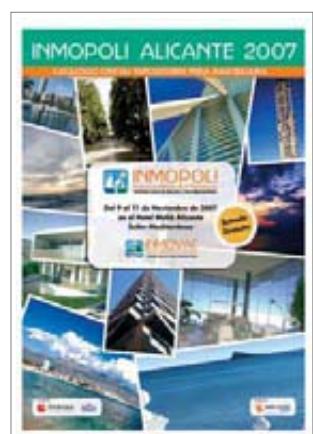
La web, se difundirá en la publicidad de radio, medios escritos, otros soportes, así como con una campaña en internet (portales inmobiliarios, google y otros buscadores).

Se hará un catálogo del evento que se encartará en un periódico de máxima difusión, aproximadamente de 7 a 10 días antes de la celebración. Así mismo se entregará en mano a los visitantes, con las siguientes secciones;

1º Plano con señalización de Stands, Expositores, zona lúdica, maquetas, etc... e información del evento.

2º Reseña de cada una de las empresas participantes.

3º Ficha informativa de cada una de las promociones que exhibirán los expositores ordenado por zonas e indicación del precio.



**1º.- Plan de Marketing -**

Acciones para dar a conocer el evento y que acuda público.

Hasta el **70% de los ingresos** brutos del evento se destinarán a una intensa campaña de publicidad para posibilitar el máximo de visitantes.

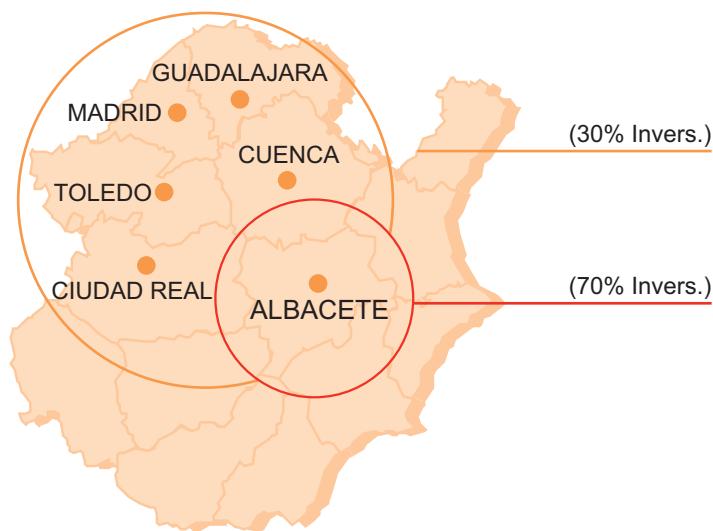
El esfuerzo fundamental se dirige para atraer público de Albacete capital, área metropolitana y provincia.

Se harán asimismo iniciativas para difundir INMOPOLI e INMOVAC en provincias de Castilla la Mancha (Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Toledo).

Plan de Marketing

CUANTO ➤ **Hasta 70% de Ingresos**

A QUIEN ➤ Residentes en Albacete, área metropolitana y provincia (70% Invers.)
 Residentes en Madrid, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Toledo (30% Invers.)

**1.1 Comunicación.-**

* Fase Pre – Evento.-

- Presentación, ruedas de prensa, notas, entrevistas, etc., para darlo a conocer, expectativas, patrocinadores, expositores, etc.

* Fase Evento..-

- Notas de prensa, entrevistas a Expositores y visitantes

* Fase Post - Evento.-

- Notas de prensa, entrevistas, con las conclusiones, evaluación con datos de expositores, visitantes, operaciones realizadas, importe económico y perspectivas en los próximos meses. Previsiones para la siguiente edición.



INMOPOL alb-08

The collage consists of several newspaper pages from '20 Minutos' and 'Merca Levante'. The top left page features a large headline about Inmopoli Vic 2007, mentioning 35,000 new homes for sale. It includes images of the fair's interior and exterior. The top right page is from 'Merca Levante' with a similar headline. The bottom left page has a headline about Inmopoli Vic 2007 attracting 5,500 visitors and 200 purchases. The bottom right page also from 'Merca Levante' highlights the 'Inmopoli Cst 2008' event.



Asesoran:

**1.2 Publicidad.-** Desde el mes anterior, hasta el día del evento

- * Público de Albacete capital, área metropolitana y provincia
 - Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color
 - * La Tribuna, El Pueblo, La Verdad, El Mundo, El País, AS
 - * Catálogo para encarte en periódico (La Tribuna, El Pueblo, La Verdad)
 - Radio.- Cuñas 20 segundos; Cadena 40, Cadena Dial, M80, Cope, Onda Cero, Ser, Kiss FM, Radio Marca
 - TV.- Localia, Visión 6, Castilla la Mancha TV, Popular TV
 - Bus EMT.- De 5 unidades
 - Bus área metropolitana.
 - Internet.-
 - * Portales inmobiliarios y buscadores
 - Atrea, Google, Idealista, Portae, Llavetex, aestrenar, etc
 - * Periódicos digitales locales
 - La Tribuna, La Verdad, 20 Minutos
- * Público de resto de España
 - Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color
 - * La Tribuna (Castilla la Mancha)
 - * Catálogo para encarte en periódico La Tribuna (Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Toledo)
 - Radio.- Cuñas 20 segundos; Cadena 40, Cadena Dial, M80, Cope, Onda Cero, Ser, Kiss FM, Radio Marca
 - TV.- Localia (Castilla la Mancha, Madrid), Castilla la Mancha TV, Popular TV
 - Bus capitales
 - Internet.-
 - * Portales inmobiliarios y buscadores
 - Atrea, Google, Idealista, Portae, Llavetex, aestrenar, etc
 - * Periódicos digitales locales
 - La Tribuna (Castilla la Mancha)

INMOPOLI alb-08



Asesoran:



CATÁLOGO OFICIAL DE INMOPOLI

INMOPOLI alb-08

CATÁLOGO OFICIAL DE INMOPOLI

INMOPOLI 2007

INMOPOLI ALICANTE 2007

INMOPOLI CASTELLÓN 2008

INMOVAC

Participación en el sorteo

Mapa de España con ubicación de las ferias

INMOPOLI & INMOVAC

8b



1.3 Acciones comerciales.- Para el público

* Sorteos.- Mediante el cumplimiento de un formulario

- Vehículos Chevrolet.
- Estancias en hotel cadena SH / Meliá
- Viajes de crucero (Mediterráneo)
- Entradas en parques temáticos (CAC, Terra Mítica, Terra Natura, Warner...)
- Tickets para bus Turistic o similar
- Entradas en cines

* Varios

- Facilidades de parking y restauración
- Posible asistencia de personajes famosos,
- Precios promocionales de los expositores e incentivos
- Acuerdos preferenciales en los medios para Expositores

Sorteo lotes



Meliá Hoteles



Sorteo Coche



CHEVROLET

ACCIÓN
COMERCIAL

Tickets Gratis Bus Turistic



Sorteo Cruceros



Asesoran:



Facilidades para el EXPOSITOR



INMOPOLI alb-08

Facilidades para el VISITANTE



Asesoran:



RESULTADOS: + VENTAS + CONTACTOS

12 | CASTELLÓN

Lunes, 28 de enero del 2008 | el Periódico Mediterráneo

Inmopoli supera expectativas y cierra su edición con un centenar de ventas

- En la muestra las promotoras han recogido un total de 2.000 contactos
- Los interesados eran de Castellón, Teruel, Zaragoza, Madrid y Valencia

YOLANDA TEINA
yolanda@elperiodicodemediterraneo.com
CASTELLÓN

La feria inmobiliaria de primera residencia, Inmopoli 2008, y la vacacional, Inmovac, que se ha celebrado durante los últimos tres días en Castellón, cerró ayer sus puertas con un balance "muy positivo y superando todas las expectativas", según señaló María Costa, desde Markmedia Global, organizadora del evento.

Asturias se ha salido con una cifra "satisfactoria", ya que "se han realizado casi un centenar de ventas de primera y



► Lubasa Immobiliaria recibió numerosas visitas a su stand.

segunda residencia, unos 2.000 contactos y 5.000 visitas a los diferentes stands de promoción" y con un público procedente de Castellón, Zaragoza, Teruel, Madrid o Valencia, principalmente.

Tal y como indicaba José Luis

Kripérez, de Lubasa Immobiliaria, "hemos tenido numerosas visitas y hemos ofrecido muchas ventajas a los interesados". Y añadía que "en total hemos cerrado unas 10 operaciones de venta en viviendas de Castellón

ciudad y alrededores en Benicasim, por lo que los resultados se pueden calificar de positivos".

MÁS OFERTAS / Por su parte, Miguel Rabadán, director de ventas de Edival, señalaba que "estamos gratamente sorprendidos porque hemos cerrado 11 operaciones de venta". Para Rabadán la clave reside "en ofrecer alta calidad y muy buenos precios. Hemos hecho unas ofertas muy buenas como es la donación de 1.000 euros al mes durante un año, hacemos cargo de los gastos de escrituración y de todas las gestiones, y 3.000 euros".

Asimismo, Paqui Ferrer, de Realia, indicaba que "cerraremos más operaciones en los próximos días". En la misma línea se mostró Carlos Alvarez, de Fbex, quien indicó que "se consolidarán más ventas en breve, al comprar". David Heras, de Bugra, señaló que "hemos cerrado cuatro ventas y muchos comprarán en esta semana".

MAS INFORMACIÓN Y SUSPENCIOS

"Estamos ante un nuevo método de venta que gusta mucho a la gente"

» Rafael Soler, director de Markmedia Global, empresa organizadora de Inmopoli, indicó que "hemos demostrado que estamos ante un nuevo método de ventas que gusta mucho a la gente". Soler añadió que el éxito se debe a que se ofrece "una amplia cantidad de viviendas donde el público puede discriminar fácilmente lo que le gusta y quiere. La gente no viene solo a informarse sino a comprar". Asimismo, el director de Markmedia Global recaló que Inmopoli "es ingeniería inmobiliaria y simplifica los procesos de búsqueda y selección a la gente". La feria inmobiliaria ha contado con una veintena de empresas inmobiliarias y volverá a Castellón en octubre.

Levante EL MERCANTIL VALENCIANO ■ Lunes, 28 de enero de 2008

Castelló | 11.

ÚLTIMA JORNADA

Las inmobiliarias cierran un centenar de ventas en Inmopoli

La feria instalada en el Hotel Luz de Castelló recibe 5.000 visitas en tres días

Levante de Castelló, Castelló
La feria Inmopoli de Castelló llegó ayer a su fin. En tres días, 25 importantes empresas del sector inmobiliario han presentado sus promociones que sumaban un total de 25.000 viviendas.

Según subrayó la organización en un comunicado, la feria ha cumplido las expectativas tan-

to de los expositores como del público asistente, con un centenar de ventas de primera y segunda residencia, 2.000 contactos y 5.000 visitas. El evento contó con público de Castelló y su área metropolitana, Zaragoza, Teruel, Madrid y Valencia.

Las empresas participantes manifestaban haber superado sus expectativas y vencido las dudas iniciales al comprobar su efectividad, subrayaron.

«Nuestra expectativa era recoger bastantes visitas y evitarse al cliente el rosario de desplazamientos que supone conocer la oferta inmobiliaria castellonense, recorriendo oficinas y obras, sin embargo nuestra sorpresa ha sido comprobar que en esta feria no sólo se informa sino que además se cierran ventas por lo que estamos plenamente satisfechos», manifestaba Monse Yebra, Directora Comercial de Rovira.

Por su parte, Ángel Muñoz, de la empresa Prolan 2005, comentaba que «la vivienda es una necesidad que no va a desaparecer, quizá ahora hay que explicar



BUENA ACOGIDA. La feria recibió una importante afluencia de público en la última jornada.

DATOS

25

Empresas participantes

Entre otras empresas han participado en la feria Augur, Confal, Construcciones Domínech, Construcciones y Promociones Rovira, Edival, FBEX, Focansa, Hogar y Jardín, Lubasa inmobiliaria, Grupo Bisagra, Paine, Prolan 2005, Promejuc, Realia business y Vallithemosa.

5.000

Visitantes

La feria, instalada en el Hotel Luz, ha recibido 5.000 visitas.

La organización considera muy positivos los resultados de la feria en Castelló. «Probamos Inmopoli en Valencia, luego en Alicante y ahora en Castelló y a la tercera ha sido la vencida demostrando que estamos ante un nuevo método de ventas que gusta a la gente», subrayó Rafael Soler, director de Markmedia Global, empresa organizadora del evento. «Sin duda para la mayoría de inmobiliarias este evento, no sólo ha permitido cerrar

ventas y concretar reservas, sino también establecer nuevos contactos con futuros clientes», señalaron en una nota fuentes de la feria, quienes apuntaron que entre los expositores se comentaba que también a ellos les había tocado la lotería.

Soler añadió asimismo que la diferencia de este tipo de feria con otras es que ofrece un espacio cómodo y útil donde el público puede discriminar fácilmente lo que le gusta y quiere.

con más lujo de detalles como fiabilidad y garantizarle al cliente que puede confiar en nosotros. También añadió que a diferencia de otras ferias, donde principalmente la gente se acerca a mirar e informarse, en ésta «se cierran ventas», lo cual es una gran satisfacción para nosotros y una evidencia de que el mercado está vivo».

En este mismo sentido, María del Prado, del departamento comercial de Realia, señalaba que han cerrado ventas de promociones que tienen en Vista Verde y Denia, entre otras.