

INMOPOLI 80-1111-08



INMOPOLI

Feria inmobiliaria de 1ª Residencia
Vivienda nueva de Murcia y Área Metropolitana

Del viernes 4 al domingo 6 de Abril de 2008
Hotel NH Amistad - Murcia



INMOVAC

Feria inmobiliaria vacacional
Vivienda Nueva en Costa, Montaña y Nieve





* **Nombre del Evento.-** INMOPOLI murcia
Feria Inmobiliaria de 1ª Residencia “ Vivienda nueva de Murcia
área metropolitana y provincia”



* **Tipología del Expositor.-**
Promotor inmobiliario con el máximo de producto

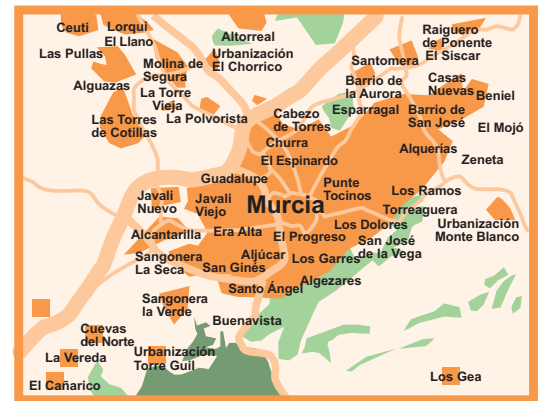


* **Número de Empresas Expositoras.-**
Hasta un máximo de 25 seleccionados



* **Producto inmobiliario a exhibir.-**

- **INMOPOLI** - Vivienda nueva de 1ª Residencia (Libre y VPO)
 - Tipología diversa (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)
 - Área geográfica;
 - Murcia, área metropolitana y provincia



- **INMOVAC** - Vivienda nueva vacacional de Costa, Montaña y Nieve.
 - Tipología diversa (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)
 - Área geográfica
 - Murcia.- Desde el norte (San Pedro de Pinatar), hasta el sur (Aguilas)
 - Interior de la provincia



- * **Público objetivo.-**
- El espectro social, económico, sexo y de edad será amplio.
 - Murcia capital y área metropolitana.
 - Áreas interesadas en producto vacacional Madrid, Castilla la Mancha (Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Toledo).



*** Lugar.-**

Hotel NH Amistad - Murcia
C. Condestable 1 - 30009 MURCIA - España
www.nh-hotels.com/NHAMistadMurcia



*** Fecha de celebración**

Del viernes 4 al domingo 6 de Abril de 2008



*** Horario**

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

* **Entrada.-** Gratuita * **Edición.-** 1ª Edición * **Periodicidad.-** Anual

*** Asesores.-**



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

A la entrada del salón habrá una **pantalla gigante de televisión**, donde los expositores podrán exhibir sus diferentes promociones de forma breve mediante una película sin fin tipo vídeo o con fotos.

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.

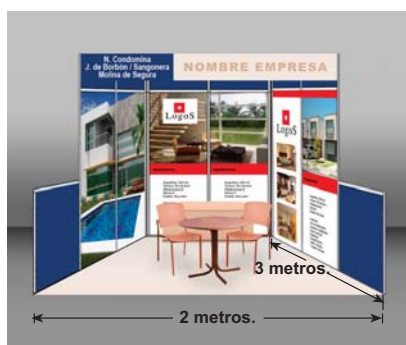
El espacio está ambientado y decorado, para crear un entorno adecuado. Se dispondrá de los pasillos oportunos para que los visitantes puedan transitar fácilmente.

Habrà una **zona de maquetas**, para que los visitantes puedan ver más detalladamente las diferentes promociones y para que sirva de argumento visual para la venta. La zona de maquetas estaría dispersa por el salón 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).



INMOPOLI mur-08



INMOPOLI
Feria Inmobiliaria de 1ª Residencia
Vivienda Nueva de Murcia y Área Metropolitana



Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS

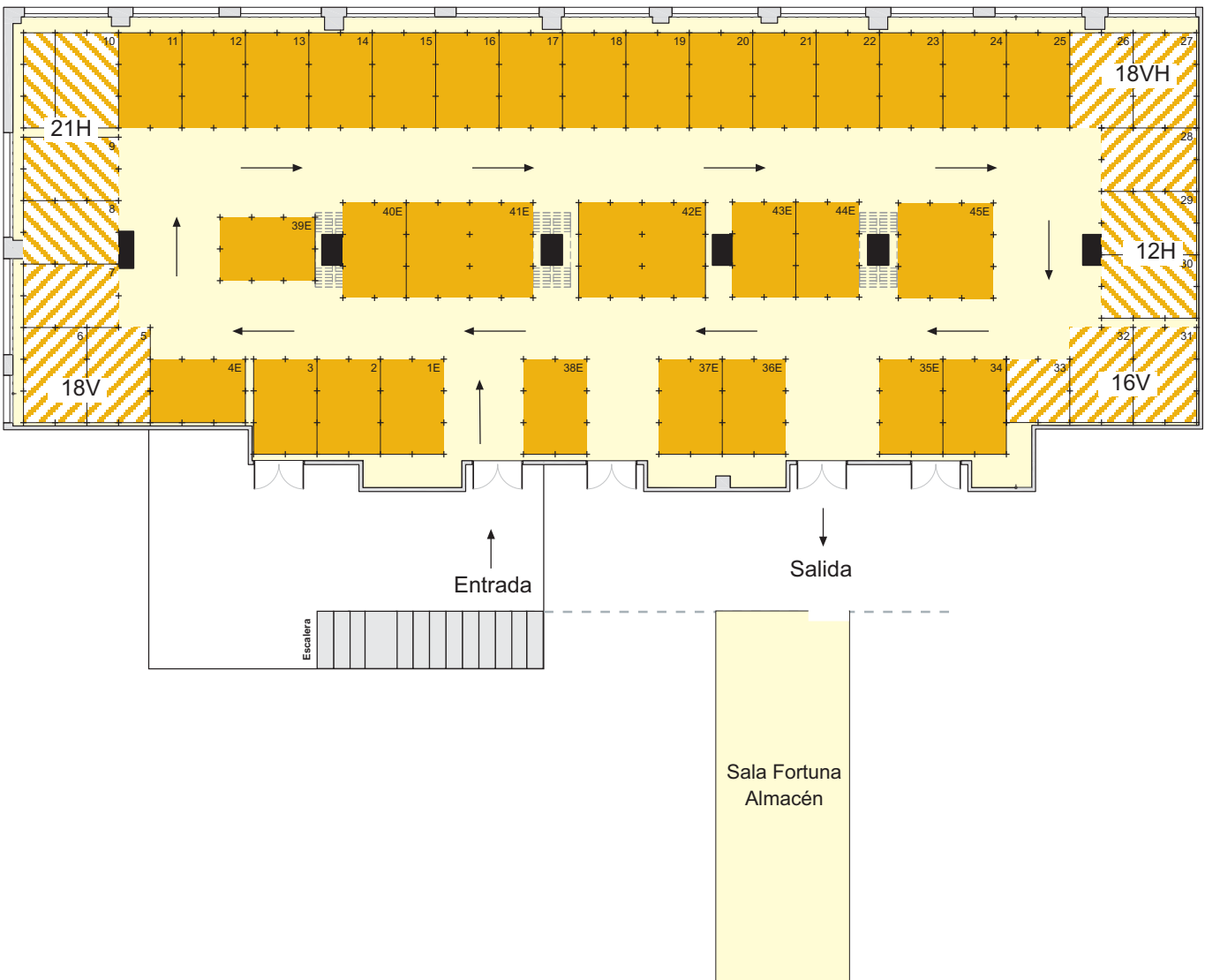


Asesoran:

Hotel NH Amistad -Murcia- Gran Salón 1ª planta

C/ Jerónimo de Ronda

C/ Condestable



3a



2º Los expositores

Los expositores podrán entregar a las personas que atiendan artículos de merchandising.

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.,

Así mismo 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:



i 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.

Habrà una web (**www.inmopoli.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.



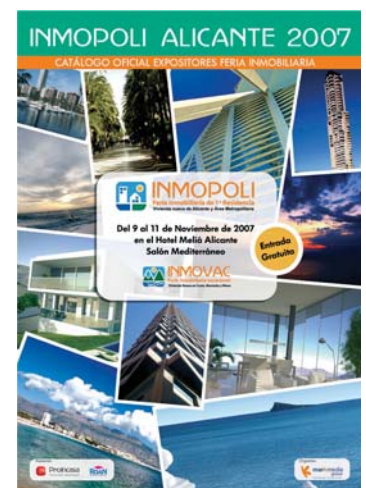
La web, se difundirá en la publicidad de radio, medios escritos, otros soportes, así como con una campaña en internet (portales inmobiliarios, google y otros buscadores).

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 siguiente 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 Murcia capital, área metropolitana y provincia.

Se harán asimismo iniciativas para difundir INMOPOLI / INMOVAC en Madrid y Castilla la Mancha (Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo).

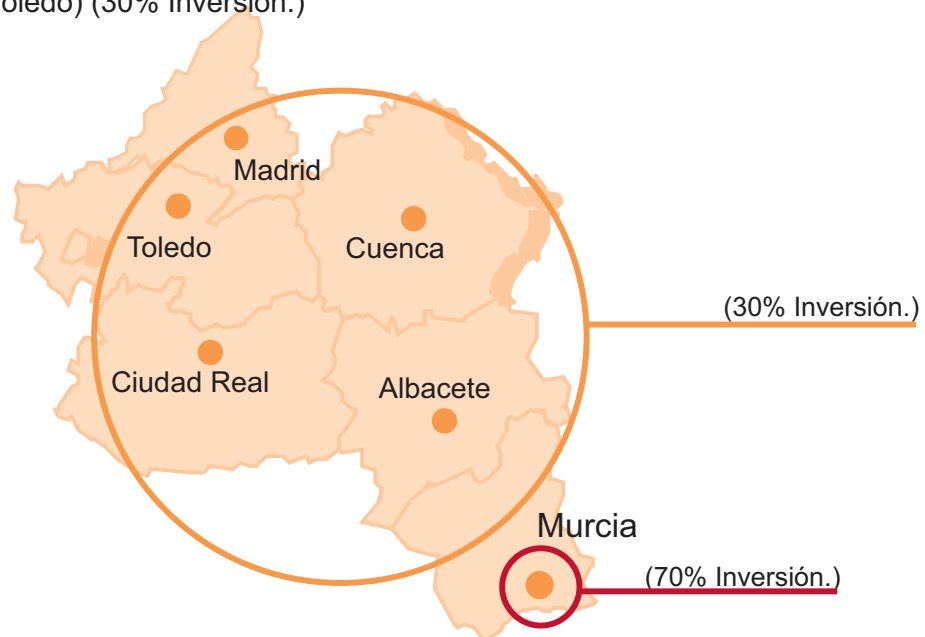
Plan de Marketing

CUANTO

▶ **Hasta 70% de Ingresos**

A QUIEN

▶ Residentes en Murcia capital, área metropolitana y resto provincia. (70% Inversión.)
 Residentes en Madrid, Castilla la Mancha (Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo) (30% Inversión.)



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.



Asesoran:



INMOPOLI mur-08





Asesoran:



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

- * Público de Murcia capital, área metropolitana y provincia.
 - Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color
 - * La Verdad, La Opinión, El Mundo, El País, 20 minutos, As.
 - * Catálogo para encarte en periódico
 - Radio.- Cuñas 20 segundos; Cadena Ser, Cadena 40, Cadena Dial, M80, Cope, Onda cero, Radio Marca, Kiss FM
 - TV.- Localia, Canal 6, TVM, Popular TV.
 - Bus EMT.- De 10 a 15 unidades
 - Bus área metropolitana / Provincia
 - Internet.-
 - * Portales inmobiliarios y buscadores
 - Atrea, Google, Idealista, Portae, Llavetex, aestrenar, etc
 - * Periódicos digitales locales; La Verdad, La Opinión, 20 minutos, etc.
- * Público de resto de España
 - Prensa.- La Tribuna, El Pueblo (Albacete)
 - TV.- Localia (Castilla la Mancha), Castilla la Mancha TV, TeleMadrid (Madrid)
 - Bus capitales.- Madrid, Albacete, Ciudad Real.
 - Internet.-
 - * Portales inmobiliarios y buscadores
 - * Periódicos digitales.- La Tribuna, etc.

CON QUE





Asesoran:



Catálogo oficial de Inmopoli



INMOPOLI mur-08



Asesoran:



1.3 Acciones comerciales.- Para el público

* Sorteos.- Mediante el cumplimentado del formulario de estudio de demanda

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

* Varios

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

Sorteo lotes



Sorteo Coche



ACCIÓN COMERCIAL

Tickets Gratis Bus Turistic



Sorteo Cruceros



Facilidades para el EXPOSITOR



Facilidades para el VISITANTE



RESULTADOS: + VENTAS + CONTACTOS

12 CASTELLÓN

1 junio, 23 de mayo del 2008 | Periódico Mediterráneo

LA FERIA INMOBILIARIA SUPERA LAS 5.000 VISITAS DURANTE SU PRIMERA EDICIÓN EN LA CAPITAL DE LA PLANA Y VOLVERÁ EN OCTUBRE

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



Las firmas inmobiliarias recibían numerosas visitas a su stand.

Castellón y alrededores. Desde las 10 de la mañana los visitantes querían exhibirse y preguntar.

MÁS OFERTAS. Por su parte, Miguel Escobedo, director de ventas de Inmopoli, señalaba que "somos muy afortunadamente sorprendidos por que hemos cerrado la operación de venta". Para Rabalán la clave reside "en ofrecer alta calidad y unos buenos precios. Hemos hecho unas ofertas muy buenas como es la duración de 1.000 euros al mes durante un año, hacemos cargo de los gastos de explotación y de todas las gestiones, y 3.000 euros".

Asimismo, **Francisco de Paula**, indicaba que "cerca de 1000 más expectativas en los próximos días". En la misma línea se expresó **Carlos Sánchez de Ibarra**, quien indicó que "se consolidan más ventas en la zona de Sagunto". **Rafael Heras de Sogin** señaló que "hemos conseguido ventas y un buen comportamiento a su vez".

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

➔ **Rafael Soler**, director de Marketing 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 Marketing Global resalta que Inmopoli "es ingeniería inmobiliaria y simplifica los procesos de búsqueda y selección a la gente". La feria inmobiliaria ha contado con una asistencia de empresas inmobiliarias y volverá a Castellón en octubre.

YOLANDA TENA
Periodista

La feria inmobiliaria de primera residencia, Inmopoli 2008, y la vocacional, Inmover, que se ha celebrado durante los últimos tres días en Castellón, cerró su edición con un balance "muy positivo y superando todas las expectativas", según señaló María Costa, desde Markmedia Global, organización del evento. Así, la muestra se ha saldado con una cifra "satisfactoria", ya que "se han realizado con un centenar de ventas de primera y

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**

de Ibarra, de todas las inmobiliarias "hemos tenido un buen número de visitas a los stands de promoción". Y añadió que "en total hemos conseguido un buen número de ventas en viviendas de Castellón

Para más información, contactar con el departamento de Marketing de Proincasa al teléfono 902 220 320.

Levante de Castellón | Castellón | 23 de mayo de 2008

Castellón | 11.

ULTIMA JORNADA

Las inmobiliarias cierran un centenar de ventas en Inmopoli

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

Levante de Castellón. Desde la feria Inmopoli de Castellón 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 informó la organización en un comunicado, la feria ha cumplido las expectativas sus-

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

Las empresas participantes manifestaban haber superado sus expectativas y recibido las dudas habituales al consultar su efectividad, subrayaron.

"Una gran expectativa con respecto a las visitas y ventas de la feria, el número de exposiciones que supone conocer de primera mano el mercado y saber que algunas nuevas empresas se van a introducir que en esta feria ya está representado, que además se cierran ventas por la gran oferta de viviendas que ofrecemos, una cifra que nos llena de orgullo", comentó de Ibarra.

Por su parte, **Ángel Museros**, director de la empresa Proincasa, comentó que "ha sido una gran actividad que nos ha permitido conocer cómo hay que explicar



BUENA ACCIÓN. La feria recibió una importante afluencia de público en su última jornada.

«A la tercera ha sido la vencida»

La organización considera muy positivos los resultados de la feria en Castellón. «Problemas inmobiliarios en Valencia, luego en Alicante y ahora en Castellón 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 ferias con otras es que ofrece un espacio cómodo y útil donde el público puede discriminar fácilmente lo que le gusta y quiere.

"Una gran expectativa con respecto a las visitas y ventas de la feria, el número de exposiciones que supone conocer de primera mano el mercado y saber que algunas nuevas empresas se van a introducir que en esta feria ya está representado, que además se cierran ventas por la gran oferta de viviendas que ofrecemos, una cifra que nos llena de orgullo", comentó de Ibarra.

En este mismo sentido, **María del Prado**, del departamento de marketing de Markmedia Global, señaló que "han cerrado ventas de promoción que nos llenan de orgullo".