

INMOPOLI vic-08



INMOPOLI

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

I

Del viernes 9 al domingo 11 de Mayo de 2008
Ateneo Mercantil de Valencia – Salón Noble



INMOVAC

Feria inmobiliaria vacacional
Vivienda Nueva en Costa, Montaña y Nieve





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



*** 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;
 - Valencia, área metropolitana y provincia, y Castellón



- **INMOVAC** - Vivienda nueva vacacional de Costa, Montaña y Nieve.
- Tipología diversa (Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)
- Área geográfica:
 - Castellón: desde Vinaroz hasta Almenara
 - Valencia: desde Canet hasta Oliva
 - Alicante: desde Denia hasta la Vila Joiosa
 - Interior de las tres provincias de la Comunidad Valenciana, Teruel y otros



*** Público objetivo.-**

- El espectro social, económico, sexo y de edad será amplio
- Valencia, área metropolitana y provincia, y Castellón
- Áreas interesadas en producto vacacional, Madrid, Castilla la Mancha (Albacete, Ciudad Real, Cuenca) y Aragón (Teruel y Zaragoza)



Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS



Asesoran:



*** Lugar.-**

Ateneo Mercantil de Valencia – Salón Noble
Plaza del Ayuntamiento 18 – 46002 Valencia – España
www.ateneomercantilvalencia.org



*** Fecha de celebración.-**

Del viernes 9 de Mayo al domingo 11 de Mayo de 2008



*** Horario.-**

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

*** Entrada. - Gratuita**

*** Edición.- 2ª Edición**

*** Periodicidad.- Anual**

*** Asesoran.-**



Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS



*** Organización y gestión.-**



markmedia
global
marketing inmobiliario

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

Teléfono.- 902 220 320

Fax.- 963 423 725

Email.-

info@inmopoli.com

Web.- www.inmopoli.com

Asesoran:



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.

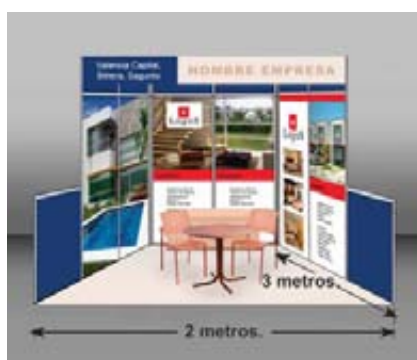
El espacio está ambientado y decorado para crear un entorno adecuado y con los pasillos oportunos para que los visitantes puedan transitar fácilmente.

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 m^2 , para crear espacios tipo **stand pre – montados**, con mesas y sillas, infografías, etc., con una superficie de 6, 12, 18, 24 m^2 , donde los promotores inmobiliarios, aproximadamente hasta 25, presentan su producto y realizan las ventas durante un fin de semana largo (de viernes a domingo).



ATENEO MERCANTIL DE VALENCIA Salón Noble

Leyenda

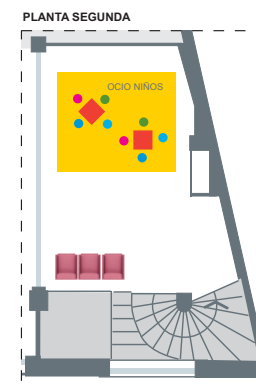
- + + Espacio 1 metro Diáfano
- Pared 1 metro
- Columna
- E Junto a nº - Indica Módulo Especial
- Módulo 6 m2

ESCALA 1:200

0 1 2 3 4 5 m

Nota

La Situación de los módulos es orientativa.
Sujeta a ligera variación por cuestiones de normativa
en evacuación o técnicas.



Asesoran:

Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS**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.

Habrà 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:

Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS

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.



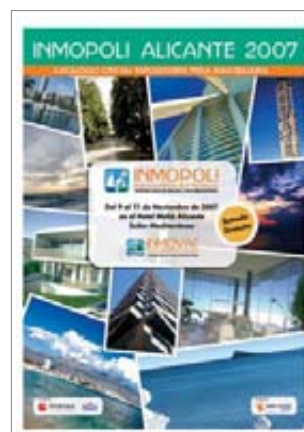
Habrà una web (**www.inmopoli.com**) del evento, donde las personas interesadas podrán ver cuales son las empresas participantes, sus productos, y preparar una agenda de visitas a los diferentes expositores.



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.





Asesoran:

Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS**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 Valencia capital, área metropolitana y provincia, y Castellón

Se harán asimismo iniciativas para difundir INMOPOLI e INMOVAC en Castilla la Mancha (Albacete, Ciudad Real y Cuenca) y Aragón (Teruel y Zaragoza)

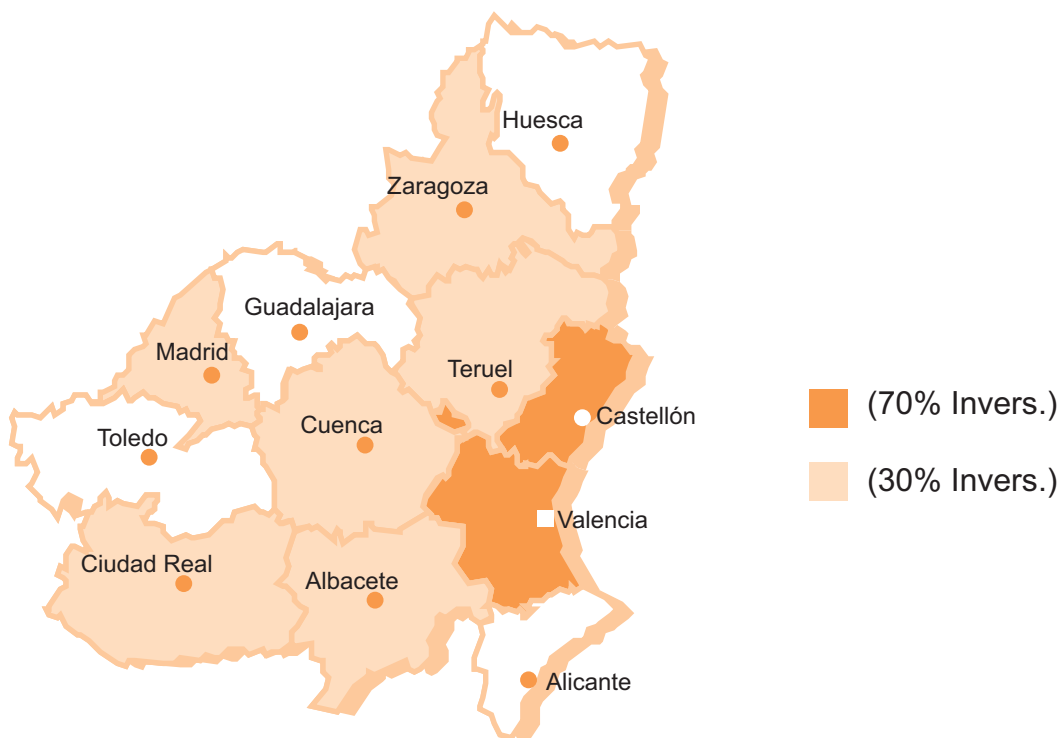
Plan de Marketing

CUANTO

► **Hasta 70% de Ingresos**

A QUIEN

► Residentes en Valencia, área metropolitana y provincia, y Castellón (70% Invers.)
Residentes en Madrid, Castilla la Mancha y Aragón (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.



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

* Público de Valencia capital, área metropolitana y provincia, y Castellón

- Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color

* Levante, Las Provincias, El Pais, El Mundo, ABC, 20 minutos, As

* Catálogo para encarte en periódicos

- Radio.- Cuñas 20 segundos; Cadena 40, Cadena Dial, Cope, M80, Kiss fm, Onda Cero, Radio Marca, Ser.

- TV.- Localia (Valencia, Castellón), Canal 9

- Bus EMT.- De 10 a 20 unidades

- Bus área metropolitana.

- Internet.-

* Portales inmobiliarios y buscadores

* Google, Idealista, Llavetex, aestrenar, etc

* Periódicos digitales locales; Levante, Las Provincias, El Mundo, 20 minutos

* Público de resto de España

- Prensa.- Faldones, Portadas, encartes. Todo a color

* Aragón (Diario de Teruel, Heraldo de Aragón y El Periódico de Aragón), Castellón (Mediterráneo) y Castilla la Mancha (La Tribuna y El Pueblo)

* Catálogo para encarte en periódicos

- Radio.- Cuñas 20 segundos; Ser, Cope, Onda Cero, (Aragón y Castilla la Mancha)

- TV.- Localia (Albacete, Ciudad Real, Cuenca), Castilla la Mancha TV

- Bus capitales

- Internet.-

* Portales inmobiliarios y buscadores

* Periódicos digitales: Heraldo de Aragón, El Periódico de Aragón, Mediterráneo y La Tribuna

CON QUE


INMOPOLI
 Feria inmobiliaria de 1ª Residencia
 Vivienda nueva de Valencia y Área Metropolitana


Asesoran:



CATÁLOGO OFICIAL DE INMOPOLI





Asesoran:

Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS**1.3 Acciones comerciales.-** Para el público

* Sorteos.- Mediante el cumplimentado de un formulario

- Vehículos KIA Picanto, Chevrolet, Hyundai
- 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**Sorteo Coche**ACCIÓN
COMERCIAL**Tickets Gratis Bus Turistic****Sorteo Cruceros**



Asesoran:



Proincasa
CONSULTORES INMOBILIARIOS



Facilidades para el EXPOSITOR



Facilidades para el VISITANTE



RESULTADOS: + VENTAS + CONTACTOS

12 CASTELLÓN

Lunes, 26 de enero del 2008 | el 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

YOLANDA TENA
yt@elperiodicomediterraneo.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. Así, la muestra se ha saldado con una cifra "satisfactoria", ya que "se han realizado casi un centenar de ventas de primera y



► Lubasa Inmobiliaria 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

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

ciudad y adosados en Benicàssim, 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 Reiala, indicaba que "cerraremos más operaciones en los próximos días". En la misma línea se mostró Carlos Álvarez, de Ibea, quien indicó que "se consolidarán más ventas en breve, al comparar". David Hervás, de Basgra, señaló que "hemos cerrado cuatro ventas y muchas comprarán en esta semana".

MÁS INFORMACIÓN Y SUBSCRIPCIÓN
En: www.elperiodicomediterraneo.com
+ Correo: 807 117 225 - 845 041 533

"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 visitar al cliente el rosario de desplazamientos que supone conocer la oferta inmobiliaria castellonense, recorriendo oficinas y obras, sin embargo nuestra sorpresa ha sido corroborar que en esta feria no sólo se informa sino que además se cierran ventas por lo que estamos firmemente satisfechos", manifestó Mónica Yebra, Directora Comercial de Rovira.

Por su parte, Angel Munuera, de la empresa Probas 2005, comentó que "la vivienda es una necesidad que no va a desaparecer, quedará ahora que explicar



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

«A la tercera ha sido la vencida»

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 cómo financiarlo y garantizarle al cliente que puede confiar en nosotros». También añadía que a diferencia de otras ferias, donde principalmente la gente se acerca a mirar e informarse, en esta 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 Reiala, señalaba que han cerrado ventas de promociones que tienen en Vista Verde y Desia, entre otras.

DAOS

25

Empresas participantes

Entre otras empresas han participado en la feria Augimar, Confal, Construcciones Doménech, Construcciones y Promociones Rovira, Edival, FIBEX, Focoasa, Hogar y Jardín, Lubasa Inmobiliaria, Grupo Basgra, Paine, Probas 2005, Promojacar, Reiala business y Vallehermoso.

5.000

Visitantes

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