

INMOPOLI

VIC-08



INMOPOLI
Feria inmobiliaria de 1^a 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



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.-



* 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.

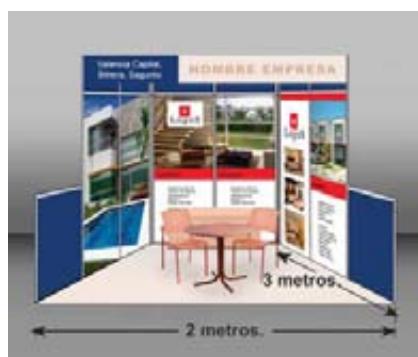
El espacio está ambientado y decorado para crear un entorno adecuado y con los pasillos oportunos para que los visitantes puedan transitar fácilmente.

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).





ATENEO MERCANTIL DE VALENCIA Salón Noble

Leyenda

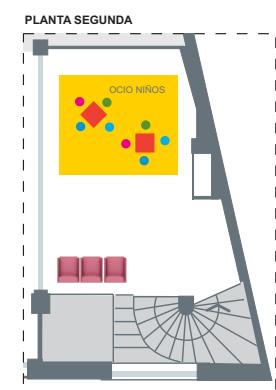
+	Espacio 1 metro Diáfano
—	Pared 1 metro
●	Columna
E	Junto a nº - Indica Módulo Especial
[]	Módulo 6 m ²

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.





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.





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.



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.



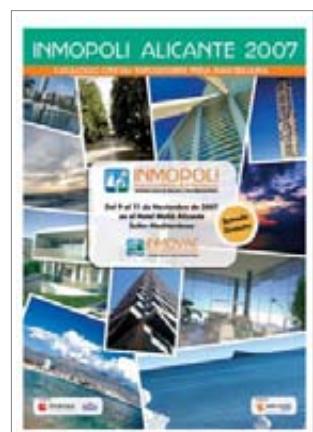
La web, se difundirá en la publicidad de radio, medios escritos, otros soportes, así como con una campaña en internet (portales inmobiliarios, google y otros buscadores).

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.

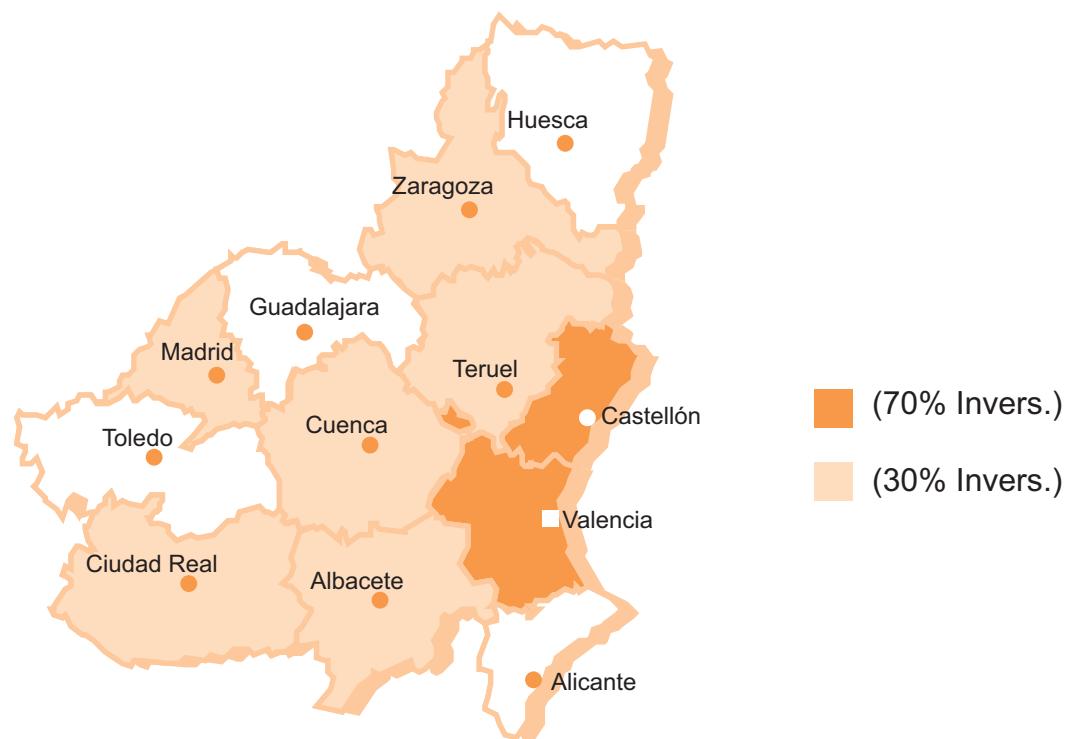
El esfuerzo fundamental se dirige para atraer público de Valencia capital, área metropolitana y provincia, y Castellón

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.

Asesoran:



INMOPOLI VLC-08

INMOPOLI VLC 2007

Inmopoli VLC 2007 ofrece más calidad, concentración y asesoramiento

MILES DE CASAS PARA ELEGIR

INMOPOLI pone a la venta hasta mañana 35.000 viviendas nuevas

MercaLevante

La casa de sus sueños la encontrará en Inmopoli Cst 2008

INMOPOLI VLC reunió a 5.500 visitantes y concretó 200 operaciones de compra



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 País, 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 INMOPOLIS



1.3 Acciones comerciales.- Para el público

* Sorteos.- Mediante el cumplimiento 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



Meliá Hoteles



ACCIÓN COMERCIAL

Tickets Gratis Bus Turistic



Sorteo Cruceros



Asesoran:



Facilidades para el EXPOSITOR



INMOPOLI VLC-08

Facilidades para el VISITANTE



