

INMOPOLI

VLC-08 Oct



3^a
edición



INMOPOLI

Feria inmobiliaria de 1^a Residencia
Vivienda Nueva de Valencia y Área Metropolitana

I Del viernes 31 de Octubre al domingo 2 de Noviembre 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 1^a 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 1^a Residencia (Libre y VPO)
- Tipología diversa
(Piso, Apartamento, adosado, unifamiliar, etc)
- Área geográfica;
- Valencia, área metropolitana y provincia, y Castellón


*** 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)

Asesoran:



* Lugar.-

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



* Fecha de celebración.-

Del viernes 31 de Octubre al domingo 2 de Noviembre de 2008



* Horario.-

Viernes, Sábado y Domingo de 10 a 20 horas.

* Entrada. - Gratuita

* 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

Asesoran:



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 video 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.

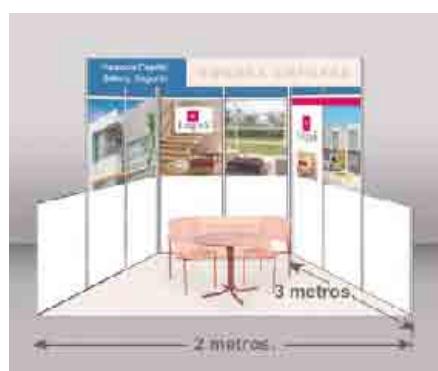
El espacio está ambientado y decorado, para crear un entorno adecuado. Se dispondrá de los pasillos oportunos para que los visitantes puedan transitar fácilmente.

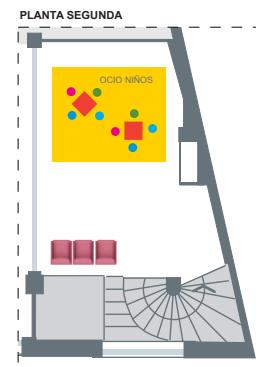
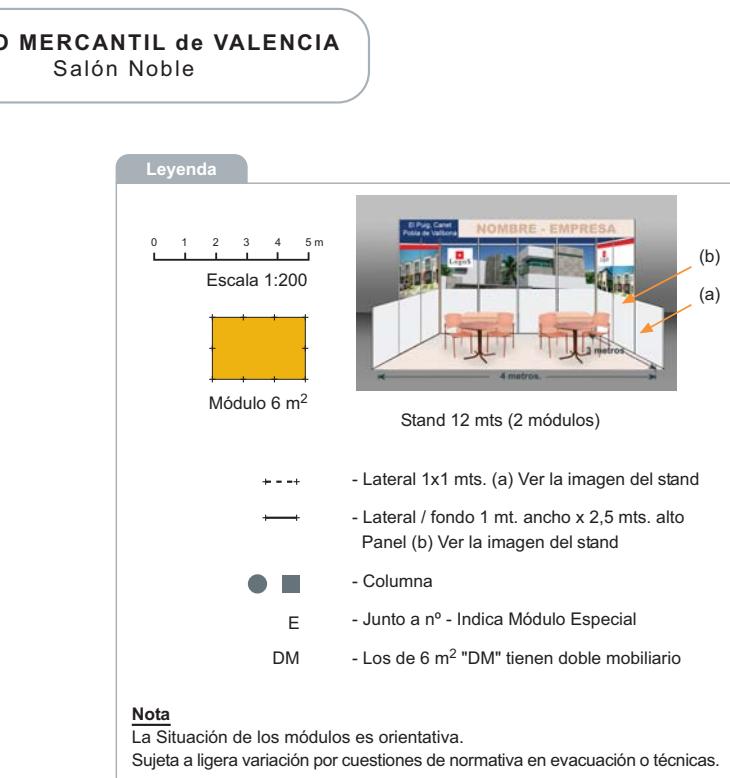
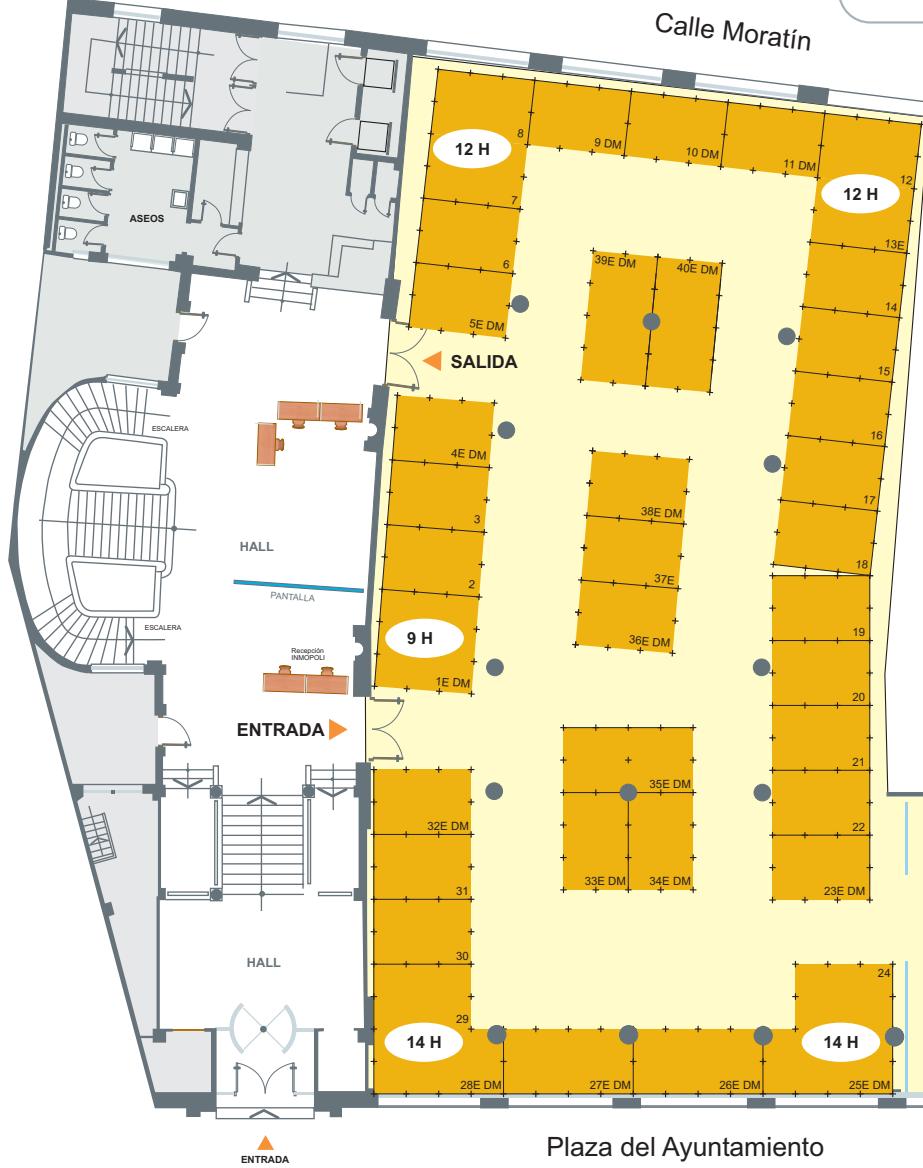
Habrá una **zona de maquetas**, para que los visitantes puedan ver más detalladamente las diferentes promociones y para que sirva de argumento visual para la venta. La zona de maquetas estaría dispersa por el salón y en la medida de lo posible lo más próximo a los stands, para poder cumplir más eficazmente 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).





Asesoran:



2º Los expositores

*Expositores en la edición anterior de **INMOPOLI VLC-08**



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.,

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:



4º La difusión del evento

En fechas previas desde un mes antes se realiza una intensa campaña de comunicación y publicidad en diferentes medios como, entre otros, **radio, prensa diaria, autobuses, internet, etc.**



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.



Hay una web (www.inmopoli.com) del evento con las empresas participantes y sus productos inmobiliarios. La web, se difundirá en la publicidad de radio, medios escritos y otros soportes.



Habrá un catálogo 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, constará de:

1º Información del evento, Expositores y Plano.

2º Ficha informativa de cada una de las promociones.





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.

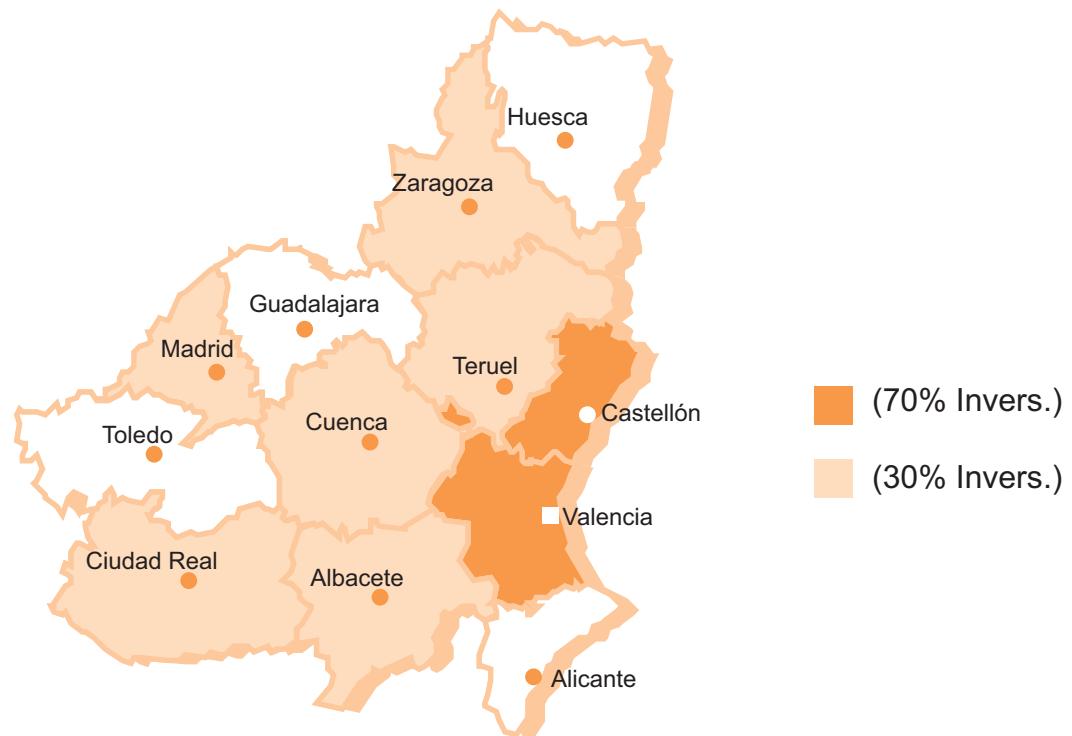
El esfuerzo fundamental se dirige para atraer público de Valencia capital, área metropolitana y provincia, y Castellón

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.



INMOPOLI VLC-08

A collage of various newspaper and magazine articles and advertisements. The top left features a photo of a crowded exhibition hall. The top right shows a couple looking at a model building. The center has a large headline about Inmopoli putting 35,000 new homes up for sale. Other snippets mention real estate fairs, property models, and market reports.



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, metro
 - * Catálogo para encarte en periódicos
- Radio.- Cuñas 20 segundos; Cadena 40, Cadena Dial, Cope, M80, Kiss fm, Onda Cero, Radio Marca, Ser, Punto Radio.
- TV.- Localia (Valencia, Castellón), Canal 9, Popular TV, LP TV
- 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



COMUNICACIÓN

PUBLICIDAD





Asesoran:



CATÁLOGO OFICIAL DE INMOPOLIS



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



Sorteo Coche



Meliá Hoteles



CHEVROLET

ACCIÓN
COMERCIAL

Tickets Gratis Bus Turistic



Sorteo Cruceros



Asesoran:



Facilidades para el EXPOSITOR



INMOPOLI VLC-08

Facilidades para el VISITANTE





RESULTADOS: + VENTAS + CONTACTOS

10 | COMMERCIAL

La feria Inmopoli logra vender 125 casas en su cita del fin de semana

Las inmobiliarias recibieron unas 3.500 visitas en las tres jornadas