## Результаты маркетингового исследования по итогам

## XII Воронежского промышленного форума-выставки

## *С целью улучшения качества работы команды ВЦ «ВЕТА» по итогам проведения ВПФ в 2019 году был проведен опрос участников выставочной экспозиции и посетителей мероприятия*

## *.*

## По итогам анализа результатов маркетингового исследования были подучены следующие результаты:

География респондентов была представлена: республика Беларусь, Воронеж, Москва, Новороссийск, Санкт-Петербург, Орёл, Великие Луки, Тула, Липецк Рязань, Белгород, Ростов-на-Дону, Новороссийск, Нижний Новгород, Курск, Нововоронеж, Лиски, Саратов, Архангельск.

В опросе приняли участие представители компаний, представляющих следующие направления: «IT-технологии», «производство и поставка промышленного оборудования», «машиностроение», «автоматизация и роботизация», «инжиниринг», «сельхозтехника»,«металлообработка», «финансовая/инвестиционная деятельность», «логистика», «склады» и прочее.

В ходе анализа средних показателей по частоте посещения мероприятия (вопрос «Сколько раз Вы/Ваша компания принимали (а) участие в Воронежском промышленном форуме-выставке») было выявлено, что большее количество респондентов (48 %) посещали форум-выставку более 3 раз, что характеризует их интерес к мероприятию. При этом 29 % - посетили мероприятие в первый раз, соответственно, 23 % респондентов были на мероприятии до 3 раз.

Рис. 1 *Распределение респондентов по частоте посещения*

По итогам аналитики результатов ответов на открытый вопрос «В каких профильных форумах-выставках ранее принимали участие?» было выявлено, что респонденты ранее посещали такие федеральные и региональные мероприятия как: «ТрансРоссия» MOSBUILD, «Металлообработка, «НЕФТЕГАЗ», «ПремияСтолля», «Практика-Days», «VORONEZHBUILD»,«Импортозамещение», «ECOM», «Продэкспо», «Росупак», форум-выставка «Госзаказ», «День Воронежского поля», «АгроПродовольственный форум», «HeliRussia» и т.п

Процентное распределение респондентов по итогам аналитики вопроса «Как вы оцениваете качество выставочной экспозиции по 5-бальной шкале?» следующее: 56 % респондентов оценивают форум-выставку максимально эффективно - на 5 баллов, при этом самые низкие балы («0» и «1») никто из респондентов не поставил. 15 % опрошенных оценивают мероприятие на 2 балла, 8% - на 4 бала.

Рис. 2 *Процентное соотношение по оценке качества выставочной экспозиции*

На вопрос «Как вы оцениваете качество деловой программы по 5-бальной шкале?» респонденты дали следующую оценку: 5 % оценили деловую программу на 1 балл, при этом бал «0» ни один из опрошенных не поставил; 9%, 12%, 15% респондентов оценили качество организации деловых мероприятий на 2, 3, 4 балла, соответственно. Стоит отметить что большее количество респондентов, а именно – 59 % оценили данный критерий на максимальный бал.

Рис. 3 *Процентное соотношение по оценке качества деловой программы форума*

Следующий вопрос был направлен на выявление оценки участниками профессионализма организаторов проекта.

На вопрос «Как вы оцениваете профессионализм организаторов по 5-бальной шкале?» 1 % и 48 % оценили на 0 и 5 баллов профессионализм, соответственно.

При этом 2 % респондентов поставили бал «1», 2 бала – 6 %, 15 и 28 % - по 3 и 4 бала соответственно.

Рис. 3 *Процентное соотношение по оценке качества профессионализма организаторов*

Следующие два вопроса были направлены на выявление **индекса лояльности** **NPS**, то есть определения приверженности потребителей к повторному участию в форуме-выставке.

А именно, «Насколько вероятно, что вы будете рекомендовать наш форум и нашу компанию другу, коллеге и партнеру?» и «Почему вы поставили форуму такую оценку?»

Мы получили следующее распределение

Рис. 4 *Процентное соотношение по баллам*

На следующий отрытый вопрос «Почему вы поставили форуму такую оценку?», детализирующий предыдущий, мы получили следующие обобщенные комментарии:

* Качественная организация мероприятия»
* Насыщенная деловая программа, актуальные темы и большая аудитория
* Высокий уровень профессионализма организаторов
* Возможность нетворкинга/наличие целевой аудитории
* Масштабная и разнообразная выставочная экспозиция
* Масштабное мероприятие

Стоить отметить, что также были комментарии, связанные с незначительными проблемами со звукоизоляцией в помещениях, где проводилась деловая программа и недостаточным отдельных тем спикерами. Данный фактор необходимо устранить при проведении последующих мероприятий.

Респондентам был задан вопрос«Что ожидали от форума?», который подразумевал 7 вариантов ответов. Каждый респондент мог выбрать несколько вариантов ответов, в зависимости от приоритетов. Итого мы получили следующее процентное распределение по ответам:

Рис. 5 *Процентное соотношение по оценке ожиданий респондентов*

На диаграмме видно, что большее количество респондентов (74 % ответов) в первую очередь рассматривают площадку форума-выставки как место для нетворкинга, что дает возможность при следующих мероприятиях более детально подойти к вопросу организации пространства для обмена контактами. Во вторую очередь (63 % ответов) респонденты оценивают форум-выставку как площадку для поддержания имиджа организации. При этом 52 % ответов респондентов свидетельствуют об интересах участников получить знания в интересующей области. Данный факт описывает интерес большого количества участников к деловой программе, соответственно, это то, на что необходимо делать акцент и усовершенствовать при последующих проектах. 19 %, 9 % и 4 % ответов респондентов распределены на категориям ожиданий «Анализ рынка промышленной отрасли, «Поиск инвесторов», «другое».

Далее респондентам был задан вопрос по детализации соответствия полученных результатов с ожиданиями респондентов. Мы выяснили, что: ответ «да» - дали 30 % респондентов, «скорее да, чем нет» - 44 %, «нет» - 8 %, «скорее нет, чем да» -11 %, «затрудняюсь ответить» - 7 %.

Рис. 6 *Процентное соотношение соответствия полученных результатов с ожиданиями*

По данным результатам мы выявили, что у большего количества респондентов ожидания соответствует полученным результатам.

Следующий вопрос был направлен на выявление сильных зон форума-выставки для их дальнейшего улучшения. Каждый респондент мог выбрать несколько наиболее актуальных для себя категорий. По итогам анализа ответов респондентов на вопрос «Что в Форуме-выставке вам понравилось больше всего?» мы получили следующие результаты: 65 % респондентов оценили отношение организаторов мероприятия, что характеризует профессионализм проектной команды, соответственно, это является сильной стороной, на которую необходимо делать акцент при последующих реализациях проектов. 48 % респондентов выделили для себя как наиболее интересную для себя категорию «интересные деловые площадки».

 Рис. 7 *Процентное соотношение по оценке ожиданий респондентов наиболее понравившихся категорий*

Следует провести взаимосвязь между ответами респондентов на данный вопрос и предыдущие вопросы:

«Как вы оцениваете качество выставочной экспозиции по 5-бальной шкале», при ответе на который на 5 баллов оценили данный показатель 56 % респондентов;

«Как вы оцениваете качество деловой программы по 5-бальной шкале?», при ответе на которых», при ответе на который на 5 баллов оценили данный показатель 59 % респондентов;

«Как вы оцениваете профессионализм организаторов по 5-бальной шкале?», при ответе на который на 5 баллов оценили данный показатель 48 % респондентов.

Респондентам было предложено также оценить по 10-бальной шкале узнаваемость бренд Воронежского промышленного форума-выставки?». По итогам аналитики мы получили следующие результаты:

На 10 баллов узнаваемость бренда форума оценило 21 % респондентов, на 9 баллов –15 %, на 8 балов – 18 %, на 7 баллов – 13, на 6 баллов – 4 %, на 5 баллов – 11 %, на 4 балла – 8 %, на 3 балла – 0 %, на 2 балла – 7 %, на 1 бал – 3 %, на 0– 0 %. Полученные результаты свидетельствуют об узнаваемости бренда региона, соответственно задача организаторов мероприятия – усиление бренда в ЦЧР , ЦФО, а также выход на федеральный рынок за счет повышения усиления позиции организуемых проектов и компании в целом.

Рис. 8 *Процентное соотношение по оценке узнаваемости бренда форума-выставки*

Итоговый вопрос опросника был направлен на выявление возможных путей решения проблемных зон. На вопрос «Что команда форума-выставки может сделать для улучшения форума?» мы получили рекомендации по смене площадки для проведения мероприятия. Данные комментарии обусловлены тем, что мероприятие ежегодно проводится в производственно - логистическом комплексе «Ангстрем», и, не смотря на организуемый трансфер, возникают проблемы с транспортом.

Несколько комментариев мы получили от респондентов по ужесточению тайминга выступлений спикеров и в целом каждой деловой площадки, что целесообразно и актуально для следующего проекта.

По итогам проведенного анализа мы также получи рекомендации по привлечению новых, более крупных промышленных предприятий в сфере строительства, пищевой промышленности, а также спикеров, не смотря на то, что на выставке было представлено 103 компании, а деловая программа состояла более чем из 40 площадок.