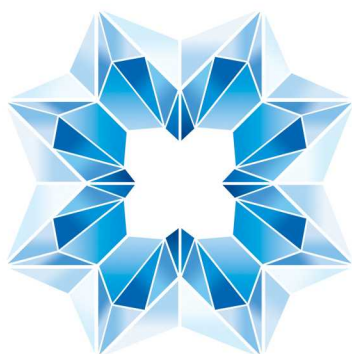


گزارش عملکرد

هفتمین نمایشگاه بین‌المللی
شیشه و تجهیزات وابسته

۸-۱۱ خرداد ماه ۱۴۰۳

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران



IRAN GLASS SHOW

Post show report

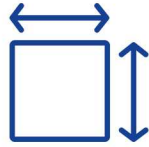
The 7th International Exhibition
of Glass, Machinery & Equipment
Tehran International Permanent Fairground

www.irglassshow.com



۳۸A - ۳۸B

سالن های تحت پوشش



۸۳۴۸/۵ مترمربع

مساحت تحت پوشش



+ ۵۰۰

بازدید کنندگان بین المللی



+ ۱۰۰۰

کل بازدید کنندگان



۵۰ شرکت

مشارکت کننده خارجی



۶۶ شرکت

مشارکت کننده داخلی



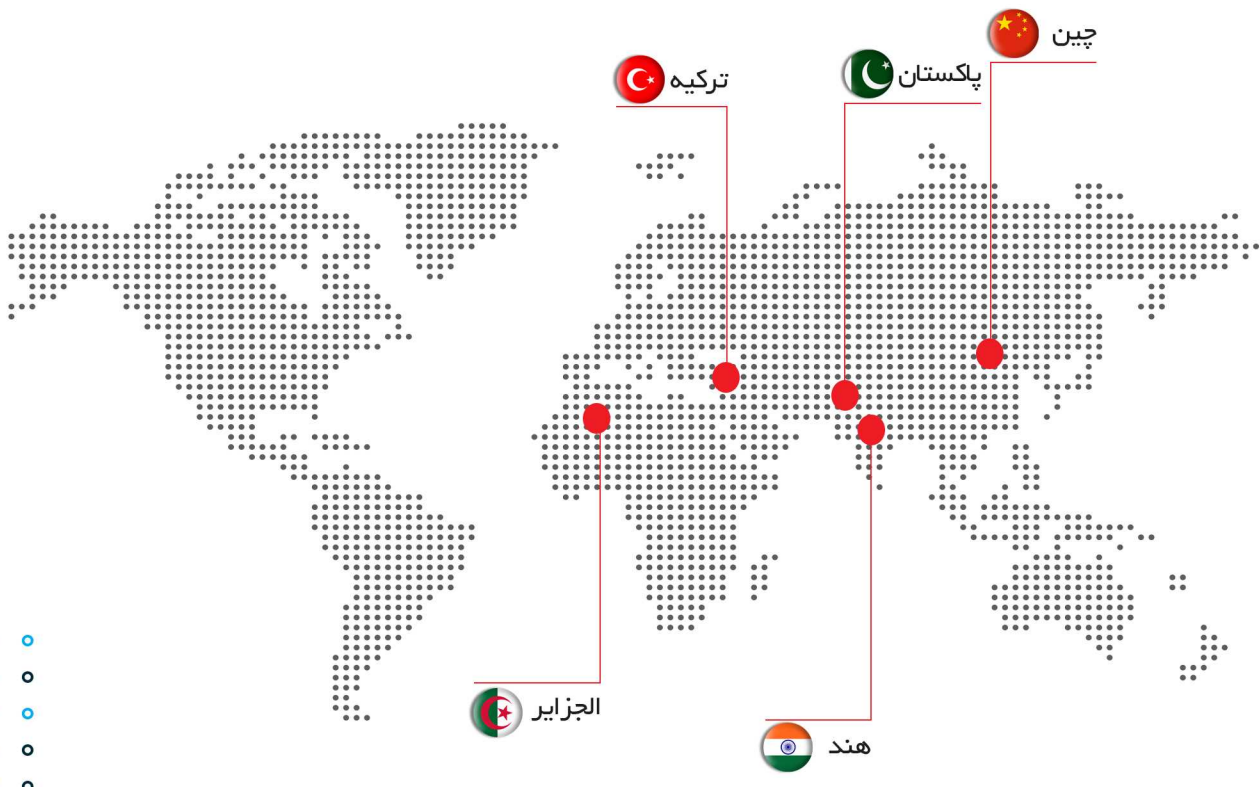
۳۸

هیئت های تجاری



+ ۱۵۰۰

نشست های تخصصی



مواد اولیه تولید شیشه

تکنولوژی ساخت شیشه

قطعات یدکی

نرم افزار تست و اندازه گیری

مشاوره و خدمات مهندسی

موسسات و سازمان های تجاری

ماشین آلات

تجهیزات

شیشه تخت

شیشه فرآوری شده

شیشه اتومبیل

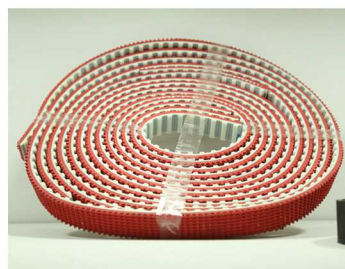
شیشه تخت فرآوری شده

شیشه ساختاری

طراحی و دکوراسیون

تکنولوژی LED

لامپ

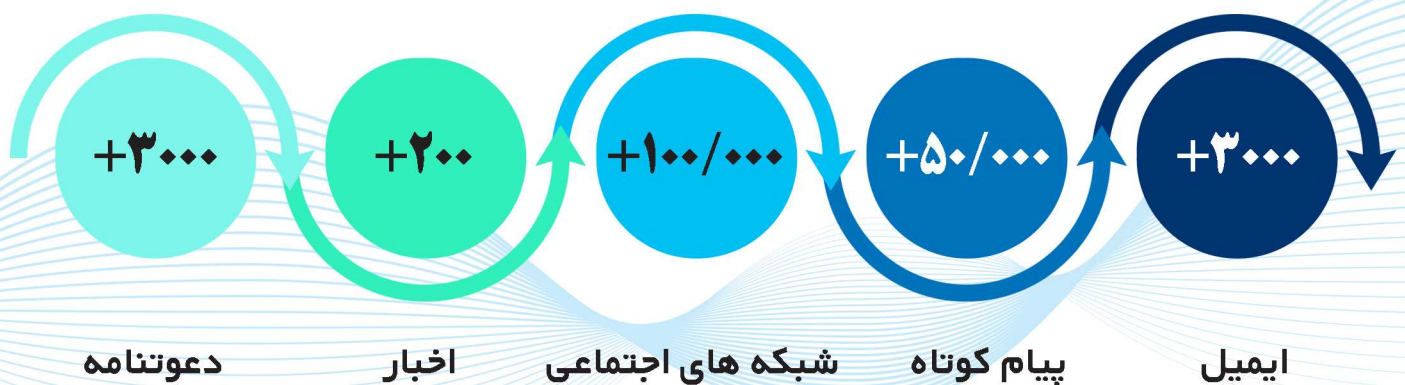


برگزاری کلاس های آموزشی تخصصی با همکاری انجمن سرامیک ایران و انجمن صنایع شیشه ایران

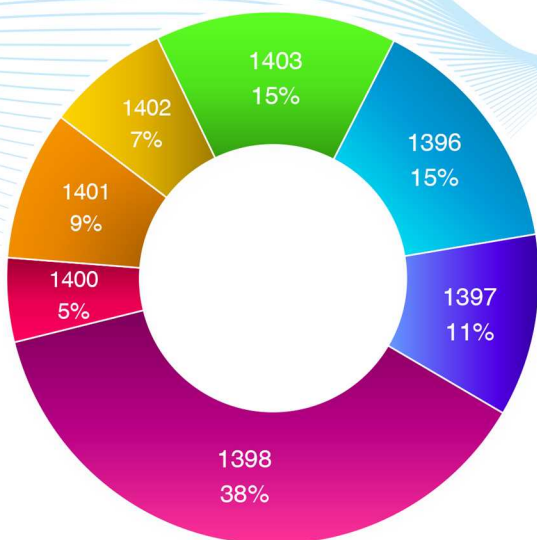
- ✔ تهیه و کاربرد صنعتی شیشه های متخلخل
- ✔ فرصت های سرمایه گذاری در زمینه انرژی های تجدید پذیر
- ✔ اصول رنگ سنجی و همانندی رنگ در شیشه
- ✔ مزایای توسعه نیروگاه های خورشیدی در صنعت شیشه ایران
- ✔ نگاهی بر پوشش های منعکس کننده امواج مادون قرمز



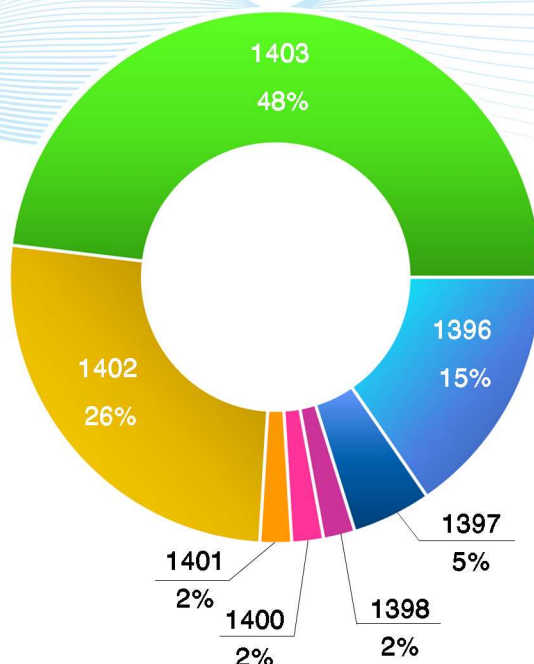
نحوه اطلاع رسانی نمایشگاه



◀ نمودار رشد تعداد مشارکت کنندگان داخلی



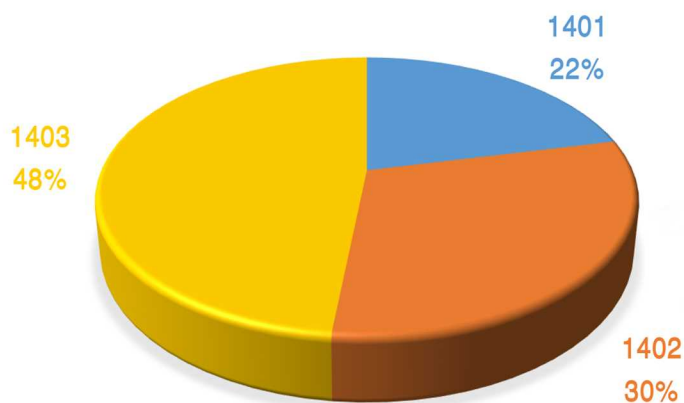
◀ نمودار رشد تعداد مشارکت کنندگان خارجی



◀ میزان رشد متراژ نمایشگاه



◀ نمودار تعداد غرفه ها



◀ نمودار بازدید کنندگان



دوره اول: شروعی موفق

اولین دوره نمایشگاه بین المللی شیشه تهران در سال ۱۳۹۶ برگزار شد. این نمایشگاه با حضور تعداد زیادی از شرکت های داخلی و خارجی (فرانسه، ایتالیا، آلمان و ترکیه) و استقبال گسترده متخصصان و علاقه مندان به صنعت شیشه، به یکی از موفق ترین رویدادهای سال تبدیل شد. بخش B2B این نمایشگاه، فرصت های بی نظیری را برای ایجاد ارتباطات تجاری و همکاری های جدید میان شرکت ها فراهم کرد.

تاثیر دعوت از خانم هورن مدیرکل یکی از بزرگترین نمایشگاه های بین المللی شیشه در جهان و مدیرعامل شرکت ویترون ایتالیا در بهبود روند برگزاری نمایشگاه بسیار قابل توجه بود. این اقدام نه تنها به افزایش هماهنگی و کارایی کمک کرد، بلکه باعث شد تا ایده ها و راهکارهای نوآورانه ای به فرایند اجرا اضافه شود. حضور این افراد، با تخصص و تجربه ای که به همراه داشتند، موجب شد تا نقاط ضعف به سرعت شناسایی و رفع شوند و در نتیجه، کیفیت برگزاری به طرز چشمگیری ارتقاء یافت.

افراد و شرکت های برجسته:

Ms. Birgit Horn – (مدیر کل نمایشگاه گلس تک آلمان)

دوره دوم: رشد و توسعه

دومین دوره این نمایشگاه با افزایش تعداد شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان، به یکی از رویدادهای مهم صنعت شیشه تبدیل شد. بخش B2B این دوره نیز با استقبال گسترده ای مواجه شد و منجر به انعقاد قراردادهای مهمی در زمینه تامین مواد اولیه و فناوری های جدید شد.

دوره سوم:

سومین دوره با معرفی فناوری های نوین در صنعت شیشه، مورد توجه ویژه قرار گرفت. بخش B2B این دوره، به تبادل فناوری های پیشرفته و ایجاد همکاری های تحقیق و توسعه ای بین شرکت ها کمک شایانی کرد.



❖ دوره چهارم: کرونا و نمایشگاه

دوره چهارم نمایشگاه بین‌المللی شیشه تهران به طور چشمگیری تحت تأثیر شیوع کرونا قرار گرفت. این همه‌گیری جهانی نه تنها زمان و نحوه برگزاری این رویداد را تغییر داد، بلکه صنعت نمایشگاه را به چالش کشید تا با شرایط جدید سازگار شود. کاهش تعداد بازدیدکنندگان، الزامات سخت‌گیرانه بهداشتی، و محدودیت‌های سفر تنها بخشی از موانعی بودند که برگزارکنندگان باید با آن‌ها دست و پنجه نرم می‌کردند. با این حال، این شرایط فرصتی برای نوآوری و پیدا کردن راه‌حل‌های دیجیتال جدید فراهم کرد تا همچنان ارتباط بین صنعتگران و مخاطبان حفظ شود. این تجربه نشان داد که حتی در سخت‌ترین شرایط هم می‌توان با خلاقیت و انعطاف‌پذیری به مسیر خود ادامه داد.

❖ دوره پنجم: تمرکز بر نوآوری

پنجمین دوره نمایشگاه، با تمرکز بر نوآوری‌های جدید در صنعت شیشه، مورد توجه خاص قرار گرفت. بخش B2B این دوره، به عنوان بستری برای معرفی نوآوری‌ها و محصولات جدید به بازارهای داخلی و خارجی عمل کرد.

❖ دوره ششم: حضور بین‌المللی پررنگ

در ششمین دوره نمایشگاه، شاهد حضور پررنگ‌تر شرکت‌های بین‌المللی از کشورهایمانند ترکیه، ایتالیا و چین بودیم. بخش B2B این دوره، به تبادل دانش و فناوری‌های جدید با شرکت‌های خارجی و ایجاد همکاری‌های بین‌المللی کمک شایانی کرد.

افراد و شرکت‌های برجسته: مدیر فروش نمایشگاه بین‌المللی شیشه تویاپ ترکیه

❖ دوره هفتم: پیشرفت پایدار

هفتمین دوره نمایشگاه بین‌المللی شیشه تهران، با تأکید بر پایداری و استفاده از فناوری‌های سبز، به یکی از موفق‌ترین دوره‌ها تبدیل شد. بخش B2B این دوره، فرصت‌های ویژه‌ای برای شرکت‌ها در جهت تبادل تجربیات و معرفی محصولات دوستدار محیط زیست فراهم کرد.

پس از موفقیت چشمگیر دوره ششم که بازار هدف نمایشگاه را به خوبی هدف قرار داد، در دوره هفتم شاهد افزایش قابل توجه تقاضا بودیم. درخواست‌های کشورهای چین، ترکیه و ایتالیا برای بیش از ۷۰۰ متر مربع فضای نمایشگاهی، نشان‌دهنده جلب توجه و علاقه بین‌المللی به این رویداد است. این رشد نشان‌دهنده تاثیرگذاری و جذابیت بالای نمایشگاه ما در سطح جهانی است.

حضور مشارکت کنندگان خارجی در نمایشگاه نشان از جذابیت و اهمیت این رویداد بین المللی در صنعت شیشه دارد. انواع روش های بازاریابی و تبلیغات مورد استفاده در بخش بین المللی:

☑ انواع روش های بازاریابی و تبلیغات مورد استفاده در بخش بین المللی:

– دعوت از عوامل نمایشگاه شیشه استانبول و شرکت نمایشگاهی تویپ در دوره ششم نمایشگاه جهت همکاری و شناخته شدن نمایشگاه شیشه تهران و حضور پاریون ایران در نمایشگاه شیشه استانبول

– تبلیغات آنلاین: استفاده از شبکه های اجتماعی جهت تبلیغات و اطلاع رسانی نمایشگاه شیشه تهران به بخش خارجی، که شامل تبلیغات در بنر، پست و آگهی های تبلیغاتی در شبکه های اجتماعی می باشد.

– تبلیغات در رسانه های دیجیتال: استفاده از وبسایت های مرتبط و نشریات دیجیتال برای تبلیغات و اطلاع رسانی و بازاریابی در بخش خارجی.

– نمایشگاه ها و رویدادهای مرتبط: شرکت در نمایشگاه ها و رویدادهای بین المللی مرتبط با صنعت شیشه به منظور افزایش شناخت و معرفی نمایشگاه شیشه تهران.

– انتشار اخبار و مقالات تخصصی: انتشار مقالات و اخبار تخصصی در رسانه ها، وبسایت ها و نشریات مختلف برای افزایش آگاهی و اطلاع رسانی به بازدیدکنندگان خارجی.

– استفاده از ابزارهای تبلیغات مستقیم: استفاده از ابزارهای تبلیغاتی مستقیم مانند ارسال ایمیل های تبلیغاتی.

این اقدامات بازاریابی و تبلیغاتی به منظور افزایش حضور و شناخت بخش بین المللی نمایشگاه شیشه تهران در بازار بین المللی انجام شده و به جذب بازدیدکنندگان خارجی کمک می کنند.

☑ غرفه B2B و برگزاری جلسات

جلسات B2B یکی از بخش های مهم نمایشگاه های بین المللی است. در این جلسات شرکت ها با نیازها و دستاوردهای یکدیگر آشنا می شوند و روی نقاط اشتراک همکاری با یکدیگر تمرکز دارند B2B ها در تمام نمایشگاه ها، پاریون ها و اعزام های تجاری، یکی از اهداف اصلی این نمایشگاه برای تسهیل روند صادرات شرکت ها بوده است.

در همین راستا شرکت آوای موفق ایرانیان همواره در نمایشگاه های بین المللی سعی در برگزاری جلسات B2B داشته است. این جلسات با برنامه ریزی قبلی، متناظریابی و تحقیق روی بازار هدف برای شرکت های ایرانی شخصی سازی می شود.

بسیاری از شرکت ها با شروع این جلسات و سپس پیگیری های مستمر قرارداد و تفاهم نامه با تجار دیگر کشورها امضا کرده اند. این گام نخست برای شروع صادرات و ورود به عرصه تجارت بین الملل است.

غرفه B2B بصورت متمرکز بر برقراری ارتباط های موثر میان بازدیدکنندگان خارجی و شرکت های ایرانی متمرکز است.









انجمن سرمایه‌های ایران



انجمن صنفی
صنعت شیشه



IRAN GLASS SHOW

www.irglassshow.com
www.amio.org.com
iranglassshow@gmail.com

آوای
موفق
ایرانیان
برگزار کننده نمایشگاه‌های بین‌المللی

 [irglassshow](https://www.instagram.com/irglassshow)
 +۹۸۹۱۰۵۵۴۹۴۶۳
 +۹۸ ۲۱۲۲۷۲۰۸۴۶