

Guide de marketing en technique agricole

Activités alternatives de marketing et de distribution

L'AGRITECHNICA en Allemagne a été annulée cette année. L'Agrama du 24 au 28 novembre 2022 devrait avoir lieu. Il est néanmoins utile de tenir compte des conseils marketing pour les années sans salon professionnel.

La société GMC est spécialisée dans le marketing, la publicité et les relations publiques sur le marché agricole européen. Son directeur Dirk Gieschen donne des conseils pour des activités de marketing et de vente alternatives.

Une approche ciblée sur des groupes spécifiques

Faites briller vos nouveautés sous les yeux de votre public cible. Mais qui est-il ? Pour ce faire, planifiez une stratégie médiatique ciblée, avec une combinaison judicieuse de médias en ligne et de presse papier.

Combinaison de médias

Présentez vos nouveautés de manière attrayante et informative sur votre propre site web. Celui-ci est le premier point de contact pour les personnes intéressées. Évitez une stratégie en ligne « trop étroite », car il ne suffit pas de faire de la publicité en ligne à bas prix ou de miser uniquement sur les réseaux sociaux.

Optimisation pour les moteurs de recherche

Assurez-vous que Google recense également vos nouveautés. Avez-vous réfléchi à la façon dont vos clients recherchent sur Google ? Quels sont les termes de recherche utilisés par les agriculteurs et les commerçants ? Avez-vous optimisé les textes de votre site pour cela ?

Relation avec les médias

Travaillez activement avec les médias, avec de bons textes qui mettent l'accent sur l'utilité des nouveautés. Les photos et les vidéos jouent ici un rôle crucial, car elles illustrent précisément ces arguments. Il est également décisif de disposer d'un distributeur qui touche directement toutes les rédactions importantes.

Soigner la marque

Regardez dans le miroir marketing : vérifiez le positionnement de votre marque, de votre site Internet et de vos supports marketing. Présentez-vous toujours de manière aussi professionnelle et marquante que vous le faites lors d'un salon. Les concurrents donnent tout. Vous devriez en faire autant.

Présence régionale

Profitez également de vos opportunités régionales, lors d'événements spécialisés, de journées sur le terrain et d'expositions régionales. Les agriculteurs seront là, et vous ? ■

Résumé Rob Neuhaus



<https://gmc-marketing.de/>

gmc
MARKETING

HOME | WIRTSCHAFT | PUBLIC RELATIONS | MEDIEN & EVENTS | KONTAKT | EN

Kompetenz in der Agrarbranche

Agentur für Marketing & PR im europäischen Agrarmarkt

Als Dienstleister für Marketing, PR und PR im europäischen Agrarmarkt übernehmen wir alle Ihre Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Ernährung und Agrarwirtschaft. Wir unterstützen Sie bei der Kommunikation und Präsentation Ihrer Produkte und Dienstleistungen. Auch in Europa, Amerika, Asien und Afrika. Wir sind Ihr Partner für alle Ihre Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit im europäischen Agrarmarkt.



Ratgeber Landtechnikmarketing

Alternative Marketing- und Vertriebsaktivitäten

Die AGRITECHNICA in Deutschland wurde dieses Jahr abgesagt. Die Agrama vom 24.–28. November 2022 findet voraussichtlich statt. Dennoch lohnt es sich, Marketing-Tipps für ein Jahr ohne Fachmesse zu beachten.

Die Firma GMC ist spezialisiert auf Marketing. Werbung und PR im europäischen Agrarmarkt. Ihr Geschäftsführer Dirk Gieschen gibt Tipps für alternative Marketing- und Vertriebsaktivitäten.

Zielgruppenorientierung

Rücken Sie Ihre Neuheiten jetzt mit voller Kraft ins Blickfeld Ihrer Zielgruppe. Wer gehört alles dazu? Planen Sie dafür eine zielgerichtete Mediastrategie mit einer klugen Mischung aus Print- und Onlinemedien.

Medienmix

Präsentieren Sie Ihre Neuheiten ansprechend und informativ auf Ihrer eigenen Website. Ihr Internetauftritt

ist die erste Anlaufstelle für Interessenten. Vermeiden Sie den «Online-Tunnelblick»: einfach nur billig online zu werben oder ausschliesslich auf Social Media zu setzen, reicht nicht aus.

Suchmaschinenoptimierung

Sorgen Sie dafür, dass Google Ihre Neuheiten auch findet. Haben Sie sich überlegt, wie Ihre Kunden bei Google suchen? Welche Suchbegriffe verwenden Landwirte und Händler verwenden? Haben Sie die Texte auf Ihrer Website dafür optimiert?

Medienarbeit

Betreiben Sie aktiv Medienarbeit. Mit guten Texten, die den Nutzen der Neuheiten in den Mittelpunkt stellen. Eine wichtige Rolle spielen hier auch Fotos und Videos, die genau diese Argumente auf den Punkt bringen. Entscheidend ist zudem ein Medienverteiler, der alle wichtigen Redaktionen direkt erreicht.

Markenpflege

Blicken Sie in den Marketing-Spiegel: Überprüfen Sie die Positionierung Ihrer Marke, Ihrer Website und Ihrer Marketing-Materialien: Präsentieren Sie sich jederzeit so professionell und eindrucksvoll, wie Sie es auf einer Messe auch tun. Mitbewerber geben Vollgas. Das sollten Sie auch tun.

Regionale Präsenz

Nutzen Sie auch regional Ihre Chancen – auf Fachveranstaltungen, Feldtagen und Regionalausstellungen. Die Landwirte werden dort sein, sind Sie es auch? ■

Zusammenfassung Rob Neuhaus