

OM TE JANKE

MARKETINGBLUNDERS

Delen, proppen, gooien maar!



#1

WAT DOE JE
HIER EIGENLIJK?

Zonder doel, geen schot.

HOE HET WEL MOET

- ♡ Een heldere strategie
met doelstellingen en doelgroep
- ♡ Een goed plan van wat je gaat doen
- ♡ Vertel je werknemers dit ook

WAAR PAST DE BEURS IN JE MARKETING- STRATEGIE?

Daarvoor moet je er wel 1 hebben

EEN MANIER OM DIT TE DOEN = STDC

*Per fase, andere middelen en vooral
een andere boodschap*

SEE

Bekendheid creëren, eerste contact

THINK

Overweging, klant erkent behoefte

DO

De aankoop vindt plaats

CARE

Behoud en vergroten klantwaarde

WAT WIL JE BEREIKEN?

- ♥ Je klanten spreken?
- ♥ Netwerk uitbreiden
- ♥ Nieuwe klanten werven
- ♥ Marktonderzoek doen: hoe denkt men over...
- ♥ Leads verzamelen
- ♥ Nieuw product/dienst onder de aandacht brengen
- ♥ Nieuwe werknemers werven
- ♥

#2

NIKS DOEN

Je moet gewoon op vakantie kunnen.



Geen voorbereiding, geen promotie
vooraf, geen klantenbinding, geen leads,
geen gesprekken, geen opvolging, geen
goede standroute, geen 'lokkertje', geen
goede mensen geregeld...

HOE HET WEL MOET

♡ En... actie!

♡ De promotie van een beurs, is niet alleen aan de beursorganisatie, vooral ook aan diegene die er staat

♡ Plannen & slimme keuzes maken

HOE HET WEL MOET

- ♡ Een duidelijke marketingcommunicatieplanning omtrent je beurs.
- ♡ Dit geldt ook voor andere events en marketingactiviteiten.
- ♡ Laat het perfect op elkaar aansluiten.

EEN VOORBEELD

Marketingcommunicatieplanning

[illegible][illegible]

HOE HET WEL MOET

De Agrarische Schouw is meer dan emmertjes en postertjes verzamelen. Het is inhoudelijk. Het is kwaliteit. Zet je de voorbereiding, de beurs zelf én de 'nasleep' goed in, dan kun je hier veel resultaat uit halen.



#3

LEKKER EILANDJES BOUWEN

Tijd voor een huwelijk tussen sales & marketing

HOE HET WEL MOET

- 💡 Zonder marketing geen sales, zonder sales geen marketing
 - 💡 Wat marketing werft, moet sales binnenhalen
 - 💡 Wat sales vertelt, moet aansluiten bij marketing
 - 💡 Afstemmen, afstemmen, afstemmen

EEN VOORBEELD

Sales levert lijst met ideale klanten aan

Marketing start campagne & levert leads (potentiële) klanten aan bij sales

Sales belt na / voert gesprekken en koppelt kwaliteit terug aan marketing

Marketing optimaliseert campagnes voor betere kwaliteit



#4

GAAAAAAPP...

Leuk. Ieder jaar hetzelfde., maar behoud je tradities (gehaktboltsie).

HOE HET WEL MOET

- ♡ Verras, verfris, kies een boodschap: wat moet men onthouden?
- ♡ Welke communicatiemiddelen / stands / uitingen onthoud je zelf?
 - ♡ Teveel communicatie = niet effectief. Wees creatief.
 - ♡ Verlies je boodschap niet uit het oog
- ♡ Niet: wat jíj wilt vertellen, maar: wat wil je bezoeker weten?

**WHAT'S IN
IT FOR ME?**



#5

OPRUIIMEN & NIET MEER NAAAR OMKIJKEN

Met een beurs.. begint het pas!

HOE HET WEL MOET

- ♡ Direct de volgende dag aan de slag
 - ♡ Toevoegen op LinkedIn
- ♡ E-mails sturen, offertes opstellen
- ♡ Marketingcampagnes realiseren
- ♡ Evalueren: wat heeft het opgeleverd?

WAT VOORBEELDEN

- ♡ Een exclusief follow-up event bij jouw bedrijf (leads of potentiële werknemers): testdag, kennisevent, meeloopdag
- ♡ E-mailautomationflow opzetten: een serie geautomatiseerde e-mails die je lauwe lead, warm maken
- ♡ LinkedIn campagne op de lijst met contacten + opvolgen met Leadinfo

OKE.

CONCLUSIE

ZORG DAT JE WEET WIE
EN WAT JE WILT
BEREIKEN

'LOK ZE' MET CREATIEVE
INVALSHOEK NAAR JE
BEURSSTAND

ONDERNEEM ACTIE
(OP ALLE FRONTEN)

**VOORBEREIDEN,
PLANNEN, OPVOLGEN**

OFTEWEL:
GEBRUIK JE
BOERENVERSTAND

VERDER PRATEN?

Laten we connecten op LinkedIn



MORGEN DIRECT AAN DE SLAG?

Download de presentaties & strategische modellen



Voorbereidingen **Agrarische Schouw**

