

Praxisgerechtes Marketing im Gartenbau

Erfolgreicher Einsatz bedarfsgerechter Marketinginstrumente

Inhalte

Marketing im Gartenbau

- Ziele, Bedeutung und Aufgaben des Marketings

Marktanalyseinstrumente und Marketingstrategien in der Praxis

- Unternehmens-, Umfeld- und Marktanalyse, insbesondere Konkurrenz- und Kundenbedürfnisanalyse
- SWOT-Analyse
- Bestimmung von Marktsegmenten und Zielgruppen
- Erkennen und Entwickeln von Alleinstellungsmerkmalen (USPs) zur Sicherung von Wettbewerbsvorteilen
- Entwicklung von Marketingstrategien

Der Marketing-Mix

- Produkt-, Leistungs- und Programmpolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Distributionspolitik
- Servicepolitik

Online-Marketing

- Homepage
- E-Mail-Marketing: Newsletter
- Suchmaschinenoptimierung und /-marketing

Ihr Nutzen

- Sie lernen die wesentlichen Instrumente des Marketings im Gartenbau kennen
- Sie erhalten intensive Einblicke in die Ausgestaltung des Marketings bei Landgard
- Sie gewinnen Anregungen Ihre Marketingaktivitäten bedarfsgerecht anzupassen
- Sie können eigene Vorgehensweisen und Ideen in der Gruppe reflektieren
- Sie erhalten einen Überblick der generischen Werbeaktivitäten

Termin und Uhrzeit

- 26.11.2026
- 09:00 – 17:00 Uhr
- Landgard Zentrale, Landfrauenraum, Veilingstraße A1, 47638 Straelen-Herongen

Referenten

- Henning Janßen
- Christoph Busch, Prof. Dr. Patrick Szillat