

Auf den Punkt gebracht – Agritechnica-Ausfall

Das Landtechnikjahr 2022 startet ohne Agritechnica – was ist jetzt im Marketing zu tun?

Dirk Gieschen von GMC Marketing gibt Tipps, wie Sie alternative Marketing- und Vertriebsaktivitäten entwickeln, um Ihre Ziele in einer Zeit ohne Weltleitmesse zu erreichen.



© *Andreas Dittmer*

Dirk Gieschen, GMC Marketing, ist Marketingspezialist für Landtechnik.

Die Pandemie beherrscht weiterhin das Messewesen weltweit – auch die Agritechnica 2022 ist abgesagt worden. Nun dauert es noch knapp zwei Jahre bis zur nächsten Agritechnica – was bedeutet das für die Landtechnikbranche? Gibt es Alternativen, um den Ausfall der Messe – insbesondere für den Vertrieb – zu kompensieren? Ja, die gibt es. Wer auf den richtigen Maßnahmen-Mix setzt und dabei aktiv und gezielt vorgeht, kann seine Marketing- und Vertriebsziele für 2022 trotzdem erreichen. Ich habe die wichtigsten zehn Tipps für Sie zusammengestellt.

Die direkten Auswirkungen des Agritechnica-Ausfalls liegen auf der Hand: Die Bühne für die internationale Neuheiten-Vorstellung fällt weg, das Schaufenster für die lange und intensiv vorbereitete Präsentation der neuen Produkte und des bestehenden Produktprogramms wird es nicht geben. Auch der direkte Kontakt zur deutschen und internationalen Fachpresse und die Plattform für den Ausbau des internationalen Vertriebsnetzes fallen aus. Hier gilt es nun, alternative Wege zu beschreiten und Maßnahmen zu entwickeln, um Ihren Vertrieb tatkräftig zu unterstützen und Ihre Unternehmensziele zu erreichen.

Die Saison im Blick: Starten Sie jetzt

Die Monate Januar, Februar und März sind die intensivsten Informationsmonate für die Landwirte. In dieser Phase haben sie Zeit, sich über neue Maschinen zu informieren. Wenn die Frühjahrssaison erst wieder losgeht, fehlt die Zeit dafür.

Was sollten Sie jetzt tun? Sorgen Sie dafür, dass Ihnen die Zeit nicht wegläuft: Nehmen Sie die Herausforderung an und legen Sie Ihre alternativen Marketingaktivitäten für den deutschen und den europäischen Agrarmarkt fest.

Ich gebe Ihnen zehn Tipps dafür mit auf den Weg:

Tipp Nr. 1: Rücken Sie Ihre Neuheiten jetzt mit voller Kraft ins Blickfeld Ihrer Zielgruppe. Planen Sie dafür eine zielgerichtete Media-Strategie mit einer klugen Mischung aus Print- und Onlinemedien.

Tipp Nr. 2: Nutzen Sie für Ihre Export-Ziele die optimal passenden Top-Medien im jeweiligen Land. Fokussieren Sie sich auf Ihre Zielgruppen: Der norddeutsche Landwirt informiert sich anders als der süddeutsche Landwirt oder die Agrargenossenschaft in Sachsen-Anhalt. Das Gleiche gilt für die Landwirtschaft in Frankreich, Benelux, Italien, Großbritannien oder Osteuropa.

Tipp Nr. 3: Vermeiden Sie den „Online-Tunnelblick“: einfach nur billig online zu werben oder ausschließlich auf Social Media zu setzen, reicht nicht aus. Setzen Sie auf eine wirkungsvolle Crossmedia-Kampagne mit Qualitätsmedien.

Tipp Nr. 4: Präsentieren Sie Ihre Neuheiten professionell auf Ihrer eigenen Website. Ihr Internetauftritt ist die erste Anlaufstelle für Interessenten. Haben Sie Ihre Produkte dort ansprechend und informativ vorgestellt? Nur dann werden Sie erfolgreich sein und neue Kunden gewinnen.

Tipp Nr. 5: Sorgen Sie dafür, dass Google Ihre Neuheiten auch findet. Haben Sie sich überlegt, wie Ihre Kunden bei Google suchen? Welche Suchworte Landwirte und Händler verwenden? Haben Sie die Texte auf Ihrer Website dafür optimiert? Hier haben viele Unternehmen aus der Landtechnikbranche noch reichlich Potenzial.

Tipp Nr. 6: Betreiben Sie jetzt aktiv Pressearbeit. Mit guten Presstexten, die Ihre Neuheiten optimal beschreiben und den Nutzen für Ihre Zielgruppe in den Mittelpunkt stellen. Eine wichtige Rolle spielen hier auch professionelle Fotos und Videos, die genau diese Nutzenargumente auf den Punkt bringen. Entscheidend ist zudem ein Presseverteiler, der alle wichtigen Redaktionen direkt erreicht.

Tipp Nr. 7: Vergessen Sie Ihre Händler nicht. Auch Ihren Partnern fehlt die Agritechnica als Turbolader für die Verkaufsaktivitäten, als Kontaktpunkt und Gesprächsansatz. Unterstützen Sie den Landmaschinenhandel mit Marketingmaterialien, regionalisierten Anzeigenkampagnen und gutem Videomaterial.

Tipp Nr. 8: Bauen Sie Ihr Vertriebsnetz im Ausland jetzt aus. Nutzen Sie internationale Handelsmedien, um neue Händler zu finden und zu binden. Gehen Sie in die Top-Medien des Ziellandes und nutzen Sie funktionierende Online-Angebote.

Tipp Nr. 9: Blicken Sie in den Marketing-Spiegel: Überprüfen Sie die Positionierung Ihrer Marke, Ihrer Website und

Ihrer Marketing-Materialien: Präsentieren Sie sich so professionell und eindrucksvoll, wie Sie es auf der Agritechnica getan hätten? Ihre Mitbewerber geben Vollgas. Das sollten Sie auch tun.

Tipp Nr. 10: Nutzen Sie 2022 auch regional Ihre Chance – auf Fachveranstaltungen, Feldtagen und Regionalausstellungen. Unterstützen Sie Ihre Händler bei Veranstaltungen vor Ort – sie sind Teil Ihrer Marke und Ihrer Außendarstellung. Die Landwirte werden dort sein, sind Sie es auch?

Mein Rat zum Schluss: Starten Sie jetzt. Investieren Sie die Zeit, die Sie durch den Ausfall der Agritechnica gewonnen haben, in die Überprüfung und Neuausrichtung Ihrer Marketing-Aktivitäten. Nutzen Sie die Chancen – gern helfen wir Ihnen dabei.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg im Landtechnikmarkt 2022.

Kontakt:

dirk.gieschen@gmc-marketing.de

Link zum Video: Zehn Tipps für das Landtechnik-Marketing 2022 - YouTube

<https://m.youtube.com/watch?v=2BIC8X28T2o&t=28s&pp=2AEckAIB>