



Messen & Digitalmarketing

Einordnung im Kontext im
Basiscurriculum MESSE



LERNZIEL

FUNKTIONEN UND SYNERGIEN IM KONTEXT VON MESSEN UND DIGITALMARKETING EINSCHÄTZEN.

In diesem Modul erfahren wir mehr über Digitalmarketing, wie sich Live-Marketing auf Messen unterscheidet und wie sich beide ergänzen.

LEGENDE



Übung



Merksatz



Vertiefung



Digitalmarketing

Unter Digitalmarketing verstehen wir in diesem Kontext Marketing-Massnahmen, die auf digitalen Kanälen stattfinden. Meist sind diese Kanäle zugleich individuell abrufbare Online-Kanäle (Ausnahmen z.B. Digital Signage oder Out-of-Home).



**Welche der
genannten Tools
kennen Sie?
Diskutieren Sie
mögliche
Nutzungsfälle.**

Gebräuchliche Digitale Tools und deren Nutzung

	B2B	B2C
Website	+++	+++
Blogs	++	+++
E-Mail	+++	++
Influencer (digital)	+	+++
Affiliate-Marketing	+	++
Business-Netzwerke	+++	
Branchenportale	+++	+
Themenportale	+	++
Newsletter	+++	+++
Social Media	++	+++
SEA (Suchmaschinenwerbung)	+	++
SEO (Suchmaschinenoptimierung)	+++	+++
Online-Shops	+	+++
Mobile Marketing	++	+++

+ = Nutzung; ++ = verbreitete Nutzung; +++ = intensive Nutzung (eigene Recherchen)



Diskutieren Sie die unterschiedlichen Wirkungen von Inhalten digital und live.

Verbreitete Inhalte und deren Eignung (Vgl. digital/live)

	digital		live	
	B2B	B2C	B2B	B2C
Displaymarketing (Anzeigen, Banner)	++	+++	+	+
Content	+++	++	+++	++
Storytelling	++	+++	+++	+++
Angebote/Aktionen	++	+++	+++	+++
Gewinnspiele	+	+++	++	+++
Analytics	+++	+++	++	++
allgemeine Informationen	++	++	++	++
spezifische Informationen	++	++	+++	+++
physische Präsenz			+++	+++
persönlicher Vortrag			+++	+++
Live-Programmpunkt			+++	+++
persönlicher Kundendienst	+	+	+++	+++
Sponsoring	+	+	+++	+++

+ = Eignung; ++ = gute Eignung; +++ = besondere Eignung; eigene Einschätzung zur Diskussionsgrundlage



Typische Ziele und deren Verfolgung (Vgl. digital/live)

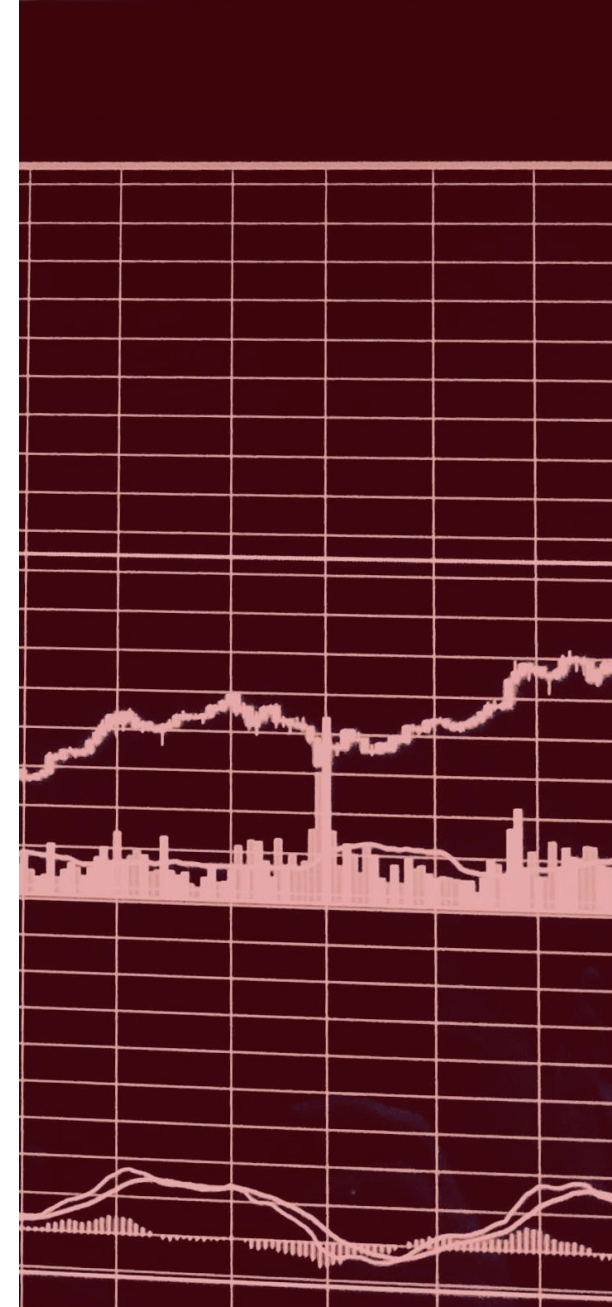
Typische Ziele und deren Verfolgung (Vgl. digital/live)

	digital		live	
	B2B	B2C	B2B	B2C
Brand Awareness	++	++	+++	+++
Leadgenerierung	++	++	+++	+++
Conversion	+	++	+	++
Kundenloyalität	+	+	+++	+++
Upselling	+	++	+++	+++
Involvement/Attribution	+	+	+++	+++
Seeding (virale Verbreitung)	++	+++	+	+
Marketing Automation	+++	+++	+	+
Dauerpräsenz	+++	+++		
Kontaktqualität	+	+	+++	+++
Reichweite	+++	+++	++	++

+ = Eignung; ++ = gute Eignung; +++ = besondere Eignung; eigene Einschätzung zur Diskussionsgrundlage

SWOT-Analyse

Um die Unterschiede,
Gemeinsamkeiten und vor allem
Synergiepotenziale von Digital-
und Live-Marketing besser
verstehen zu können, betrachten
wir nachfolgende jeweils ihre
Stärken, Schwächen, Chancen
und Risiken.



Stärken Digitalmarketing

keine räumlichen Grenzen

keine zeitlichen Grenzen

sehr individuelle Zielgruppenansprache (1:1) möglich

zielgruppendifferenziertes Pricing

zielgruppendifferenzierte Content-Auslieferung

hoher Automatisierungsgrad möglich

umfassende Generierung von Analysedaten

zahlreiche Ansätze für Messbarkeit

Netzwerk- und Schneeballeffekte

weitgehend unlimitierte Skalierung

Thema ist „en vogue“

Aufbau/Pflege distanzierter Communities

schnelle Reaktionszeit möglich

Formatvielfalt mit zahlreichen (beschränkt interaktiven) Elementen



Finden Sie weitere
Stärken?

Stärken Live-Marketing (1/3)

Fokussierung auf Ort und Zeit

persönliche Beratung durch Fachleute

zahlreiche Möglichkeiten für Sonderaktionen (interaktiv)

keine Überraschungen beim Pricing

umfangreiche ergänzende Serviceleistungen

lebendiges Branchen-/Regionalumfeld

multisensuales Erlebnis

Charakter des besonderen Live-Anlasses

Multi-Level-Zielsystem wird unterstützt

spontane Kundenansprache möglich

haptisches Begreifen/Erklären möglich

besondere Stimmung der Teilnehmenden

weiche Faktoren werden erlebbar

spürbarer medialer Impact im Umfeld



Finden Sie weitere
Stärken?

Stärken Live-Marketing (2/3)

umfassende Basiswerbung gezielte Einladung von Stammkunden (Multiplikatoreffekt!)

von Mitnahme-Effekten/Spontankäufen profitieren

Präsentation im Wettbewerbs-Kontext

individueller Input für Rahmenprogramm möglich

variable Gesprächstiefe möglich

umfassende Erfolgskontrolle möglich

spürbare „Legacy“ und geübtes Verhalten

Effizienz durch umfassende Präsenz von Marktteilnehmern

simple Warenlogistik

minimierter Reiseaufwand (bei Branchenmessen)

Incentive-Charakter für Mitarbeiter

intensives Teambuilding für Standpersonal

Aufbau/Stabilisierung lebendiger Communities



Finden Sie weitere
Stärken?

Stärken Live-Marketing (3/3)



Finden Sie weitere
Stärken?

konstruktiver Austausch mit Wettbewerbern

leichterer Aufbau von Communities

„körpersprachliches“ Feedback

Potenzial für ritualisierte Höhepunkte

Live-Event erzeugt einzigartigen Content


einzigartige Plattform für Befragungen mit direktem Rückkanal

chancenreich für Newcomer und neue Ideen

limitierte Verfügbarkeit („Weihnachtseffekt“)

Freiwilligkeit mit geschärfter Wahrnehmung d. Besucher (statt Werbung)

Best-Practices »Chancen Live-Marketing«



An dieser Stelle sollten die Referenten nach Möglichkeit Best-Practices aus ihrer eigenen, praktischen Erfahrung einfließen lassen, um damit die praktische Relevanz der Chancen zu untermauern.

Risiken Digitalmarketing

Digital-Detox-Bewegung

Furcht vor Datenlecks/Überwachung/Spionage

Nivellierung zu langweiligem Einheitsbrei

Omnipräsenz und Allverfügbarkeit stumpft Zielgruppen ab

technische Komplexität schreckt ab

plattformübergreifende Intransparenz

Abhängigkeit von Algorithmen

unkontrollierbare Masseneffekte (Shitstorms)

Plattform-Monopole



Finden Sie weitere
Risiken?

Risiken Live-Marketing

steigende Erwartungen

teils sinkende Aufenthaltsdauer

teils sinkende Reisebereitschaft/-erlaubnis

unreflektierte Marginalisierung durch „Digital Natives“

mangelnde Wahrnehmung innovativer Ansätze

Dominoeffekte durch Probeabwesenheit der Marktführer

Reduktion von Messen auf Verkaufsförderung

Nachhaltigkeitsanforderungen bei der Standgestaltung



Finden Sie weitere
Risiken?

Einordnung »Risiken Live-Marketing«



An dieser Stelle sollten die Referenten nach Möglichkeit aufzeigen, mit welchen Mitteln – aus ihrer praktischen Erfahrung – Risiken minimiert werden können.

FIGURE

OUT

OUT

Zusammenfassung

SWOT-Analyse

Die Profile von Live und Digital verhalten sich über weite Strecken komplementär. Digitalmarketing überzeugt v.a. durch seine hohe Automatisierbarkeit, seine Unabhängigkeit von Ort und Zeit und seine hohe Skalierbarkeit.

Live-Marketing hingegen überzeugt durch

- seinen einzigartigen Ereignischarakter,
- die persönliche, vertrauensbildende Ebene,
- die klare regionale/thematische Ansprache (mit nachhaltigem Community-Aufbau),
- und die multisensuale Komponente.

Schwächen zeigt das Digitalmarketing v.a. durch seine Anonymität, seine technische Komplexität und durch den fehlenden dinglich-haptischen Faktor – allesamt Felder, auf denen Live-Marketing stark ist.

Die Schwächen des Live-Marketing in der räumlich wie zeitlich unabhängigen Verfügbarkeit lassen sich hingegen hervorragend mit Hilfe digitaler Komponenten ergänzen.



Zusammenfassung

SWOT-Analyse

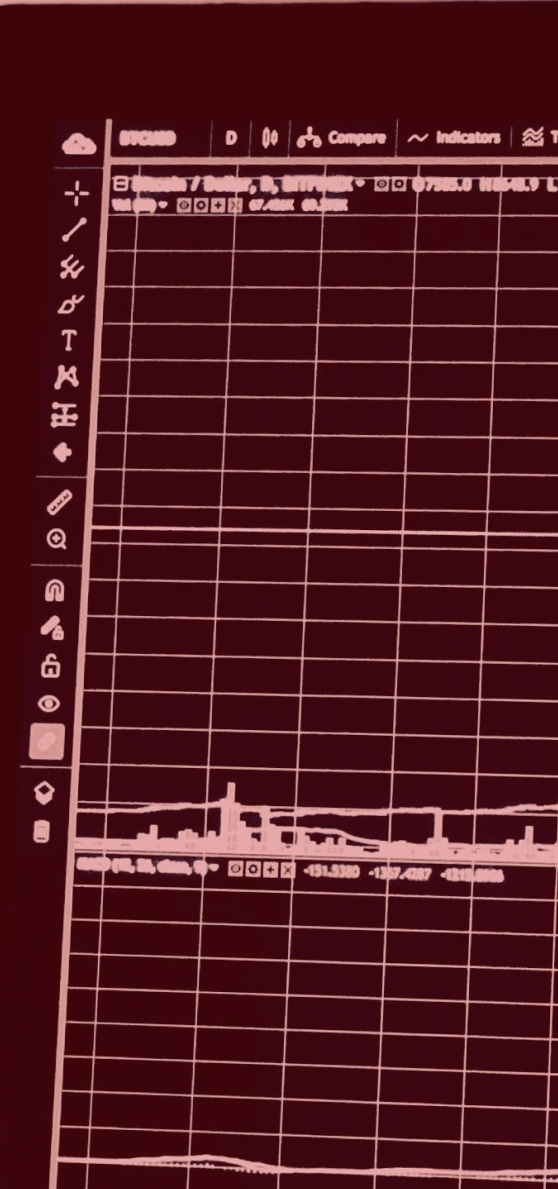
Auch bei den Chancen ergänzen sich Live und Digital hervorragend.

Die hohe Relevanz bei Digital-Natives kann durch die persönliche Beziehungsebene des Live-Marketing gefestigt werden.

Live-Anlässe wiederum können durch ihre Einzigartigkeit der digitalen Allverfügbarkeit den entscheidenden Relevanzvorteil verschaffen.

Bei den Risiken wiederum kann die persönliche Komponente des Live-Marketing eventuelle Vorbehalte und Detox-Bedürfnisse entscheidend abmildern.

Digitale Präsenz hingegen kann Live-Marken stetig im Bewusstsein des Marktes halten und so eine Art Relevanzanker bei den relevanten Stakeholdern darstellen.



Hybrides Beispiel Live/Digital: Digitale Treffpunkte

Auf Initiative der Messe Luzern haben die Landwirtschaftsmessen Suisse Tier (Luzern), Tier & Technik (St.Gallen) und Fruchtwelt Bodensee (Friedrichshafen, D) den digitalen Treffpunkt „Farming plus“ als komplementäre Ergänzung ihrer Fachmessen ins Leben gerufen.

Hybrides Beispiel Live/Digital: Digitale Treffpunkte

Grundsätzlich zielt so ein digitaler Treffpunkt darauf ab, das Leistungsversprechen eines Live-Anlasses im Vorfeld zu konkretisieren.

Den Besuchern wird klar, wer und welche Themen/Lösungen sie erwarten.

Im Nachgang können Eindrücke verifiziert, Kontakte vertieft und Erfahrungen eingeordnet werden.

Über Farming.plus

Farming.plus ist der digitale Treffpunkt für die Landwirtschaft

Auf Farming.plus präsentieren verschiedene Anbieter und Akteure aus dem Landwirtschaftsumfeld ihre Neuigkeiten und Inhalte 365 Tage im Jahr - vergleichbar wie sie diese auf Messen einige Tage im Jahr zeigen. Farming.plus erweitert Messen als persönliche Treffpunkte in die digitale Welt.

Farming.plus informiert Sie 365 Tage im Jahr über das, was Sie wirklich interessiert

Auf Farming.plus folgen Sie den Themen, die Sie interessieren und erhalten genau die Informationen, die wirklich relevant für Sie sind - auf der Webseite und in Ihren persönlichen News aus der Welt der Landwirtschaft per E-Mail.

Messen

Farming.plus ist die digitale Erweiterung der Suisse Tier, der Tier&Technik und der Fruchtwelt Bodensee.

Sie können Ihren Farming.plus-Account mit Ihren hinterlegten Interessen für die Messevorbereitung auf der Suisse Tier Webseite, der Tier&Technik Webseite und der Fruchtwelt Bodensee Webseite nutzen. So entdecken Sie auf den Messen, was für Sie wirklich relevant ist.



Auf Farming.plus werden aktuelle Themen in der Landwirtschaft in den Trendthemen aufgegriffen.



Tiergesundheit / Tierwohl

Entdecken Sie hier Lösungen und Anregungen zum Thema «Tiergesundheit / Tierwohl».

[Jetzt entdecken](#)

Genetik / Herdenmanagement

Entdecken Sie hier Lösungen und Anregungen zum Thema «Genetik / Herdenmanagement».

[Jetzt entdecken](#)

Automatisierung / Digitalisierung / Smart Farming

Entdecken Sie hier Lösungen und Anregungen zum Thema «Automatisierung / Digitalisierung / Smart Farming».

[Jetzt entdecken](#)

[Startseite](#) > [Videos](#)

Videos

Entdecken Sie spannende Videos aus der Landwirtschaft und von den wichtigsten Veranstaltungen.

Trendthema

Bitte wählen

Anwendungsbereich

Bitte wählen



Ammoniakreduktion um ein Vielfaches direkt am Kotband

Urs Inauen stellt seine Neuheit BURA an der Suisse Tier 19 vor. BURA trocknet Hühnerkot direkt auf dem Kotband und erreichte eine Ammoniak-Reduktion...



Ihr Partner für alle Wiegeanwendungen

Erfahren Sie von Aldo Grüter, dem Inhaber der Grüter Waagen GmbH, was sein Unternehmen auszeichnet und wieso es der ideale Partner für alle...



Einzigartige Kombination aus Beleuchtung und Ionisation

LED Freshlight verspricht Ställe nicht nur in perfektes Licht zu tauchen, sondern auch von schlechter Luft zu befreien. Erfahren Sie von Ivo Sigrist,...

Showcases

Entdecken Sie interessante Anwendungsbeispiele aus der Landwirtschaftsbranche.

Trendthema

Im Showcase gezeigtes Produkt

Anwendungsbereich

Im Showcase gezeigte Dienstleistung



MooCall Abkalbemelder: Der Lebensretter

MooCall ist ein innovativer Abkalbemelder, der am Kuhschwanz angebracht wird. Das Gerät schickt ca. 1 Stunde vor Abkalbebeginn eine SMS an deine...



1. Platz 2019: Smart Stall - Ferngesteuerter Futterschieber

Adrian Zumstein, Landwirt, und Joel Ming, Informatiker, aus Giswil OW haben einen Futterschieber entwickelt. Dieser lässt sich über die Smart-Home-App...



2. Platz 2019: Schöntal Ei Cleaner


Das Putzen der Eier seiner 18000 Legehennen ging Markus Zürcher zu wenig schnell. Darum erfand er den «Schöntal Ei Cleaner» – eine Eierrollputzbürste.

[Startseite](#) > [Fachwissen](#)


Fachwissen

Entdecken Sie hier Fachwissen für die Landwirtschaftsbranche.

Trendthema

Bitte wählen 

Anwendungsbereich

Bitte wählen 



Die Waage als Management-Tool für den Landwirt

Eine Waage ist für den unternehmerisch denkenden Landwirt ein Management-Tool, welches sich schnell bezahlt macht. Sei es, indem das optimale...



Eisen – kleines Element mit grosser Wirkung

Neugeborene Ferkel besitzen in der Leber nur sehr kleine Eisenreserven. Die Muttermilch der Schweine ist zudem so arm an Eisen, dass diese nur knapp...



Salz im Stoffwechsel: Lebenswichtige Funktionen

Natrium und Chlor beeinflussen die Wärmeregulation, die Steuerung des Wasserhaushaltes und viele Vorgänge rund um Geburt, Zyklus und Brunstgeschehen....

Entdecken Sie spannende Produkte-Highlights.

Produktname

Produktklasse



Block Bond Eco®: 2-Komponenten-Klauenklebstoff

Der zweikomponentige Polyurethanklebstoff Block Bond Eco® wurde speziell für die Klauenpflege und das sichere und schnelle Verkleben von Holzklötzen...

Veröffentlicht:
19.11.2019



SUISAG Mutterlinie - Schweizer Edelschwein



SUISAG Zuchtprogramm: Rassenüberblick

Die SUISAG hat in den letzten Jahrzehnten ein eigenständiges und einzigartiges Zuchtprogramm aufgebaut. Den Züchtern steht eine qualitativ gute...

Veröffentlicht:
18.11.2019



DelPro Companion: Besseres Herdenmanagement

DelPro ist eine Herdenmanagement App, um auf Ihrem Handy die Daten vom Herdenmanagementprogramm abrufen und eingeben zu können. Delpro Companion...

Veröffentlicht:
11.11.2019



Suchen nach Anbietern, Produktklassen- und Gruppen, Dienstleistungsklassen- und Gruppen

[Detaillierte Suchoptionen einblenden](#)



Agro Weber GmbH

Erfahrung - Kompetenz - Qualität, alles aus einer Hand

Goldau
Schweiz



Amrein Futtermühle AG

Hochwertiges Qualitätsfutter, abgestimmt auf die Bedürfnisse und Leistungen Ihrer Tiere.

Sempach Station
Schweiz



Anicom AG

Die Anicom AG ist ein national führendes Tiervermarktungsunternehmen im Dienste der Schweizerischen Landwirtschaft. Sie vermarktet...

Zollikofen
Schweiz

Entdecken Sie spannende Dienstleistungs-Highlights.

Dienstleistungsname

Dienstleistungsklasse

happyfarm



DIE TIERGESUNDHEIT LIEGT UNS AM HERZEN!

Tiergesundheit, Tierwohl und Antibiotikareduktion

Die Art und Weise der Nutztierhaltung wird für den Konsument immer wichtiger. HappyFarm® ist ein Produkteprogramm zur Förderung der Tiergesundheit...

Veröffentlicht:
19.11.2019



happypig



DAS TIERWOHL LIEGT UNS AM HERZEN!

Tiergesundheit, Tierwohl und Antibiotikareduktion

Die Art der Nutztierhaltung wird für den Konsument immer wichtiger. HappyPig® ist ein Produkteprogramm zur Förderung des Tierwohls in der...

Veröffentlicht:
19.11.2019

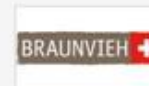


das Fundament für die Zukunft
www.gesundeklaeu.ch

Klauengesundheit: Das Fundament für die Zukunft

Lahmheiten und Klauenerkrankungen sind die dritthäufigste Abgangsursache beim Schweizer Milchvieh. Deshalb haben Tierhalter, Klauenpfleger und...

Veröffentlicht:
13.11.2019



Die Online-Marketing-Lösung um Neukunden in der Landwirtschaft zu akquirieren.



Möchten Sie Ihre Zielgruppe basierend auf deren Interessen erreichen?



Möchten Sie 365 Tage im Jahr neues Geschäft und neue Kunden gewinnen?

Dann ist Farming.plus Ihre Online-Marketing-Lösung

Wie funktioniert Farming.plus?

1.

Fachpersonen und Besucher von Fachmessen registrieren sich für Farming.plus und hinterlegen Ihre Interessen.



Trendthema

Bitte wählen

Anwendungsbereich

Bitte wählen

Vergangene Veranstaltungen auch anzeigen



Fruchtwelt Bodensee 2020

Nicht nur den Geschmack der Landwirte, sondern auch den der Obstbauern trifft die Fachmesse wie gewohnt mit einem Themenspektrum, das sich vom...

Fr, 14. Februar 2020 -
So, 16. Februar 2020
Friedrichshafen



Tier&Technik 2020

Die Tier&Technik ist bei vielen Landwirten schon lange im Voraus im Kalender eingetragen. Seien Sie mit dabei, wenn rund 480 Aussteller dem...

Do, 20. Februar 2020 -
So, 23. Februar 2020
St.Gallen

Der digitale Treffpunkt funktioniert so, dass sich Fachbesucher (und Fachleute) mit ihren spezifischen Interessen registrieren.

Die Aussteller publizieren mit Unterstützung der Treffpunktbetreiber Inhalte (Neuheiten, Showcases, Anwendungsbeispiele, bebilderte Fachartikel, Bewegtbild), sowie Einladungen zum Messeauftritt oder zu eigenen Veranstaltungen.

Interessierte Nutzer entdecken den Content auf dem digitalen Treffpunkt oder erhalten ihn in interessensteuerten Newslettern.

Reichweite „Farming Plus“



Mit dem Standard-Paket erzielen Aussteller auf Farming plus typischerweise folgende Reichweiten:

- _ 15.000 bis 30.000 Impressionen**
- _ 3.500 bis 7.000 Seitenansichten**
- _ 50 bis 100 Ansichten der Kontaktdetails**

Der Preis des Standard-Pakets liegt bei 1.908,00 CHF pro Jahr.



Besuchen Sie „Farming plus“ und surfen Sie durch den dort angebotenen Content. Diskutieren Sie in Gruppen, welche Ergänzung die Messen hier erfahren.

Komplementärer Hybrid-Ansatz

Das Beispiel „Farming plus“ zeigt, wie ein hybrider Ansatz aus Live- und Digitalmarketing die Stärken der verschiedenen Kanäle in komplementärer Weise bündelt und somit den Zusatznutzen für Aussteller wie Besucher elegant maximiert. Schwächen wie reduzierte Verfügbarkeit, Präsenz und Wahrnehmung werden wirkungsvoll und nachhaltig abgebaut.