

Opzet en aanpak van Marketing Workshops

Workshopserie 'Marketing b(I)oeit!'

Marketing is voor vele ondernemers nog nieuw en een drempel om mee te beginnen. De opzet van deze cursus is daarom praktisch en zal bestaan uit viermaal een workshop van 4 tot 5 uur, waarin in samenwerking met een docent marketing van de Hogeschool Utrecht, op eenvoudige en beeldende wijze uitleg gegeven wordt wat marketing is en kan betekenen voor het bedrijf. De combinatie van 'fun' (informeel, leuk) en 'function' (praktische informatie, voorbeelden, zelf aan de slag) staat centraal.

Opzet

Iedere workshop kent de volgende opzet:

1. Theoretische introductie over marketing met veel voorbeelden van binnen en buiten de sector,
2. Praktische stappen in het marketingproces: van marktverkenning tot aan conceptontwikkeling.
3. Gezamenlijke maaltijd
4. Zelf aan de slag met een praktijkopdracht: zelf een marktkans voor een product bepalen en marktwerking invullen.

In het kort:

- Periode: januari – maart 2012
- Locatie: Centrale locatie in de regio Arnhem-Nijmegen (bij Rabo of Gibo)
- Duur programma: Ongeveer 4 uur per workshop.

De workshops worden met een interval van ca. 3 weken gegeven vanaf medio januari. Exacte data in overleg met cursusleiders en deelnemers.

- Deelnemers: maximaal 20 per.

NB.: max. 2 personen per bedrijf. Deelnamekosten: € 150-200 eigen bijdrage per persoon.

Serie workshops

Door een gerichte serie met een beperkt aantal deelnemers ontstaat een soort clubgevoel wat vertrouwen, openheid en samenwerking bevordert. De praktijk leert dat tussen de deelnemers onderling ook samenwerking buiten de workshops om ontstaan.

De vier sessies hebben de volgende thema's:

1. De kracht van marketing!
 - Theorie: basis van marketing: definitie, uitleg, opzet, stappen.
 - Praktijk: Over het hoe en waarom van marketing, hoe het werkt, voorbeelden van binnen en buiten de sector en wat het voor het eigen bedrijf kan betekenen.
 - Case: In kleine groepjes met elkaar aan de slag aan een praktische case en vervolgens met elkaar discussie.
2. Over de rol van eigen bedrijf, product en dienst in de keten
 - Theorie: uitleg over de marktpartijen, ketenschakels, ketenregie, samenwerking, e.d.
 - Praktijk: praktische voorbeelden en uitleg over partijen en ontwikkelingen in agrarische sector/tuinbouw.
 - Case: In kleine groepjes met elkaar aan de slag aan een praktische case over de besproken onderwerpen en vervolgens met elkaar discussie.
3. Over de rol van eigen bedrijf, product en dienst in de keten
 - Theorie: Over segmentatie, merken, concepten en marktfactoren
 - Praktijk: Markt- en klantanalyse in de praktijk, natuurlijk met veel voorbeelden en discussie over de eigen markten.
 - Case: In kleine groepjes met elkaar aan de slag aan een praktische case over de besproken onderwerpen en vervolgens met elkaar discussie.
4. Over de rol van eigen bedrijf, product en dienst in de keten
 - Theorie: Vervolg segmentatie, de marketing P's, SWOT en aanpak
 - Praktijk: Markt- en productcombinaties in de praktijk en hoe zelf een marketingstrategie op te zetten.
 - Case: In kleine groepjes met elkaar aan de slag aan een praktische case over de besproken onderwerpen en vervolgens met elkaar discussie.

Tijdens iedere bijeenkomst is volop ruimte om met eigen ideeën en vragen te komen en met elkaar volop in discussie te gaan over de eigen markt en aanpak.

