

Von der Werbung bis zum Auftrag. Der (manchmal lange) Weg zur Innenraumbegrünung





hydroplant®
Grün belebt.



1972

Gründung Hydroplant in Dübendorf (Samen Küdell), Gärtnerei mit Gewächshäusern auf ca. 300m². Personalbestand: 3 Mitarbeitende.

**1977
BIS
1979**

Kauf der bestehenden Gärtnerei in Gossau. Ausdehnung der Eigenproduktion, Belieferung von Gartencentern, Gärtnereien und Floristen. Personalbestand: 8 Mitarbeitende; Fläche: ca. 8000m². Zwei Jahre später wird eine Lagerhalle mit 400m² für Geräte und Zubehör gebaut.

121
GESCHICHTE



1975

Eröffnung Fachgeschäft mit Hydro am Rennweg in Zürich.



Erweiterung der Gewächshausfläche um ca. 300m². Personalbestand: 25 Mitarbeitende. **1982**

**1987
1988**

Umzug der Serviceabteilung nach Volketwil. Vergrosserung der Produktions- und Verkaufshalle sowie der Treibhäuser um ca. 1500m² auf insgesamt 4000m². Lagerhalle auf 900m². Personalbestand: 46 Mitarbeitende.



2007

Übergabe der Geschäftsleitung an Moritz Küdell.

123
GESCHICHTE



2010

Umzug des Hauptzities nach Zürich Derikon (Werk 11).

2017

**45
YEARS**

2017 feiert Hydroplant das 45-Jahr-Jubiläum.

2019

Vision

Produkte

Kommunikation

Verkaufsstrategie

Kunden



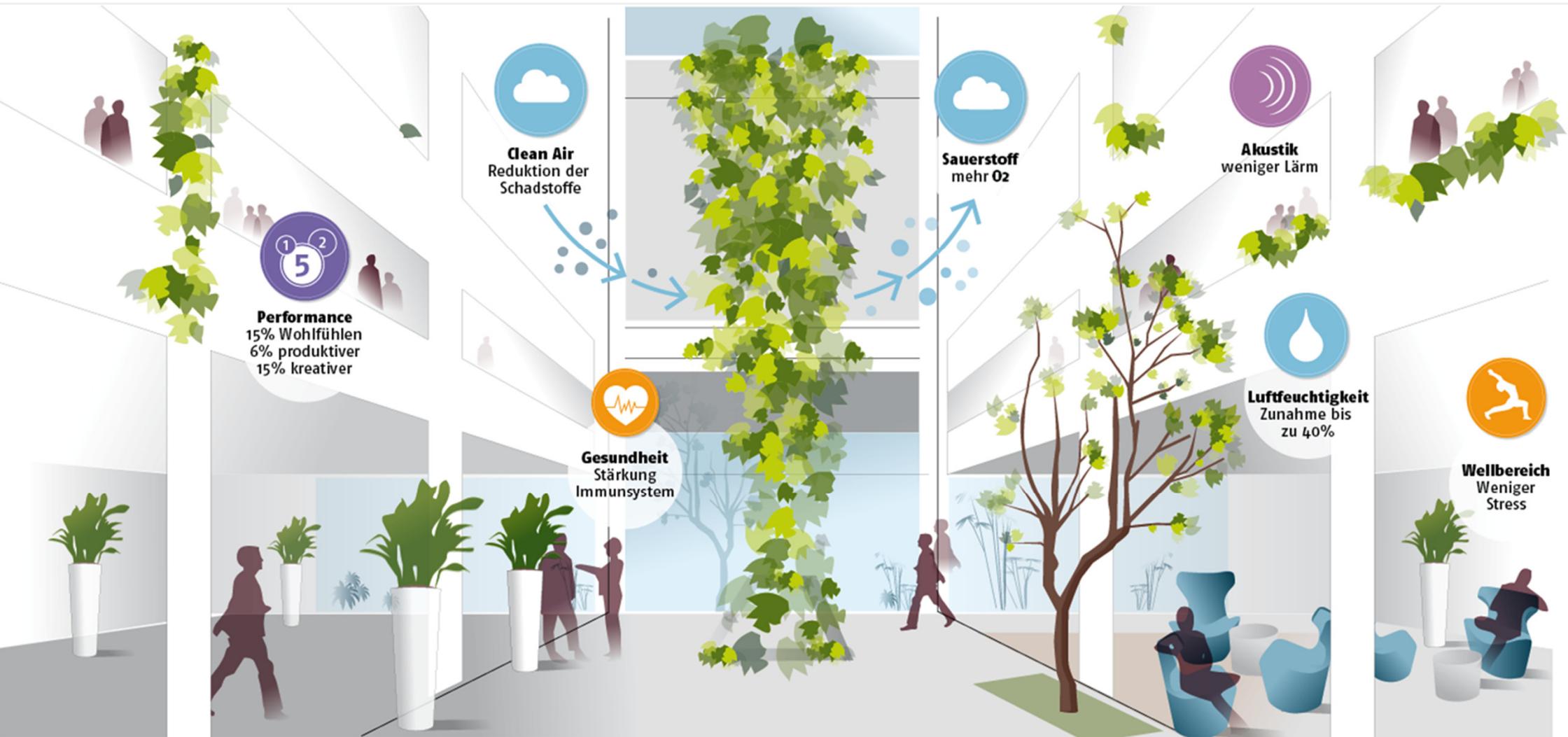
Vision/ Leitbild

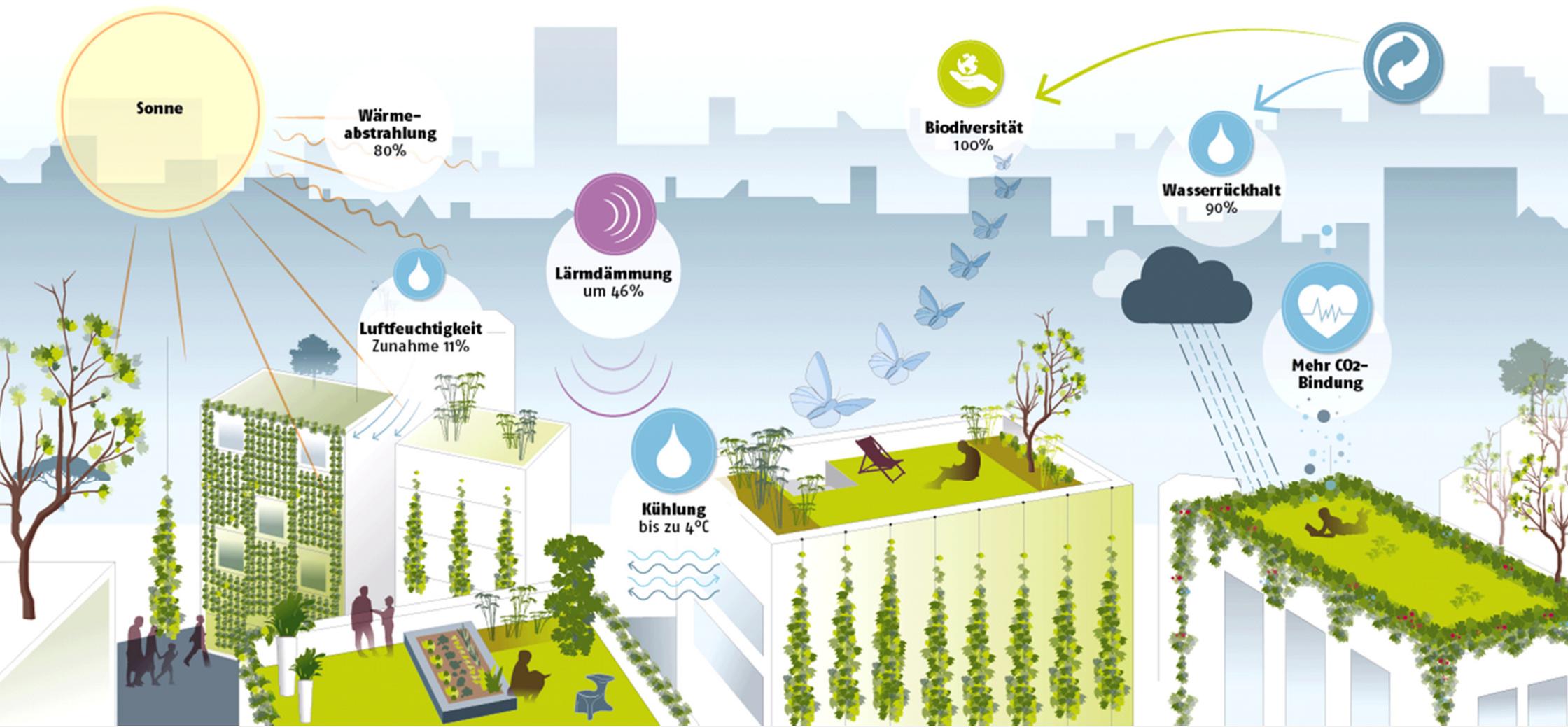
- Wunschzielbild in der Zukunft 5-10 Jahre
- USP – was zeichnet uns aus
- Wie kann ich mich Abgrenzen zum Mitbewerber
- Werte definieren

Mission/ Thema

- Was möchte ich vermitteln ?
- Von was können meine Kunden profitieren?

Grün belebt





Kommunikation

- passende Agentur suchen
- Logo
- Briefpapier, Visitenkarten, etc.
- Firmenbroschüre



Inserate



hydroplant[®]



REFERENZEN MANUFAKTUR DIENSTLEISTUNGEN UNTERNEHMEN AKTUELLES KONTAKT

Website responsiv



ENTWICKLUNG EINER DIGITAL MARKETING STRATEGIE

IN 5 SCHRITTEN ZUM ZIEL

1.



2.



3.



4.



5.



STATUS:

WORKSHOP 13.09.2019

ZIELGRUPPEN 1/3

POTENZIELLE HYDROPLANT KUNDEN UND DEREN BEDÜRFNISSE

BRANCHE	BEDÜRFNISSE & BEWEGGRÜNDE	Innenbegrünung	Aussenbegrünung	Grüninstallationen	Verticals Big	Verticals	HP1 - HP3	Pflanzenmiete	Pflanzenservice
Gesundheitswesen <ul style="list-style-type: none"> • Kliniken & Spitäler • Altersheime • Apotheken 	<ul style="list-style-type: none"> • Wohlfühlatmosphäre • Gesundes Raumklima • Outsourcing, planbare Service- und Unterhaltskosten 	1			2				3
Bauwesen (Gebäude & Umschwung) <ul style="list-style-type: none"> • Architekten, Landschaftsarchitekten • Bauplaner • Baugenossenschaften 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Designanspruch • Einzigartigkeit / Differenzierung • Nachhaltigkeit, Architektur im Einklang mit der Natur 		2	1	3				
Bauwesen (In-House & Einrichtung) <ul style="list-style-type: none"> • Retailarchitekten (Stores, Shops etc.) • Innenarchitekten (inkl. Hotel & Gastro) • Einrichtungsplaner, Interior Designer (Büro) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Designanspruch • Einzigartigkeit / Differenzierung 	1			2				

POTENZIELLE KUNDEN AUF KOSTENEFFIZIENTE WEISE ERREICHEN



BRAND

- **GROSSES POTENZIAL**

Interessenten haben bereits einen spezifischen Bedarf und suchen auf Google nach einem passenden Produkt bzw. Service



PRODUCT

- **HOHE EFFIZIENZ**

Die Performance der Kampagnen kann ständig kontrolliert und optimiert werden. Dadurch wird das investierte Geld bestmöglich eingesetzt. Bezahlung nur bei Klick



SERVICE

- **THEMEN**

Gezielte Bewerbung der Produkte und Dienstleistungen sowie des Unternehmens

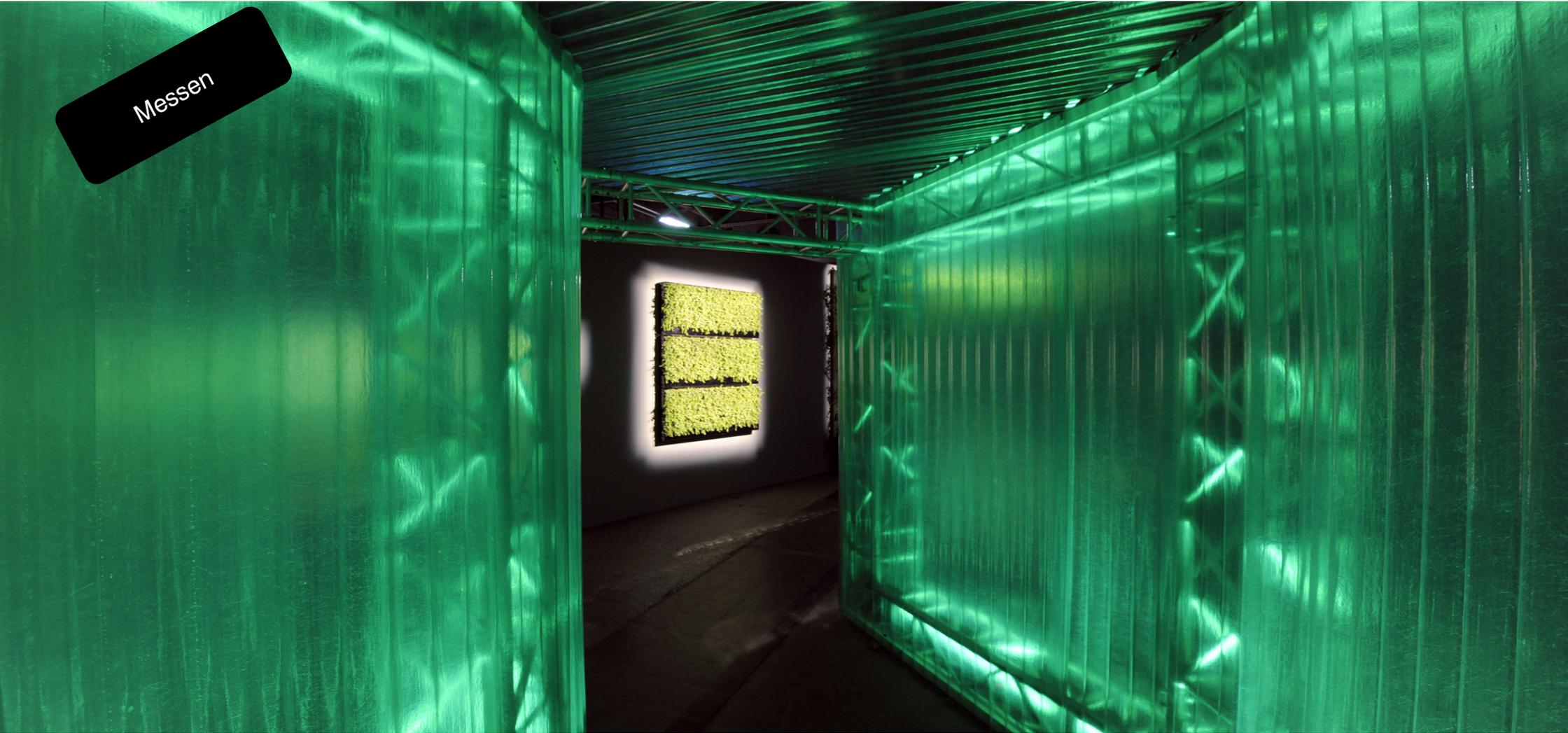
- **ZIELGRUPPE**

Alle Suchanfragen zu relevanten Keywords

- **KAMPAGNEN-ZIELE**

Visibilität erhöhen und Conversions (Sales, Downloads, Leads, ...) generieren

Messen





Produktesortiment

- Entwickle ich eigene Produkte?
- Was ist mir wichtig in Bezug auf mein Produktesortiment ?
 - Nachhaltigkeit
 - Design
 - Funktionalität
 - Qualität/ Preis
 - Verfügbarkeit
- Welche Lieferanten passen zu mir?





Verkaufsstrategie

- Welche Kunden möchte ich angehen?
 - Branche
 - Region
 - Direkt über Inhaber, Einkauf , Sekretariat etc.
 - Indirekt über Planer, Architekten, etc.
- Mit welchen Produkten/ Dienstleistungen gehe ich welche Kunden an?
- Mit welchen Tools gehe ich welche Kunden an
 - LinkedIn (Geburtstag)
 - Adressen einkaufen
 - Bauausschreibungen

Angebot / Offerte

- Wie möchte ich meine Offerte gestalten?
 - Einfache Darstellung
 - Aufwändige Darstellung in Power Point, InDesign oder Publisher
 - Direkt aus ERP System oder Webshop
 - Bildqualität muss stimmen
- **Wichtig: Gestaltung und Planung sind Dienstleistungen und können verrechnet werden.**
- Ressourcen
 - Angebote nur erstellen wenn genügend Informationen vorhanden sind und die Aussicht auf Erfolg besteht.
 - Filter einbauen – Verrechnung Planung, Budget erfragen,

DOLDER
WALDHAUS 

