

INNOVATIEVE IDEEËN VOOR HET PLATTELAND



WAS VERNIEUWEND



NU HIP



TOEKOMST

?

MARGA TE VELDE



**Adviseur marketing en communicatie bij
communicatieadviesbureau Imagro**

Gedetacheerd bij Taskforce Multifunctionele Landbouw

PROGRAMMA

- **Uitkomsten omgevingsverkenning door jongeren**
- **Trends**
- **Concepten voor plattelandsrecreatie**
- **Stappenplan**
- **Opdracht**
- **Aanbod**

HOE KIJKEN JONGEREN AAN TEGEN RECREATIE OP PLATTELAND?

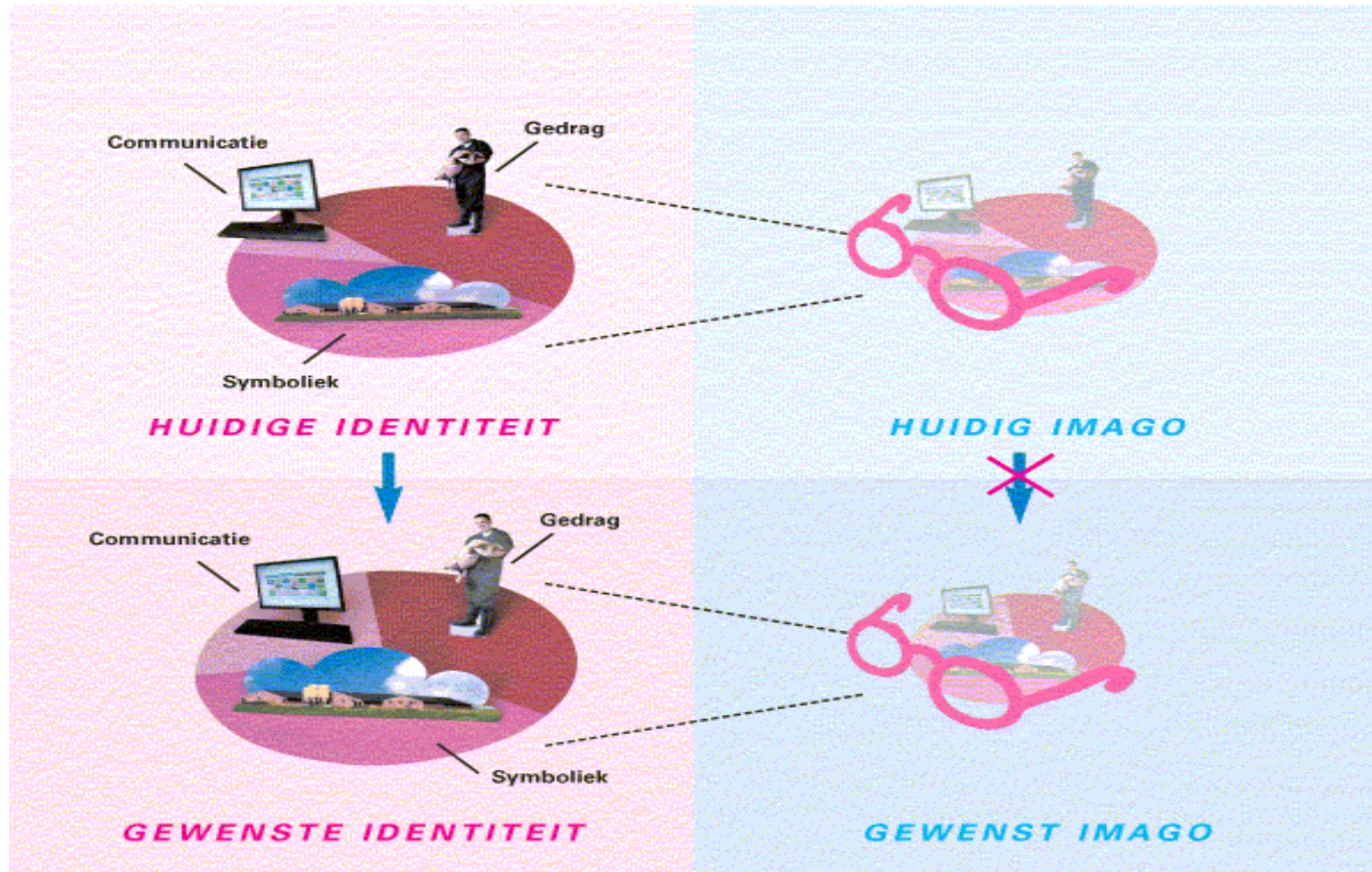
- Oubollig en stoffig
- Koeien melken, varkens knuffelen
- Iets voor burgerlijke types, gezinnen met kinderen of tienermeisjes
- Iets voor natuurfreaks
- Niet gericht op jongeren
- Niet iets voor de zakelijke markt
- Geen idee van het aanbod, waar kan ik dat vinden?
- Websites niet professioneel en aantrekkelijk
- Foto's weinig lol, serieus kijkende kinderen.
- Relatief laag geprijsd
- Geschikt voor brede groep daarom zijn activiteiten ongevaarlijk en vereisen ze geen specifieke kennis
- Niet hip, iets goedkoops voor vrijgezellenfeestjes
- Geen vernieuwing, concepten blijven het zelfde met boerencamping.

MAAR OOK....

- Ruimte
- Groen en natuur
- Stille
- Tijd voor elkaar
- Aandacht voor dieren en natuur
- Authentiek
- Echte beleving
- Avontuur
- Vrijheid
- Onbegrensde mogelijkheden (afzien, beleven, ervaren, ruig)



IMAGO EN IDENTITEIT



TRENDS

Samen – minder individualisme; familie en vrienden (3FM Serious Request)

Beleven – nadien een verhaal te vertellen hebben

Well-being - Genieten van kleine geneugten van het leven – luxe in eten, verzorging, kleding. Eten van dichtbij ipv veraf

Duurzaam - zelf doen – creëren met duurzaam materiaal

Puur, echt en authentiek – toeval, spontaan, improvisatie

Dierlijk - vies worden, herrie maken, ruimte benutten, ongebaande paden, lichamelijke arbeid

Persoonlijke aandacht – KLM twitteractie

Transparantie – Wikileaks, sociale media

OVERALL UITKOMSTEN BATTLE

- **Maatwerk: richten op afgebakende doelgroep met specifieke behoefte(n) (singles, mannen, studenten)**
- **Uitdagen; avontuur**
- **Echt; beleven van stilte, natuur, dieren, enz**

TOP VAN 77 CONCEPTEN

- Boer zoekt single
- De mannenspeeltuin
- Expeditie Jansen
- Boer'n Backpack
- The Farm Experience
- Boerenbouwdorp
- Adopteer een dier
- Hoeve Geleedpotige

BOER ZOEKT SINGLE



MANNENSPEELTUIN



EXPEDITIE JANSEN



GROEISTRATEGIEËN

	Huidige producten	Nieuwe producten
Huidige markt	Marktpenetratie	Productontwikkeling
Nieuwe markt	Marktontwikkeling	Diversificatie

STAPPENPLAN TOT INNOVATIEF IDEE

1. **Beoordeel de drie concepten en kies er eentje**
2. **Past idee en doelgroep bij uzelf, bedrijf, omgeving en waarom?**
 - eigen competenties en interesses
 - andere activiteiten op het bedrijf
 - mogelijkheden in de omgeving
3. **Is het onderscheidend tov van concurrentie?**
 - nieuw en verrassend voor doelgroep
 - prijs
4. **Beschrijf / illustreer het gekozen concept voor uw eigen bedrijf**
5. **Testen bij de gekozen doelgroep**
6. **Go / no go**

STAPPENPLAN TOT UITVOERING

- **Doelstelling recreatietak binnen het bedrijf bepalen (grote impact → ondernemingsplan)**
- **Investeringsplan**
- **Begroting kosten en opbrengsten**
- **Begroting arbeidsinzet**
- **Marketingplan**
- **Communicatieplan en –middelen**
- **Tijdsplanning**

OPDRACHT

- Kort kennismaken
- Kies een van de drie concepten
- Doorloop het stappenplan tot idee voor een van de bedrijven

AANBOD TASKFORCE

- **Aantal adviesuren om van idee tot uitvoering van innovatieve activiteit te komen**
- **Voorwaarden:**
 1. innovatief idee
 2. stappenplan invullen = intentie uitspreken
 3. naam, e-mailadres en telefoonnummer achterlaten.
- **Tweede helft maart: telefoontje of mailtje om te informeren naar de stand van zaken.**

CONCEPTEN ZELF LEZEN

- <http://www.multifunctionelelandbouw.nl/recreatie/nieuwe-concepten-agrotoerisme/>