

# Wat kan een multifunctioneel agrarisch bedrijf met marketing?

Adriaan Polderman RM

LTO-Noord 31 oktober 2013

Swifterbant

# Goedemorgen!

- Ik ben Adriaan Polderman
- Wie bent u?

# Wat is marketing eigenlijk?

- Beïnvloeden van oriëntatie- en koopprocessen  
(Door middel van het totale aanbod en de communicatie daarover)
- Belevenis creëren en beloning waarmaken!  
(Experience marketing)

# I have a dream!

- Waar en waarom begint de gedachte van 'differentiatie'?

# Waarom zou je?

- Lang gekoesterde droom
- Extra of nieuwe inkomstenbronnen creëren
- Andere ambities
- De bank verlangt expansie
- Je vrienden doen het ook
- Continuïteit
- .....
- (M'n partner heeft niks te doen.....)

# Motivatie

- Houd zeker jezelf niet voor de gek.....
- Houd 'waarom zou je', zuiver!
- Waarvan ben je echt overtuigd?
- ( 50 – 80% van product introducties mislukt.....)

# Keuzes maken

- Wat wil je zelf?
- Wat kost weinig en levert veel op?
- Wat kan je 'moeiteloos' realiseren en gaat veel voldoening geven?
- Wat is je 'droom'?
- Wat is je ambitie.....
  
- Marketing is KIEZEN!

# Motivatie

- Marketing met je hoofd (dat wil de bank)
- Marketing vanuit je hart (dat wil de klant)

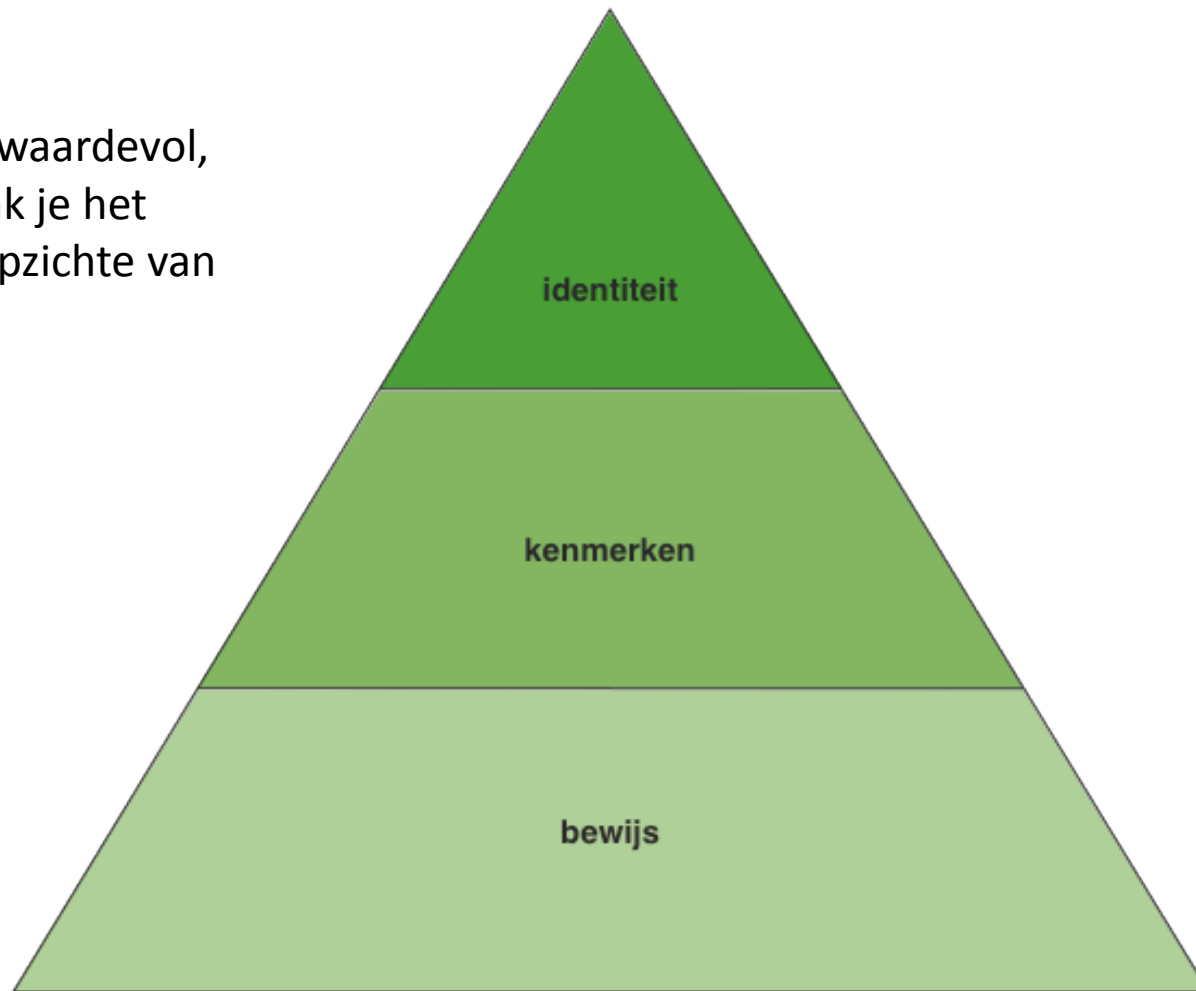


Wie ben je zelf?



# Keuzes maken, keuzes 'bewijzen'

Wat maakt je waardevol,  
waarmee maak je het  
verschil, ten opzichte van  
wie??

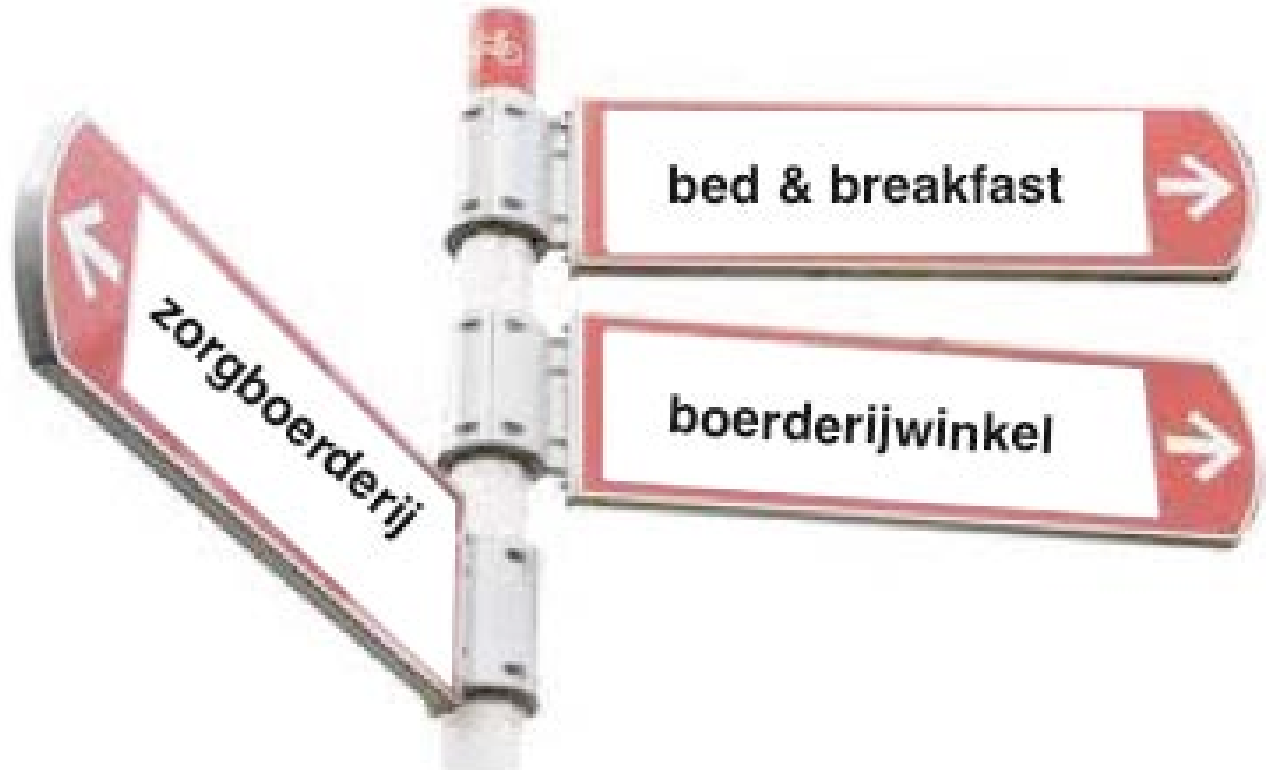


# Welke richting?



Treacy & Wiersema (1995)

# Wat gaan we doen?



# Wat gaan we doen?

- Locatie
- Faciliteiten
- Bereikbaarheid
- Verzorgingsgebied
- Beperkingen
- Risico's
- Wet/regelgeving
- Investeringsen

# Welke mogelijkheden?

- Bed & Breakfast
- Groepsaccommodatie
- Zorgboerderij
- Kinderboerderij
- 'Land – winkel'
- Kamperen bij de boer
- Antiek / curiosa
- Koe knuffelen / boerengolf
- Zaterdag vers markt
- Kunst galerie
- .....

# Welke bedreigingen?

- Wat kan er mis gaan?
- Waarom zou dat zo zijn?
- Hoe voorkom je teleurstelling bij jezelf?

# Kansen matrix B&B

<b>variabelen</b>	<b>mogelijkheden</b>	<b>bedreigingen</b>
<b>locatie</b>		
<b>organisatie</b>		
<b>verbouwing</b>		
<b>financiering</b>		
<b>vergunning</b>		
<b>marketing</b>		
<b>.....</b>		



# Papier voor een ander

- De bank vraagt om 'business plannen'  
(zie voor voorbeeld Rabobank.nl)

De KvK vraagt er ook om  
(zie voor voorbeeld kvk.nl)

# Papier voor jezelf

- Prik of plak een rol pakpapier of behang op de muur en begin met elkaar te schrijven wat je ideeën /gedachten zijn
- Koop van die gele plakkertjes en schrijf er per plakkertje een idee op
- ( Bedenk, bedenk, bedenk!! De strategie komt later wel!)

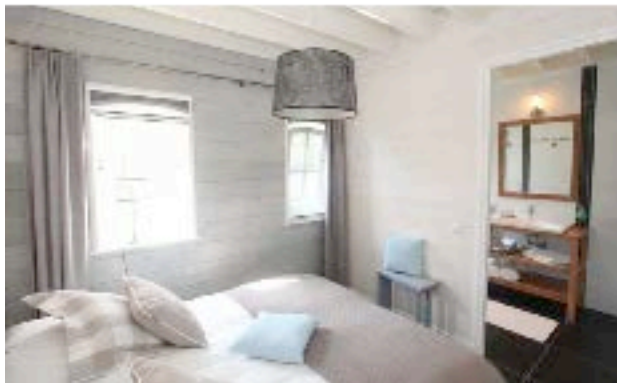
# Moodboards

- Discussie
- Richting en vorm
- Motivatie / overtuiging

# Voorbeeld Moodboard



# Voorbeeld Moodboard



# Scenario's

- Planning/ budget op basis van reële uitgangspunten en verwachtingen
- Wat, indien 10% meer
- Wat, indien 10% minder

# Toetsen

- Praat met collega's
- Praat met LTO
- Praat met kinderen
- Praat met de buurtvereniging



# Kernwoorden

- Breng je plannen terug tot het formuleren van een enkele zin!



# Emoties

- **Beschouw je klant als vriend!**  
(Iets voor over hebben, behagen, binden, beleven, inspireren, contact enz....)

# Positieve emoties (bevorderen)

- vertrouwen
- waarde
- verwachting
- exclusiviteit
- authenticiteit
- sociale omgeving

# Negatieve emoties (voorkomen)

- teleurstelling
- afkeer
- dubieuze kwaliteit
- geen garantie
- slechte service
- chagrijnige bediening

# Tips 1

- Zoek samenwerking
- Wees niet bang voor wederkerigheid
- Blijf authentiek
- Zoek sociale structuren
- Creëer autoriteit
- Wees sympathiek
- Wees consistent
- Creëer binding

## Tips 2

- Wees niet alleen multifunctioneel, wees ook multimediaal
- Zonder website geen business?
- Maak nieuwsbrief
- Denk goed na over bloggen, twitteren en facebook

## Tips 3

- Investeer in communicatie (logo, huisstijl, brochures/flyers, website)
- Wees consistent in communicatie
- Gebruik beeld
- Maak korte teksten
- Gebruik vrouwen in beeld
- Zeg direct wat je aanbod is
- Stimuleer de fantasie

# Starter of groeier?

- Wat?
- Voor wie?
- Waar?
- Wanneer?
- Hoe?

# Middelen en media

Wie is je klant en hoe kan je die bereiken?

Digitaal of traditioneel?

- Wees zo multimediaal mogelijk
- Maar overdrijf niet



# Filosofie

- Denk groot, maar hou het 'klein'!

Vragen?