Koe & Wij

De Boer over de koe

Dé koe van het project Koe en Wij in gesprek over het thema beweiden of opstallen met mensen uit de wereld om haar heen. Vandaag dé koe in gesprek met Tim de Boer, directeur van het communicatie- en marketingbureau PLEON.

Koe: hoe verzorgen we onze marketing?
Vroeger was drie glazen melk voor iedereen gewoon. Buitenlandse collega's keken met jaloezie naar deze 'marketing'plek van de branche. De tijden zijn voorbij. Melk heeft veel markt- en merkterrein verloren.

Koe: wat is de kunst van marketing van melk?
In de marketing moet je altijd denken en werken vanuit het voordeel voor de consument. Dus communiceer wat het voordeel van melk is, en sluit aan bij wat de consument belangrijk vindt op dit moment.

Koe: wat is beter vanuit marketing: de stal of de wei?
Dominante trends van nu zijn gezondheid, verantwoord leven en maatschappelijk verantwoord ondernemen, dan is weidemelk in het voordeel. Koeien altijd op stal geeft associaties met varkens en kippen in stallen. Het is niet natuurlijk, en dat roept weerstand op. Maar ga je niet tegen elkaar afzetten, want dat werkt averechts voor het totaalproduct melk. Eventuele consumentenangst voor stalmelk, werkt uiteindelijk ook door op weidemelk.

Koe: is er ruimte om meer geld te halen uit melk?
Zeker, ik schat dat de prijs voor gezonde en verantwoorde melk nog 20-25 procent hoger kan liggen, als je het goed kunt uitleggen en blijft uitleggen. Melk is jaren veel te goedkoop geweest, daar heb je nu nog last van. Ook het marktaandeel van het product kan nog flink omhoog, kijk maar naar het verleden. Diversificatie, een goed verhaal en goede marketing zijn dan essentieel!.
Koe: maar de prijzen stijgen, is dit het moment voor extra marketing?
Wachten in de marketing is nooit goed. Als je een goed verhaal hebt, dan is dit het moment om het te pakken. Maar dan moet je er ook volledig voor gaan en alle marketing-registers open trekken: het pak (ideaal om uit te leggen), filmpjes op internet, de media en natuurlijk de koe zelf.

Koe: ben ik geschikt voor de marketing?
Jazeker, iedereen kent je, je bent sympathiek, je bent niet de milieubeweging. Maar ik zou je serieuzer neer gaan zetten, iemand die goed in het leven staat en bewust leeft, een meer wetenschappelijke koe die de voordelen goed uitlegt. Een wijze koe, het gezonde rustpunt in ons leven en in onze samenleving.

Tim de Boer, directeur communicatie- en marketingbureau PLEON.