

Masterclass: De marketing van biologische productie en retail

Bestemd voor: _____ (studenten AD opleiding CAH Dronten)

Periode en datum: _____

Plaats en tijd: _____

Deze masterclass wordt aangeboden door, (onderwijsinstelling, bedrijf) _____

De deelnemersgroep wordt gevormd door KO kandidaat ondernemers

Het gehele masterclass traject staat onder leiding van (naam persoon/expert) _____

Doelstelling

Deelnemers wensen hun persoonlijke effectiviteit en professionele marktgerichtheid te verbeteren. Men beschikt over een 'sales driven' profiel waarmee tendensen en ontwikkelingen voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) op merites willen worden beoordeeld.

Inleiding

De belangrijkste opgave van elke ondernemer is het ontwikkelen en onderhouden van raakvlak met de consument. Logisch want elke productie is overbodig als er aan het eind van de distributieketen niet wordt verkocht tot gebruik of verbruik.

Netwerken (voor kennis) en ketenstructuren (voor afspraken) bieden mogelijkheden voor het onderhouden van een consumentgerichte productie. De marketing van biologische productie en producten kenmerkt zich momenteel door een sterke professionalisering. Te denken valt o.a. aan multi-channel salesbenaderingen, toenemende mogelijkheden van ICT om het salesproces te ondersteunen, integratie van klant- en leveranciersrelaties op verschillende niveaus en toenemende transparantie van het vraag en aanbodspel.

Doelstelling masterclass

Werkend vanuit een directe relatie met de beroepspraktijk, onder leiding van **de meester** zelf en expert op het onderwerp, wordt actuele kennis van de marktontwikkeling aangeboden en concepten voor marketing besproken.

Voortdurende veranderingen in consumentgedrag maken het werkveld van de agrarisch ondernemer gecompliceerder. Naast traditionele activiteiten als het opbouwen en onderhouden van relaties en het onderhandelen over afzet en prijs wordt veel van de marketingcapaciteiten van de ondernemer verwacht. Er wordt aanspraak gedaan op competenties verbonden aan een uitvoerig rollenspel in de keten, multidisciplinair ondernemerschap en vermogen tot multi-tasking. Daarmee is de ondernemer;

- Sparringpartner in ketenafspraken
- Representant van eigen werk
- Manager van eigen verwachtingen
- Uitdrager van bedrijfsstrategie in netwerken
- Handelaar in marktinformatie
- Project en productiemanager

Programma opbouw

Door een aantal gerenommeerde inhoudsdeskundigen zal informatie betreffende het onderwerp worden aangeboden met als doel een gemeenschappelijk begrippenkader te realiseren. Het gehele traject berust op navolgende pijlers.

- Workshops, kennissessies waarin groepsgericht kennis gedeeld wordt.
- Coaching, voor persoonsgerichte begeleiding.
- Netwerken, voor uitwisseling van ervaring.

Door de masterclass loopt als een rode draad dat deelnemers als **kandidaat ondernemer (KO)** worden aangesproken in het formuleren van een eigen mening op basis van aangeboden informatie en de visie die werd ingebracht door bedoelde deskundigen. Dit alles geeft een helder beeld van de uitdaging die besloten ligt in de marketing van biologische productie en producten omdat;

- Persoonlijke effectiviteit wordt ingezet voor succes.
- De eigen mening pas telt als persoonlijkheid, attitude, vaardigheden en gedrag daarop aansluiten.
- Salestalent of gevoel voor de handel kan worden herkend en benut.
- Commercieel strategisch denken en handelen kan ontstaan parallel aan het vermogen tot communicatief **verwoorden en verwaarden**.

In de eerste module krijgt de KO een praktijk verbonden kennisworkshop aangeboden die inzicht in de marktsituatie omvat en wordt verzorgd door en op het bedrijf van Wil Sturkeboom (zie profiel en Hofwebwinkel). Er worden een aantal praktijksituaties in de vorm van een case voorgelegd waaraan de vorming van een **eigen mening** wordt getoetst. Er wordt niet geschroomd de KO een spiegel voor te houden die bestaande inzichten op een ernstig hellend vlak kunnen plaatsen.

(Essay opdracht; **Doelstellingenplan**. Uitwerking individueel of in groep.)

In de tweede module worden uitdagende ketengestuurde **best practices** gepresenteerd door Ahrend Zeelenberg (zie profiel) die een inspirerend beroep doen op innovatie van salesgerichte bedrijfsvoering. De presentatie laat zien dat bedrijfsvoering vanuit **fragmentatie denken en handelen** in de huidige opvatting voor commercieel beleid onmogelijk is. Er mag dan inzicht zijn in eigen specialisatie maar er is geen overzicht; de doelgroep waarom het gaat wordt uit het oog verloren. Bedrijfsbeleid is slechts gericht op een onderdeel van het distributieproces en mist verbinding met overige ketenschakels.

(Essay opdracht; **De keten in beeld**. Uitwerking individueel of in netwerk.)

In de derde module wordt inhoudelijk dieper ingegaan op de marketing uitdaging van biologische productie en producten. In zijn workshop zal Peter de Ruijter (zie profiel) vanuit persoonlijke ervaring een verbinding maken met vormen van communicatie die ten grondslag liggen aan het vermogen tot **Verwoorden en Verwaarden**.

(Essay opdracht; **Communicatieplan**. Vanuit eigen werksituatie beschreven)

Met de essay resultaten van de masterclass daarin verwerkt schrijft KO een **thesis**. De inhoud beschrijft een persoonlijk geformuleerde uitdaging of aanbeveling betreffende het centrale thema van de masterclass.