

Bijlage 6

Uitnodiging studenten van de Associate Degree Opleiding, CAH Dronten, voor de Masterclass.

Hierbij nodigen wij u van harte uit tot deelname aan de:

Masterclass: De marketing van biologische productie en retail

De masterclass gebruikt daarbij als thema, De keten Verwoorden & Verwaarden.

Bestemd voor: Studenten van de Associate Degree (AD) opleiding, CAH Dronten
Periode en datum: Maart t/m juni 2011
Plaats en tijd: Vrijdag 4 maart, Groenhorst College, Wisentweg 10 Dronten, 10.00 uur
Deze masterclass wordt aangeboden door het Groenhorst College (opleiding voor biologische landbouw) in samenwerking met de bedrijven, Bio Brass Zeewolde en Eosta Waddinxveen.
Het gehele masterclass traject staat onder leiding van P. Kortekaas en P. de Ruijter

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 van het product. 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 aan marketingcapaciteit 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

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

Deelnemers zijn kandidaat ondernemers KO van de AD opleiding (CAH Dronten) die als doel hebben hun persoonlijke effectiviteit en professionele marktgerichtheid te verbeteren. Men beschikt over een 'sales driven' profiel waarmee ook tendensen en ontwikkelingen voor Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) op merites willen worden beoordeeld. Werkend vanuit een directe relatie met de beroepspraktijk, wordt onder leiding van **de meester** zelf en expert op het onderwerp, actuele kennis van de marktontwikkeling aangeboden (bedrijfsbezoeken) en concepten voor marketingprocessen besproken.

Programma opbouw, eerste module

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

- Workshop, kennissessie waarin groepsgericht kennis gedeeld wordt.
Door P. de Ruijter op 4 maart 2010, locatie Groenhorst College, Wisentweg 10 te Dronten.
Aanvang 10.00 uur tot 12.00 uur.
- Coaching, voor persoonsgerichte begeleiding tijdens uitwerking van opdrachten.

- Door F. Schuring, P. Kortekaas, B. Mulder en P. de Ruijter.
- Bedrijfsbezoek en Netwerken, voor uitwisseling van ervaring.
Op vrijdag 11 maart bedrijfsbezoek Bio-Brass Zeewolde vanaf 10.00 uur en vanaf 13.00 uur bij Eosta, Waddingsveen. Tijdens de bedrijfsbezoeken wordt een masterclass door betreffende ondernemers aangeboden over hun praktijkervaring m.b.t. het onderwerp.
 1. Masterclass door G. Snippe, Bio Brass Zeewolde en J. Sweere, Nautilus Dronten.
 2. Masterclass door J. de Ruijter, Eosta Waddinxveen.

De masterclasses geven een helder beeld van de uitdaging die besloten ligt in de marketing van biologische productie en producten en de wijze waarop door Verwoorden en Verwaarden de uiteindelijke consument wordt aangesproken omdat;

- Persoonlijke effectiviteit door de ondernemer wordt ingezet voor succes.
- De eigen mening van de ondernemer 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 en worden ingezet, parallel aan het vermogen tot communicatief **verwoorden en verwaarden**.

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 voornoemde deskundigen

Essay opdracht; **De keten in beeld**.

De KO heeft als opgave de keten in beeld te brengen, binnen de context van sturend beleid op marketing van herkenbare meerwaarde voor consument.

Uitwerking individueel of in samenwerking met persoonlijke beroepspraktijk situatie. Voor coaching en reflectie kan de KO gebruik maken van bovengenoemde docenten of masterclass deskundigen.

In de tweede module worden een aantal uitdagende ketengestuurde **best practices** gepresenteerd door deelnemende KO, die wellicht een inspirerend beroep doen op innovatie van salesgerichte bedrijfsvoering. De presentatie zal tenminste laten zien dat bedrijfsvoering vanuit **fragmentatie denken en handelen** in de huidige opvatting voor commercieel beleid niet mogelijk is. Bedrijfsbeleid dat slechts gericht is op een onderdeel van het distributieproces mist immers noodzakelijke verbinding met overige ketenschakels.

Met de informatie en 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.

Competentiewinst

Voor bepaling van competenties verbonden aan ondernemerschap zal vooraf aan de eerste module een scan worden aangeboden die door de KO wordt uitgevoerd. Op basis hiervan kan de KO indien gewenst een reflectiegesprek voeren met de coaches zodat inzicht wordt verworven omtrent de gewenste **leervraag**. Deze leervraag mag een centrale positie innemen in de uitvoering van de opdracht.

Ook na de tweede module wordt een evaluatie van (verworven) competenties aangeboden. Door een vergelijking met de eerste versie kan worden bepaald welke leerwinst aan competenties werd opgedaan.

Wij wensen u veel plezier aan de deelname van de masterclass

Docenten cq. coaches

P. Kortekaas

B. Mulder

F. Schuring

P. de Ruijter