

# Projectplan **BizNizklas** & Van Rijn Group

## De lekkere Best Grown Tomaatjes



Aanmelding project:

Voorop in de Vergroening in de Praktijk

Henk Meijer Floracollege Naaldwijk

Sanne Vermeulen Van Rijn Group Poeldijk

Februari 2013

### Project partijen

De partijen die deelnemen aan dit project zijn:

#### **Van Rijn Group uit Poeldijk (Westland) ([www.van-rijn.nl](http://www.van-rijn.nl))**

De Van Rijn groep, opgericht in 1855 heeft zich ontwikkeld tot een wereldspeler in de agro-food keten, gespecialiseerd in de kweek, teelt en afzet van aardappelen, groenten en fruit.

Door meer dan 50 filialen en partners in meer dan 70 landen, elk een specialist in de waardeketen van verse producten, kan de Van Rijn groep haar partners en klanten een volledig dienstenpakket aanbieden.

Dit wereldwijde netwerk dat stoelt op directe lijnen tussen productie en marketing, is even belangrijk als onze aanpak: "Think global, act local".

#### **BizNizklas van Floracollege Naaldwijk**

De BizNizklas is een nieuw initiatief van het Floracollege uit Naaldwijk. Dit schooljaar voor het eerst operationeel en bemand door 20 leerlingen (12-13 jaar) met een GL/TL advies die geselecteerd zijn op hun ondernemende geest en lef. In samenwerking met het regionale bedrijfsleven uit het Westland wordt het onderwijs vormgegeven en de praktijk de klas ingehaald. Net zo belangrijk is dat de klas de praktijk ingaat. Het is een projectmatige vorm van onderwijs waarbij gezorgd wordt voor samenhang in de leervakken gericht op de onderhanden projecten.

### Aanleiding van het project

Vanuit beide partijen is er een duidelijke behoefte aan dit project.

De BizNizklas wil praktijkgericht projecten uitvoeren waarin het voor het "echie" gaat. Hierdoor wordt een spannende leeromgeving gecreëerd voor de leerlingen waardoor theoretische kennis beter wordt begrepen en toegepast. Alle projecten die bijdragen aan de ontwikkeling van een ondernemende houding bij jongeren zijn kandidaat en dit is er zo een.

Van Rijn Group is altijd op zoek naar jonge, getalenteerde mensen die hun ondernemende steentje kunnen bijdragen. Zij vinden het belangrijk dat jong talent zich kan ontwikkelen en zijn hier dan ook graag bij betrokken. Van Rijn Group stimuleert het praktijkleren en draagt daarom graag bij aan dit prachtige initiatief. Bovendien vinden zij de visie van jongeren erg belangrijk bij de ontwikkeling van de organisatie en hun concepten; deze jongeren vormen de toekomst. De visie van de BizNizklas sluit dan ook goed aan bij de Van Rijn Group: ruimte voor ieders talent!

### Doelstelling

De opdracht die door van Rijn Group aan de BizNizklas is verstrekt luidt: "Verzin een marketingcampagne voor Best Grown tomaatjes en voer deze campagne vervolgens uit, richt je je eigen leeftijdscategorie."

Als sluitstuk worden de tomaatjes gedurende een bepaalde periode ook door de leerlingen op school verkocht.

De marketingcampagne moet door de leerlingen worden gepresenteerd aan directie van de Van Rijn Group. Indien de ideeën en ervaringen, die in het project worden opgedaan relevant zijn, zullen die door van Rijn Group worden geadopteerd.

### Concrete Producten

De concrete producten die in het project door de leerlingen moeten worden opgeleverd zijn:

- Het opzetten van projectteams met eigen slogan, logo en rolverdeling. In deze rolverdeling komen een Pionier, Verkoper, Manager en Vakman voor.
- Het bedenken en uitvoeren van een marktonderzoek op school.
- Het presenteren van dit marktonderzoek aan leerlingen van de school en mogelijk een zusterschool.
- Het bedenken van een marketingcampagne die binnen planning en budget moet worden uitgevoerd.
- Het in- en verkopen van tomaatjes gedurende een bepaalde periode en deze registreren.
- Het houden van een eindpresentatie aan de directie van de Van Rijn Group. De presentatie wordt eerst geoefend op de zusterschool en voor de ouders van de leerlingen.

### Projectbeschrijving.

Het project kent een aantal vastgestelde stappen. Zoals het opzetten van de teams, het marktonderzoek, de marketingcampagne en de eindpresentatie.

Het marktonderzoek moet zich richten op zaken als prijs, locatie, verpakking, aantallen, lifestyle, snoepmomenten, gezondheid en koopbeslissers. Het gaat uit van een door de leerlingen geformuleerde onderzoeksvraag waarbij nagedacht moet worden over de onderzoeksmethode (email, telefoon, social media, interview etc.).

In de lessen Mens & Maatschappij wordt er gewezen op de verschillen tussen mensen. Deze informatie moeten de leerlingen gebruiken in hun marktonderzoek.

In de presentatie van het marktonderzoek moet gebruik worden gemaakt van grafieken, tabellen en diagrammen. Daarnaast moet een verkoopprijs worden vastgesteld en onderbouwd.

Bij de ontwikkeling van de marketingcampagne onderzoeken de leerlingen het gebruik van flyers, posters, internet, social media, proeverijen, advertenties etc. Omdat ze lang niet alles zelf kunnen wordt gestimuleerd dat zijn in hun eigen netwerk naar oplossingen zoeken. Bijvoorbeeld voor het maken van goede foto's of drukwerk. Zij moeten binnen planning en budget tot een goed einde zien te komen.

Uiteindelijk moeten de Tomaatjes ook worden verkocht. In- en verkoop moet geregistreerd worden. Doormiddel van verkooptechnieken dienen zij mensen te overtuigen.

Per team wordt een eindpresentatie verzorgd aan de directie en medewerkers van de Van Rijn Group.

Het project is gestart in januari 2013 en de eindpresentatie wordt voorzien eind april 2013.

Wat het project extra spannend maakt is dat er voor een aantal projectstappen aanvullende expertise uit het bedrijfsleven is benaderd om te worden ingezet. Zo heeft een medewerkster van de Kamer van Koophandel Haaglanden een workshop verzorgd in het kader van marktonderzoek.

MBO Westland (opleiding Business Management) is benaderd en akkoord met betrekking tot het inzetten van tutores om de VMBO leerlingen te begeleiden bij het uitvoeren van de marketingcampagne.

Om de leerlingen te leren welke houding ze moeten aannemen bij presentaties en interviews is een hierin gespecialiseerd bedrijf benaderd om hierover een workshop te geven.

Vanuit Van Rijn Group wordt ondersteuning aangeboden bij de uitwerking van de lessen op school. Hiervoor is een medewerker van de marketingafdeling beschikbaar.

Om zich in te kunnen leven in de achtergrond van de tomaatjes brengt de BizNizklas een bezoek aan de kweker, ervoor en erna ondersteund door biologie lessen die ingaan op de tomatenplanten en hoe tomaatjes aan hun smaak komen. Daarin wordt ook ingegaan op het feit dat deze Tomaatjes lekker smaken (hoe komt dat?) en dat de teelt van deze tomaatjes 7% extra opbrengst geeft bij gelijke input van water en energie (duurzaam produceren).

Uiteraard kunnen bij de campagnes de sociale media worden ingezet en daartoe heeft een hierin gespecialiseerde mevrouw ook een workshop gegeven.

Ter ondersteuning van de leerlingen is de gehele lessencyclus en stappen opgenomen in Wikiwijs van Kennisnet, zodat deze ook volgend schooljaar weliswaar in een project met andere inhoud en strekking kunnen worden hergebruikt. Hierdoor wordt ook het gebruik van ICT middelen (Internet, Social Media, Presentatie- en Kantoorsoftware) bewerkstelligd.

Het projectteam dat als beste wordt beoordeeld door de jury (bestaande uit enkele personen van het Flora College en van de Van Rijn Group) wordt door de Van Rijn Group uitgenodigd om het Gestion Copa Toernooi in Amsterdam als échte VIP bij te wonen in de Vipplaatsen van Van Rijn Group. De beste individuele prestatie wordt beloond met een stageplaats op de marketingafdeling van de Van Rijn Group.

Zowel op de website en social media van de Van Rijn Group als op de Facebook pagina van de BizNizklas is melding gemaakt van deze samenwerking en de voortgang van het project zal ook regelmatig op deze media te volgen zijn.