



laar, verwerker ... Dat was meteen ook de insteek van Willem Ter Heerdt van ING: "Vergeet de consument, het gaat altijd om de klant." Hij betoogde dat de landbouwer meer tijd moet maken om zijn klant beter te begrijpen. Wat zijn de activiteiten van de afnemer, op welke markten is hij actief en welke toekomstige evoluties ziet hij? Misschien zijn er wel bepaalde grieven bij de afnemer die je niet kent. "Kortom, je kan je bedrijf beter besturen door beter te luisteren naar de klant." Ten slotte gaf ING de raad om de klant kritisch te kiezen. Maar daarvoor moet het voor jezelf duidelijk zijn wat je eigen waarden en doel als ondernemer zijn.

"Meer tijd maken om je klanten beter te begrijpen."



Beursboeren

Milk Trading Company (MTC) is een coöperatie van melkveehouders die actief zijn op de termijnmarkt. Volgens de meest recente informatie van MTC vertegenwoordigen ze meer dan 300 leden in België en Nederland die samen 500 miljoen liter melk produceren. Dirk Coucke van DLV: "Voor gemiddeld 30% van deze melkproductie zal de melkprijs afgedekt worden op de termijnmarkt." De coöperatie bestaat sinds 2018 en behaalt sinds het begin een gemiddelde sur-

plus van 3 cent per liter bovenop de fysieke melkprijs. Met een raad van bestuur met 12 melkveehouders bekijken ze elke 14 dagen de markt en kijken ze anderhalf jaar vooruit. Als de prijs de gewenste prijs nadert die vooraf is afgesproken, wordt er verkocht. Het is dus een manier om de risico's die verbonden zijn aan de volatiliteit van de melkprijzen in te perken.



Preview VerdienWijzer

Bij ILVO werken we momenteel hard aan de VerdienWijzer, een receptenboek van bedrijfsconcepten in de land- en tuinbouw. Daarin staan de ingrediënten om tot een eigen verdienmodel te komen met een overzicht van de verschillende deelactiviteiten op een bedrijf. Per activiteit kun je te weten welke waarde er gecreëerd wordt, wat dus ruimer is dan de financiële waarde. Het kan gaan om beleving, service, kwaliteit ... Dit is belangrijk voor je klant en voor de landbouwer is het belangrijk om goed te weten op welke activiteiten je nu al goed scoort en waar je zelf energie van krijgt. Omdat het uiteindelijk de bedoeling is om die waarde te gelde te maken, zullen er ook rekenvoorbeelden te bekijken zijn. Tegen de zomer van 2021 komt deze webtoepassing gratis ter beschikking voor alle soorten bedrijfstypes. ■

i Herbekijk de sessies via www.ilvo.vlaanderen.be/verdienmodellen



Patrick Pasgale
innovatieconsulent
patrick.pasgale@innovatiesteunpunt.be

Stel jezelf deze vragen

Van welk verdienmodel je ook kiest, het is essentieel om een goed zicht te hebben op de verschillende spelers binnen je model, en kansen en knelpunten die ermee gepaard gaan. Vragen die je moet kunnen beantwoorden zijn bijvoorbeeld: 'Is dit een goed idee voor mijn bedrijf?', 'Hoe uniek is mijn idee?', 'Bestaat hiervoor een markt?', 'Wat zijn mogelijke obstakels?', 'Hoe kan ik hier klanten voor vinden?' en 'Is dit een realistisch economisch model?'

Tools die je kunnen helpen met het beantwoorden van deze vragen zijn bijvoorbeeld een SWOT-analyse of het Business Model Canvas. Aan de hand van dit laatste model kun je beschrijven hoe je bedrijf in elkaar zit en hoe je waarde creëert, levert en behoudt. Het is opgebouwd uit negen blokken: aanbod, klantengroepen, klantenrelaties, kanalen, inkomsten, kernactiviteiten, mensen en middelen, strategische partners en kostenstructuur. Via www.innovatiesteunpunt.be/nl/inspiratie/brochure-business-model-canvas vind je een handige brochure. Wil je je idee eens aftoetsen met een expert? Neem gerust contact op met een innovatieconsulent.

Inzicht hebben in de spelers binnen je model.