

## **Onderwijsuitvoering: Communicatie**

### **Verbeteren acceptatie door PR en marketing**

Diverse tweedejaars projectgroepen van Bedrijfskunde en Agribusiness en International Business van HVHL hebben gewerkt aan de 'marketing' van HNT. Er is nagedacht over de vraag hoe promotie kan helpen bij de acceptatie van HNT door telers en welke vorm hierbij past.

#### **Video**

De internationale studenten hebben gekozen voor een doelgroep mannen en vrouwen, tuinder of eigenaar van een kas, leeftijd 40 tot 50 in Friesland. Doel van hun project is projectmanagement, wat onder andere blijkt uit de uitvoerige beschrijving van taken, organisatie, planning en risico's.

De doelstelling die is gekozen is een plan om een video op te nemen om potentieel geïnteresseerden te informeren over HNT. De achterliggende gedachte hierbij is dat iemand die nieuwsgierig wordt getriggerd wordt om zelf verder te gaan zoeken.

Het is volgens het rapport vastgesteld dat telen een belangrijke bijdrage heeft aan climate change vanwege emissies en energieverbruik. Het probleem dat is geïdentificeerd is dat er geen besef is van het belang en de toepassing van groene technologie en het gemak waarmee het kan worden geïmplementeerd.

De video zal worden verspreid via een In-Stream Ad op Facebook (79% gebruik onder 30 – 49 jarigen) en YouTube (87% gebruik onder 30 – 49 jarigen). De lengte is 4 minuten, een audioscript weergegeven in het verslag.

Naast dit voorstel zijn er summier ideeën voor folders en wijze van monitoren van het effect weergegeven in het verslag. Het opnemen van de video is nog niet uitgevoerd.

#### **Brochure en website**

Een andere groep is aan de slag gegaan met de vraag op welke manier zoveel mogelijk telers bereikt kunnen worden om HNT duidelijk te maken. Doelgroep zijn gewasgerichte ondernemers die passie hebben voor klimaatsturing, graag leren van en met collega's en plantgezondheid zeker willen stellen.

Als manier om deze telers te bereiken wordt voorgesteld om zowel online als op papier te werken met een brochure en website met passende foto's, video's en tekst. Omdat niet duidelijk is in welke fasen van implementatie van HNT de verschillende telers zitten is besloten een stappenplan op te zetten naast de bestaande informatie.

De website is gebouwd door de studenten, waarbij door henzelf opgemerkt wordt dat grafisch designers hier nog een verbetering kunnen maken. Ook de brochure is ontworpen en te vinden in het verslag.

<https://rhhwaalkens.wixsite.com/hetnieuwetelen/wat-is-het-nieuwe-telen?lang=nl>

#### **Kleine telers**

Het bereiken van kleine tulpentelers met weinig tijd met een boodschap over HNT is een uitdaging. Onder kleine telers verstaat deze groep studenten broeiers met een oppervlakte van minder dan 8 hectare. Belemmeringen in het ontvangen van informatie over HNT zitten onder meer in tijd en digitale vaardigheden van telers. Daarnaast moet voor HNT gedrag en routine in klimaatregeling worden aangepast en dat vergt tijd.

De beschikbare communicatiekanalen zijn online en offline. Online heeft als voordeel dat de jongere generatie hier mee is opgegroeid, 24/7 beschikbaarheid en ten allen tijde de informatie bij de hand. De belangrijkste vorm van offline communicatie is bij telers de vertegenwoordiger waarmee ze een langdurige relatie hebben. Wat betreft wet- en regelgeving zijn de bonden KAVB en CAV belangrijke bronnen met informatieavonden.

Met behulp van het DISC-model zijn een aantal tips opgesteld voor vertegenwoordigers om telers te overtuigen:

1. Leer goed argumenteren
2. Gedraag je als expert
3. Creëer een positieve sfeer
4. Lever bewijs
5. Weest betrouwbaar
6. Leer goed luisteren
7. Laat de voordelen zien
8. Lever meer dan je beloofd hebt
9. Praat rustig en duidelijk
10. Non-verbaal oogcontact
11. Actief taalgebruik

De beste communicatiemiddelen om de kleine telers te bereiken zijn artikelen in vakbladen, tijdschriften en de krant. Deze zijn toegankelijk, informatief en betrouwbaar, maar missen interactie. Social media scoort goed vanwege de vele interactie tussen telers, maar niet alle informatie is betrouwbaar of informatief. Webinars scoren op deze laatste aspecten wel goed. Infographics en flyers zijn aantrekkelijk. Deze zouden via vakbladen of vertegenwoordigers onder de aandacht kunnen komen. Vlogs zijn een leuke manier om kennis te maken met het nieuwe telen met een groot bereik onder de nieuwe generatie telers.