

11.12.2018

Tasty

Take
Take



has

marl



has

marl

De rode draad

**Orientatie
op de route**

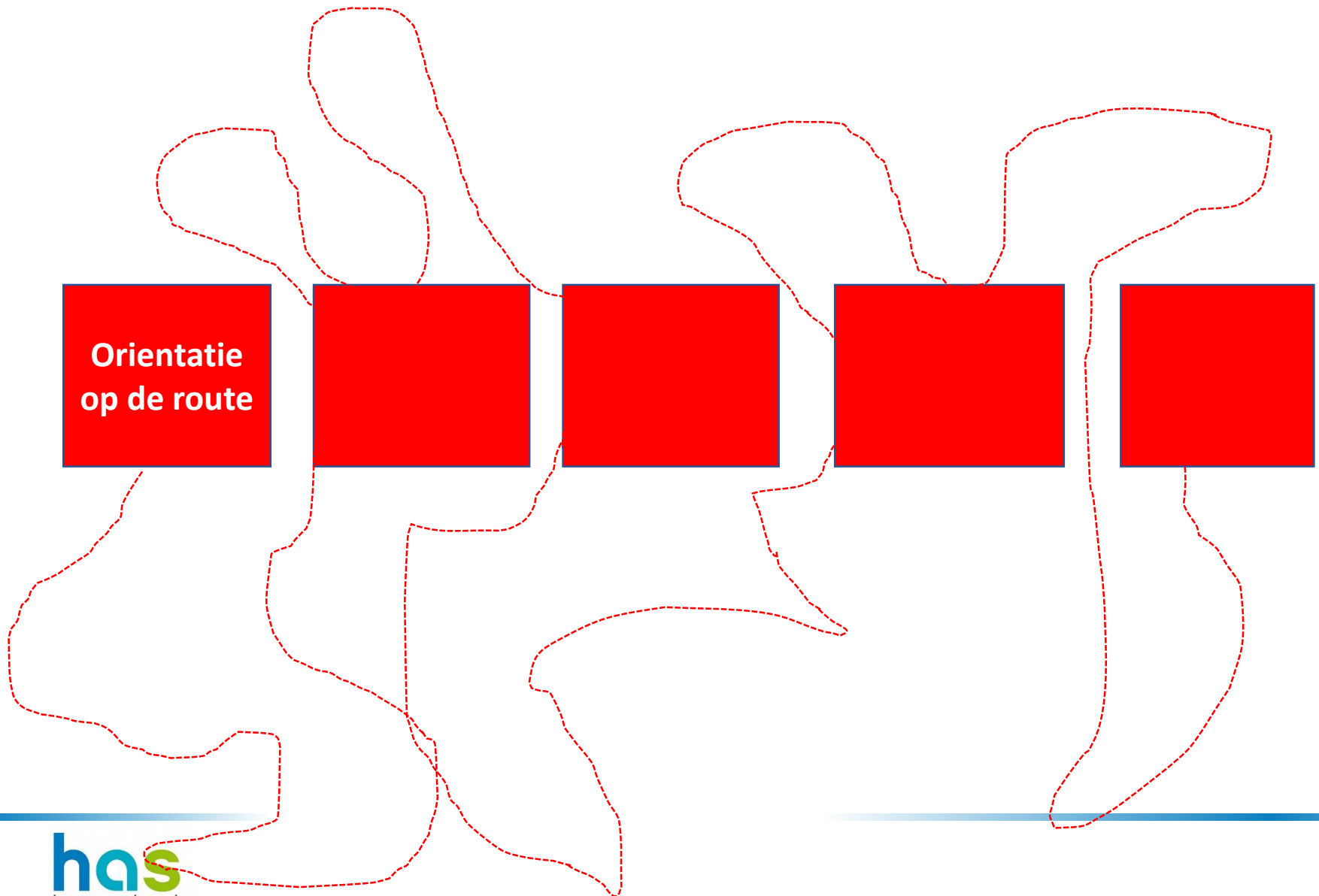
**Expeditie 1
2011-2014**

**Expeditie 2
2015-2016**

**Expeditie 3
2017-2018**

**Toekomst &
Dank!**

De rode draad



marketing

mar·ke·ting

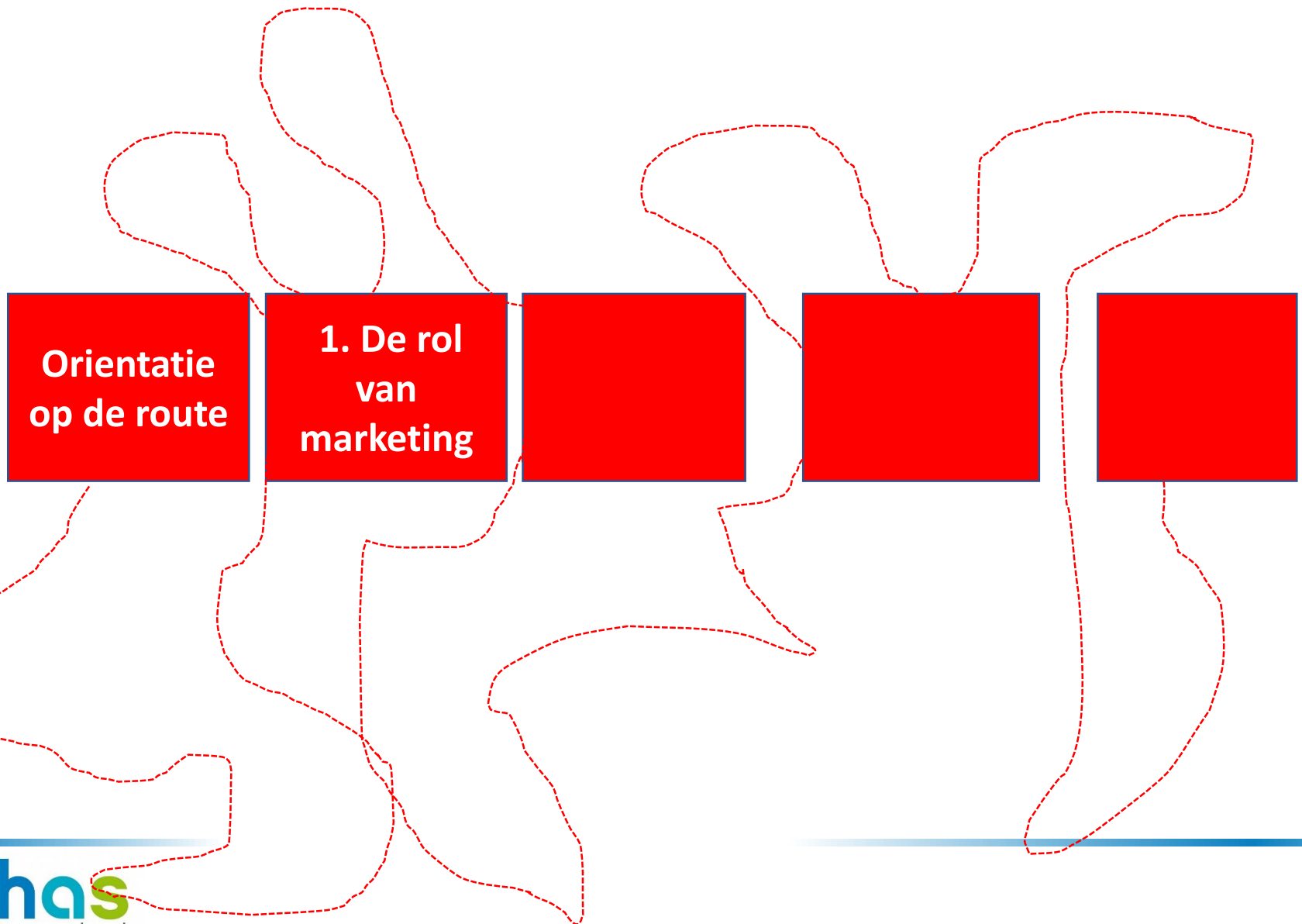
agrofood

a·gro·food



+ Lectoraat-team AgroFood Marketing +

De rode draad



What is Marketing?

A smart, innovative and differentiated way of doing business that fits the strengths of the company and the behaviour and needs of the customers ...

“....sector is te
aanbod gedreven
en te veel gefocust
op prijs...”



“...waarde creëren
in samenwerking
met anderen...”



ABN·AMRO

“sector is
aanbod ged
en te veel ge
op prijs

RUUD FRAMBACH

DOET MARKETING ERTOEF?

EFFECTIEVE MARKETING DOOR TE STUREN OP WAARDE

Boom



added value' voor
shareholders, naar 'shared
value' voor stakeholders.."

Differentiatie,
toegevoegde waarde

Schaalgroote,
efficiency, low cost

Differentiatie geeft grotere kans op succes ... !

Belangrijkste conclusies:

- Bedrijven die voor een differentiatiestrategie hebben gekozen zijn het meest succesvol in het realiseren van hun strategie
- Net zoals vorig jaar zijn ondernemingen uitgesproken positief over hun omzet- en winstverwachtingen. Daarbij komt de

365

A small jar of Grand Finale jam, showing the brand name and a red label.

**“Ego gaat
voor Eco”**



WIJ DOPPEN ONZE EIGEN BOONTJES. DAT BEGINT BIJ ONZE
BOEREN,
DIE GEWOON UIT DE BUURT KOMEN. SAMEN TELEN WE DE
BESTE BONEN VAN
HET LAND. EN DAAR MAKEN WE NATUURLIJK GEEN
POTJE VAN.
WEL MAKEN WE ER 100% PLANTAARDIGE BALLEN, BURGERS
EN BAPAO'S VAN.
ALLEMAAL LEKKER BOONGEWOON GEBLEVEN EN DUS
VOEDINGSRIJK EN ONZINVRIJ.
BOON IS NATUURLIJK LEKKER NATUURLIJK.



MICHAEL LUESINK • OPRICHTER BOON



ONZE BOON
BURGER CHILI
IS NOG LEKKERDER
DAN DEZE FOTO
VAN ONZE BOON
BURGER CHILI

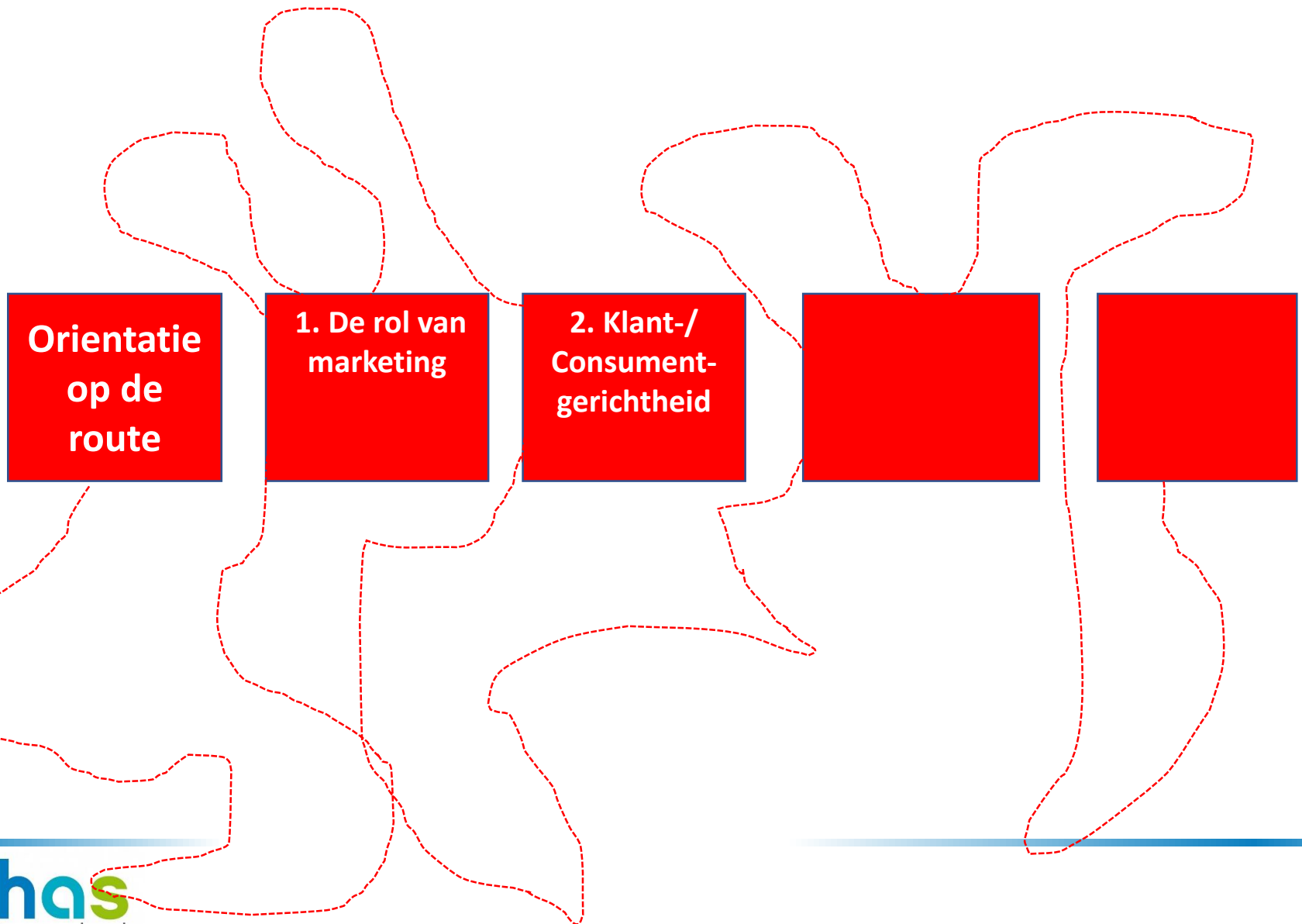


LAAT JE INSPIREREN
OP BOONBONEN.NL





De rode draad



1. Stimulering van een sterkere klant- en consumentgerichtheid



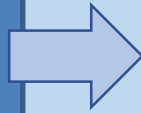
2. Kennisontwikkeling mbt de succesfactoren van waardecreatie



3. Actualiseren van het marketingonderwijs op HAS Hogeschool



1. Stimulering van een
sterkere klant- en
consumentgerichtheid



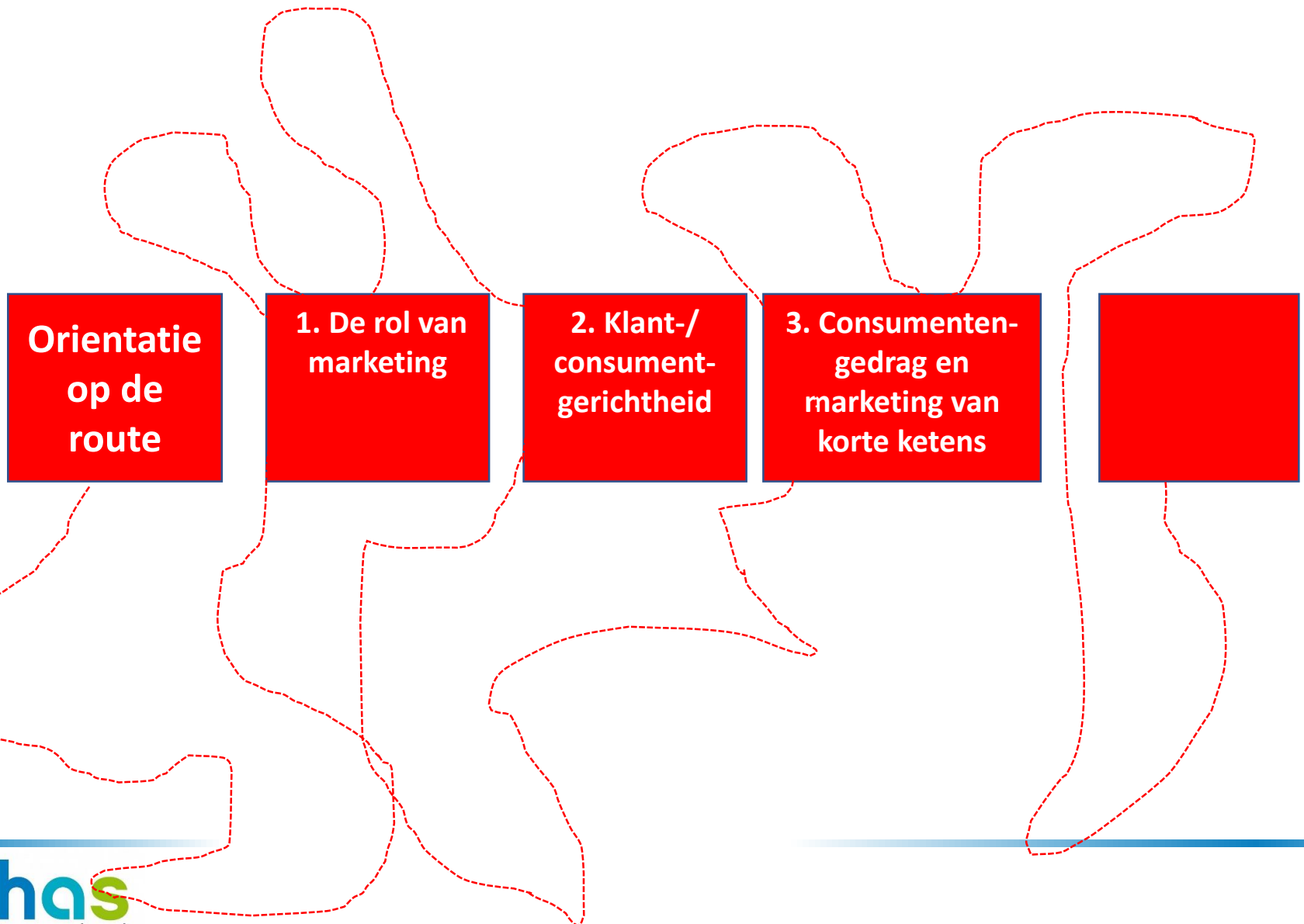
*kennis- en expertisecentrum
op gebied van
consumentengedrag en
consumentenonderzoek*





J. Cruyff: "...je begrijpt het pas, als je het door hebt..."

De rode draad



Irish expert:

“I wonder whether or not our Irish farm organisations will ever wake up to the reality that what sells our beef abroad are not our USP’s like fat score, omega-3, or animal welfare but our image of green fields, clean, clear rivers and rolling countryside.”



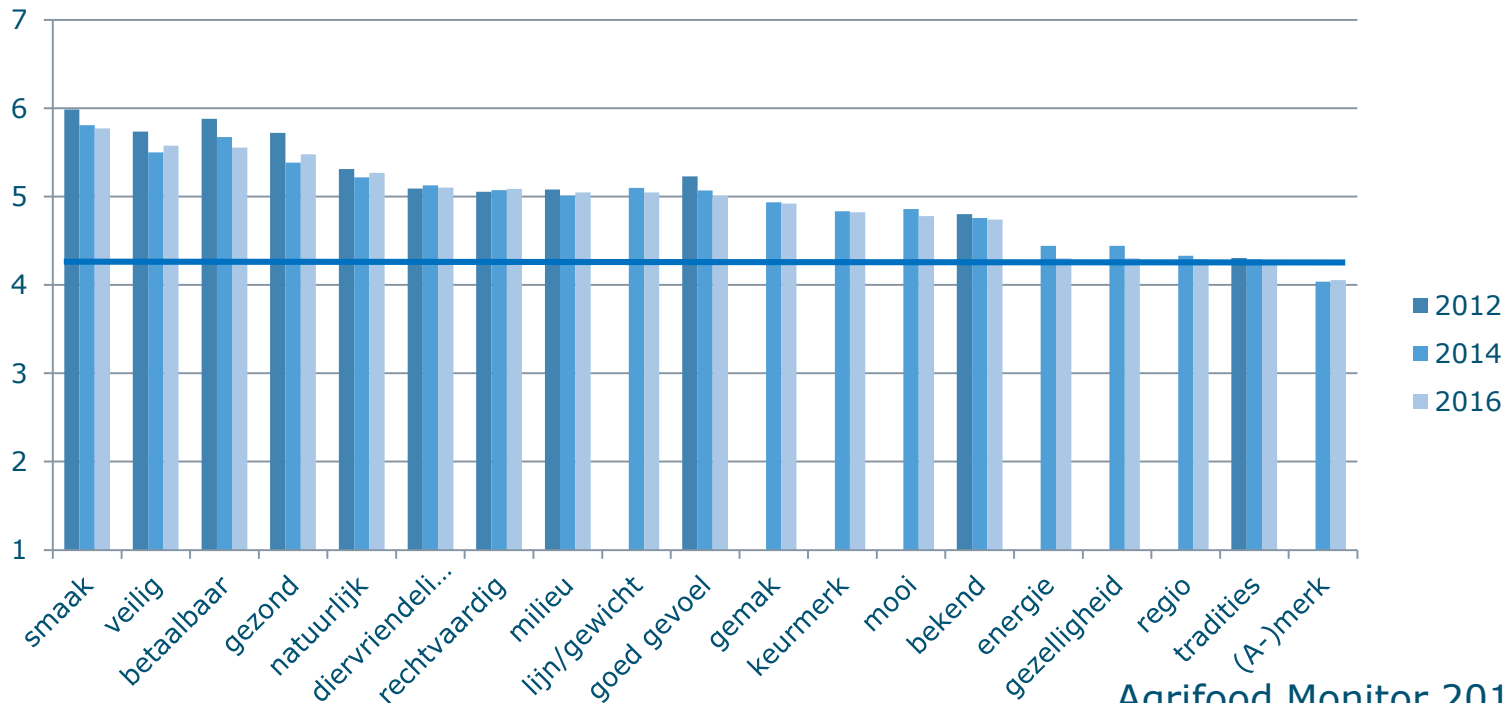
Hoe bereik je de 'mainstream' consument...?



*veel
consumenten
zijn te lui
voor de korte
keten...*

Ego-waarden belangrijker dan 'eco'-waarden

- Smaak, betaalbaarheid, gezondheid en voedselveiligheid zijn het belangrijkste
- De duurzaamheidswaarden, zoals diervriendelijkheid, rechtvaardigheid en milieuvriendelijkheid scoren ook in 2016 in de middenmoot



Agrifood Monitor 2016

Het potentieel benutten van de korte keten?

Scherpe keuzes, slimme marketing & logistiek

Kansen:

versheid, smaak, kwaliteit, gezondheid,

herkomst, stimuleren lokale producent/economie, identificatie met de regio/streek, contact met lokale producent, biologische productiewijze, transparantie en ambachtelijke productiewijze

Barrieres:

beschikbaarheid, prijs, geen tijd, bereikbaarheid, niet bekend met de producten, gemak van de supermarkt, onvoldoende meerwaarde t.o.v. supermarkt

Online Food Brabant voor een digitale en kortere voedselketen.

Informatietechnologie en data bieden boeren nieuwe kansen om ketenpartijen en klanten, ideeën te testen en de logistiek slim in te maken met de voedselketen kan leiden tot nieuwe toegevoegde waardepro-ificatie van innovatieve distributiemodellen, nieuwe vraaggestuurde, kortere jeren, en ander koopgedrag van consumenten.

LEES VERDER →



[Home](#)[Onze boxen](#)[Onze boeren](#)[Waar?](#)[Over Boerschappen](#)[Login](#)[Contact](#)

Vers & Gezond

Lekker koken met mooie, verse en pure producten. **Compleet met recepten**, dus lekker makkelijk. Vanaf €18,00 per week.



Dichtbij & Eerlijk

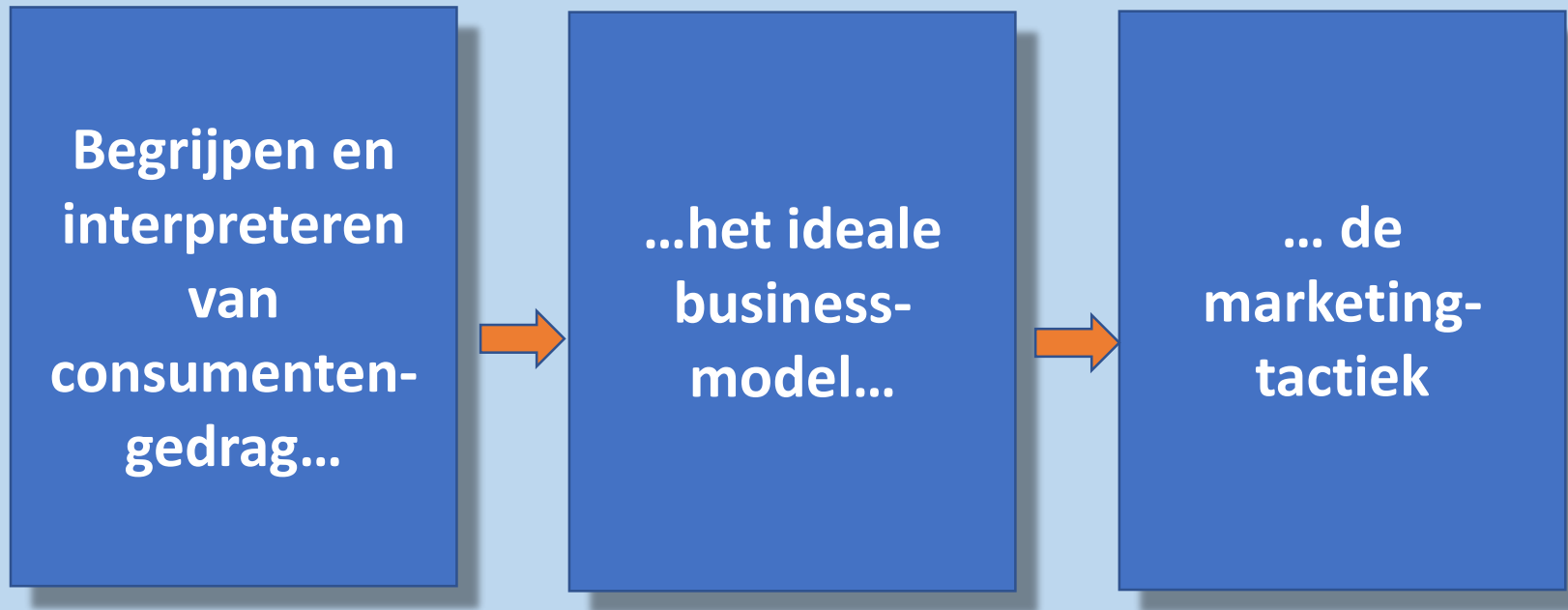
Rechtstreeks van onze boeren uit Brabant, naar eer en geweten geteeld en **binnen 8 uur van akker op je aanrecht**.



Verrassend & Flexibel

Lekker koken met het seizoen mee. **Iedere week weer verrassend**, en je kiest zelf wanneer jij een box wilt.

Minor 'The consumer connection in short chains'



De rode draad

**Orientatie
op de
route**

**1. De rol van
marketing**

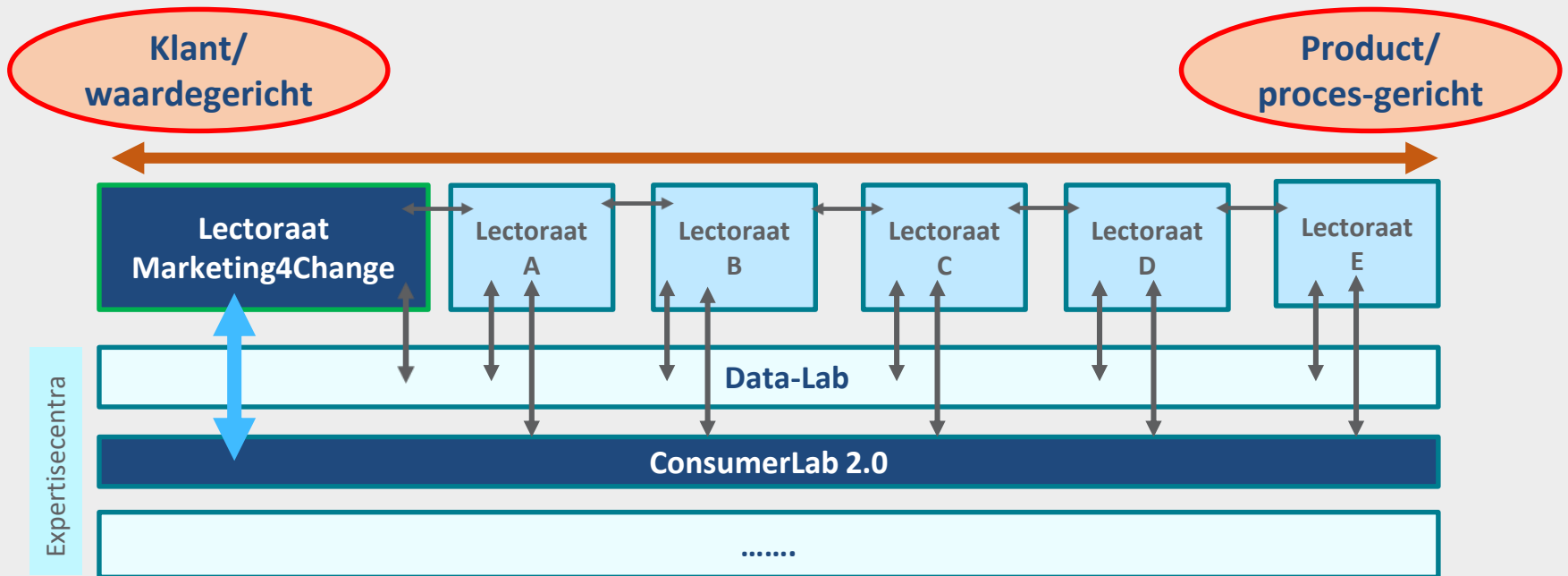
**2. Klant-/
consument-
gerichtheid**

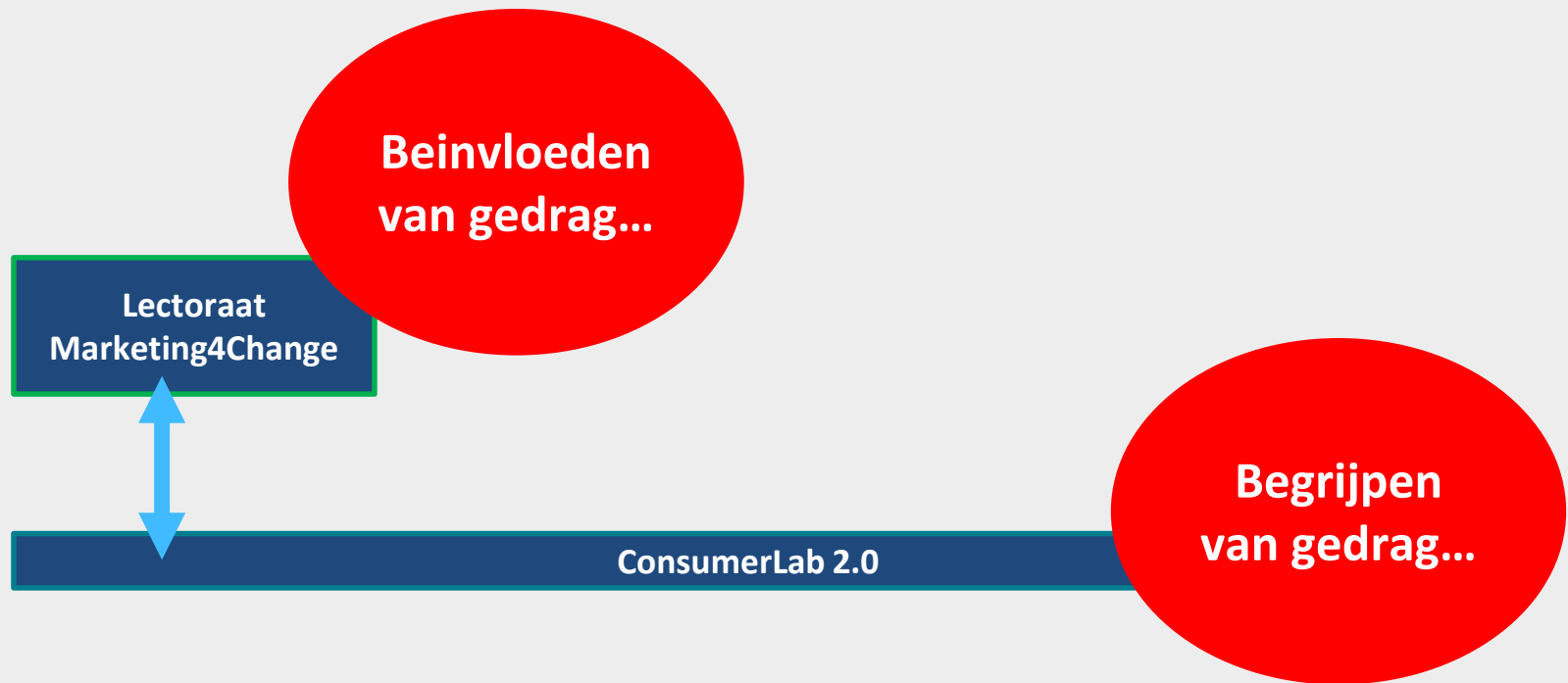
**3. Consumenten-
gedrag en
marketing van
korte ketens**

**Toekomst
& dank!**

Leve het lectoraat.... !

1. Het Lectoraatteam is nog niet klaar en wil graag **de huidige ontdekkingsreis afmaken ...**
2. Consumerlab wordt **expertisecentrum rondom begrijpen van gedrag** en gelinked aan diverse lectoraten en opleidingen....
3. Een nieuw Lectoraat: **Marketing4Change**. Een lectoraat dat nieuwe kennis ontwikkelt en deelt in relatie tot de marketing bij transities. Met veel aandacht voor de zachte waarden & psychologische aspecten van veranderingsprocessen. Met vooral nieuwe kennis op gebied van neuromarketing, psychologie en de go-to-market van transities ...







dankjewel
dank·je·wel