



**Under construction**

# Natuurlijk boeren



# De studenten : (markt) obstakels overwinnen



**ANNIEK**



**ROY**



**CARLIJN**

# Ons startpunt : de ervaringen van de natuurlijk boeren met de klanten

- Doelgroep is onduidelijk;
- Nog beperkt informatie verzameld;
- Wat moeten ze de klant vertellen over hun bedrijfsvoering?



**-> hoofdvraag:**

**wat zijn de kenmerken en motivaties van de vaste en potentiële klanten van de natuurlijk boeren?**

# Onze aanpak

We zijn de motivaties en kenmerken van de vaste\* en potentiële klanten gaan meten en duiden.

- De motivaties en kenmerken hebben we meetbaar gemaakt aan de hand van indicatoren uit :
  - theoretische modellen die consumentengedrag voorspellen;
  - geografische databases met basisgegevens als leeftijd, opleidingsniveau en inkomen.
- Online enquête onder groot aantal vaste en potentiële klanten en vervolgens diepte interviews met vaste en potentiële klanten die deze gegevens aanvulden;
- Klantprofielen opgesteld.
  
- Vaste klanten zijn heel belangrijk: leveren inzichten die zijn gebaseerd op aangetoond gedrag.

# De voornaamste motivaties van de klanten

1. Gezondheid: "Ik weet dat er gerommeld wordt met voedsel, je gaat niet met je gezondheid spelen";
2. Dierenwelzijn: "Dieren die zoveel mogelijk leven zoals ze in de natuur ook leven en de boer krijgt een eerlijke prijs";
3. Een betere wereld: "Een mooie wereld met biodiversiteit waar boeren in thuis horen".

# Doelgroepen: drie duidelijke klantprofielen, 2 minder duidelijke

## 1. Gezondheidszoeker



## 2. Dierwelzijn



## 3. Natuur & Kringloop

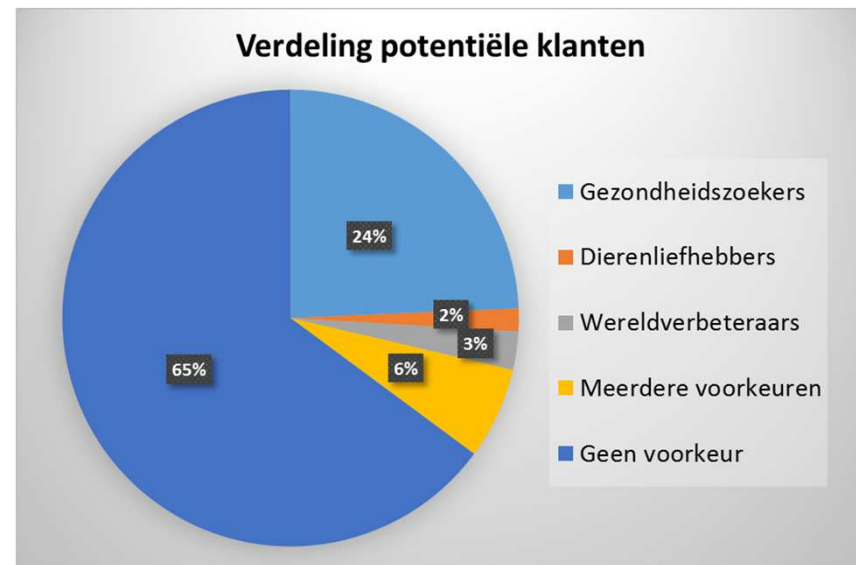


Voor alle profielen geldt:

- Genuanceerd (dingen van meerdere kanten bekijken);
- Hield rekening met de boeren;
- Hecht veel waarde aan herkomst/ transparantie.

Overige 2 profielen: 4) meerdere drijfveren, 5) Onduidelijke drijfveren

# Verschillen tussen vaste en potentiële klanten



# Conclusie

- *5 doelgroepen voor Natuurlijk Boeren: 1. Gezondheidszoeker, 2. Dierenwelzijn, 3. Natuur & kringloop, 4. Meerdere drijfveren, 5. Onduidelijke drijfveer.*
- *In alle doelgroepen valt nog te winnen!*
- *Doelgroep 1, 2 en 3 omvatten bestaande klanten en potentiële. Zij hebben een duidelijk klantprofiel. De afzet bij deze doelgroepen kan groeien door het verhaal over de specifieke productiekenmerken af te stemmen op het klantprofiel.*
- *Doelgroep 4 en 5 omvatten bestaande en vooral veel potentiële klanten. De kunst is om voor deze klantprofielen een passende marktbenadering te ontwikkelen, zodat potentiële klanten bestaande klanten worden!*