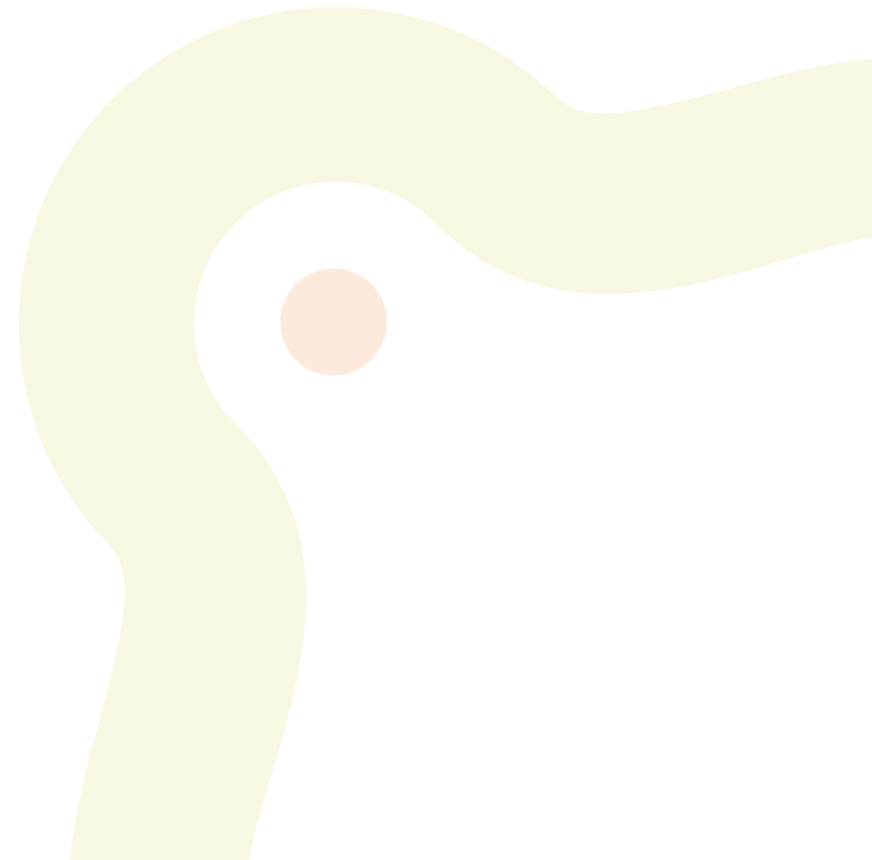


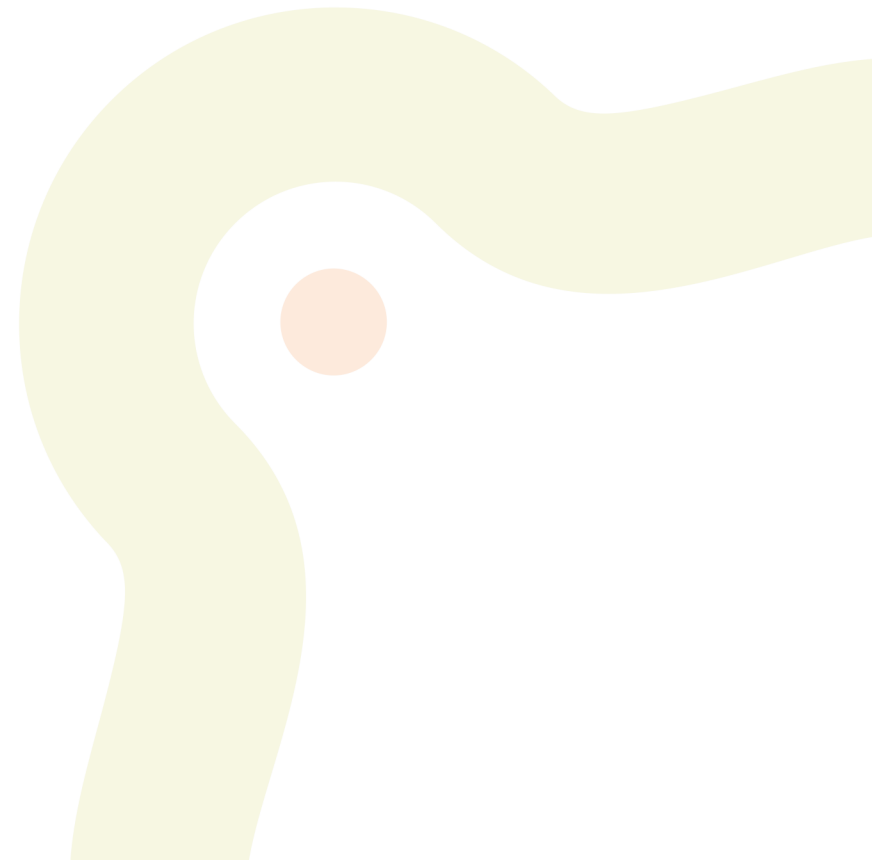


RESULT DRIVEN
MEASURABLE
AGRI COMMUNICATION



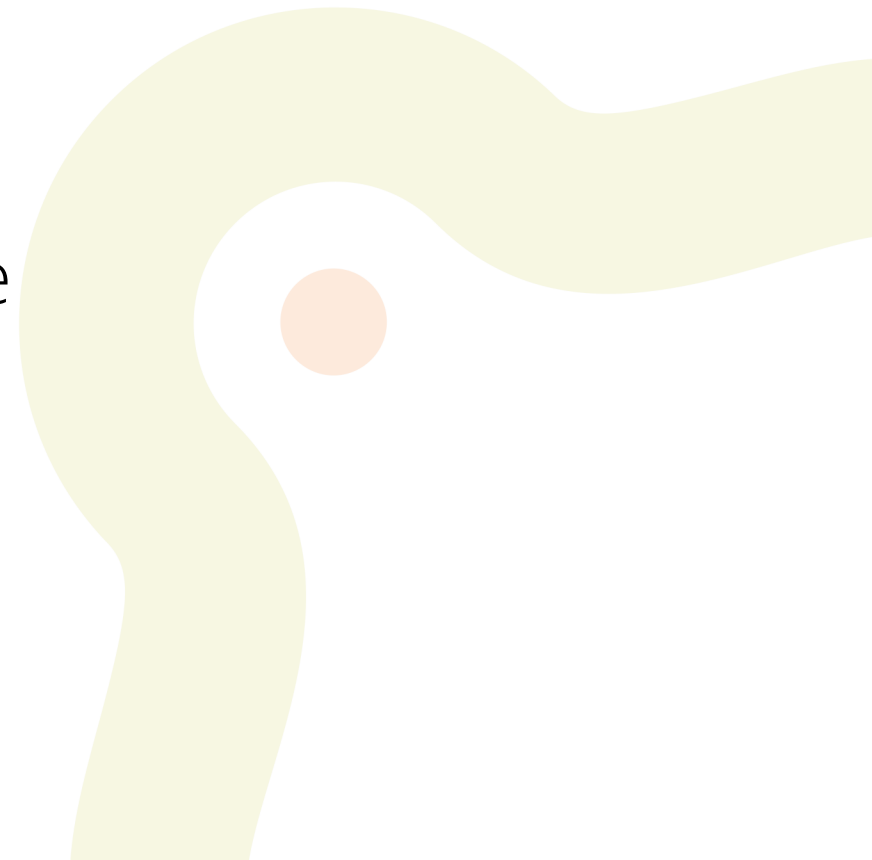
Agenda

- 📌 Wat is 'verkopen' anno 2023?
- 📌 Omgaan met bezwaren?
- 📌 Marketing Campagne
- 📌 Tips voor omgang Social Media?



Wat is eigenlijk Verkopen?

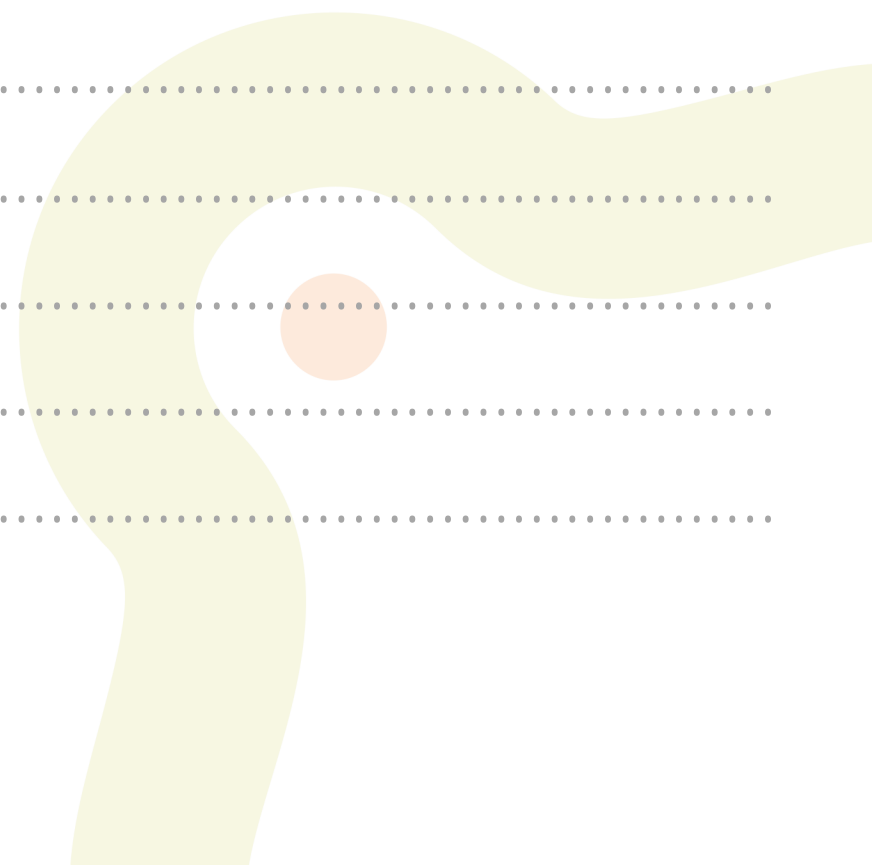
- 📌 De school/leerkracht helpen in het nemen van een beslissing
- 📌 Oplossing in plaats van Product/dienst
- 📌 Van U_{nique} S_{elling} P_{oint} naar U_{nique} B_{uying} R_{eason}
- 📌 Deep Selling (cross selling, up selling)
- 📌 Omgaan met bezwaren: BADSOC-methode



Van USP naar UBR

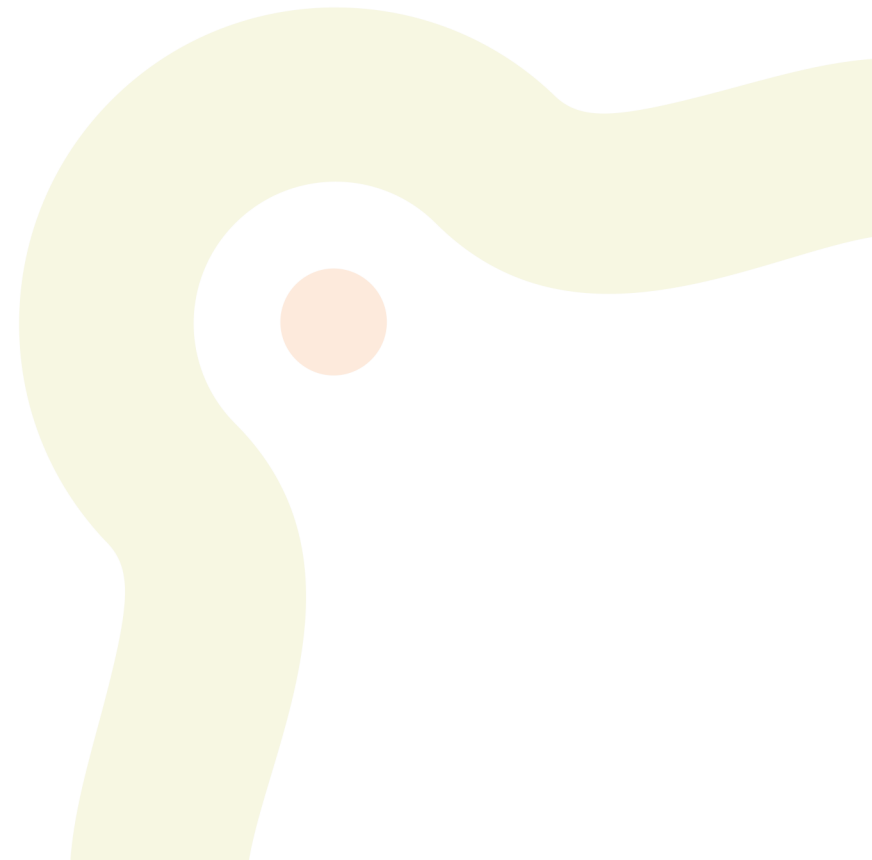
📌 Schrijf 5 USP's op voor Boer in de Klas en buig deze om naar UBR's

USP:	UBR:
📌	
📌	
📌	
📌	
📌	



Hoe ziet een gesprek met potentiële school of leerkracht eruit?

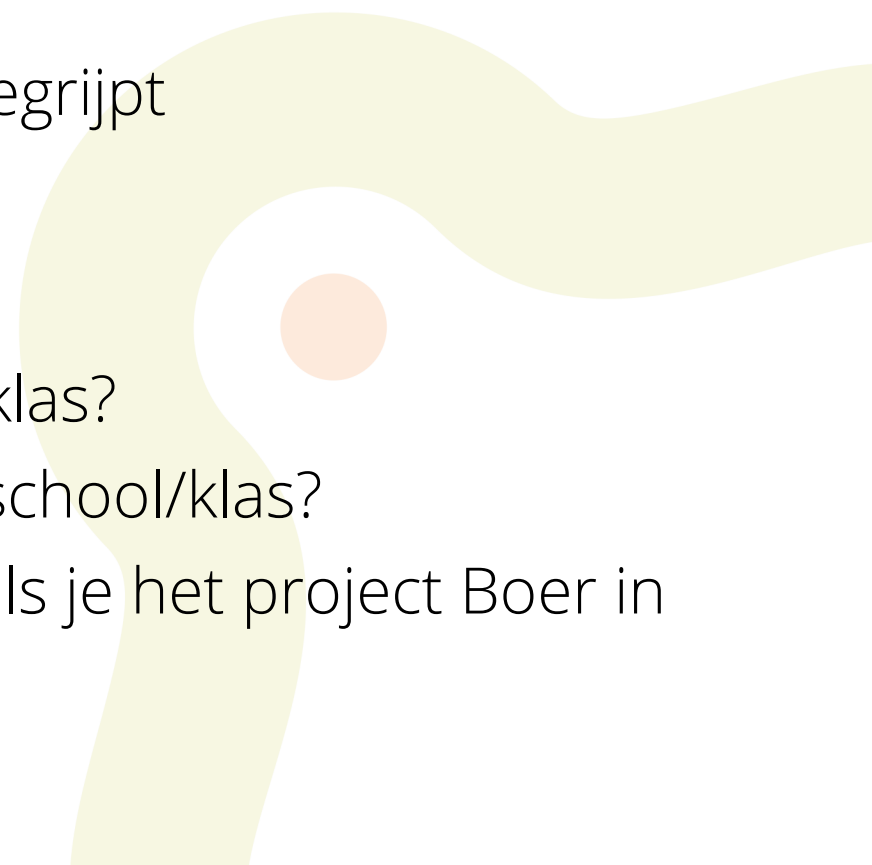
- 📌 Voorbereiding
- 📌 Introductie
- 📌 Inventarisatie
- 📌 Inprenten
- 📌 Sluiten



Introductie:

- 📌 Voorstellen
- 📌 Opwarmen > compliment geven én vraag stellen over het compliment
- 📌 Opening > functie en reden bezoek
- 📌 Agenda: wat wil je eigenlijk? Geef de andere partij punten voor de agenda en bepaal samen de volgorde.
- 📌 Tijd afspreken
- 📌 Welke functie heeft deze persoon DMU?
- 📌 Een goede opening is de basis van een goed gestructureerd gesprek ...

Inventarisatie = vragen stellen

- 📌 Open vraag > 5W1H, Wie, Wat, Waarom, Wanneer, Waarmee, Hoe
 - 📌 Gesloten vraag > twee opties ja/nee
 - 📌 Suggestieve vragen
 - 📌 Controlevragen, afstemmen of je de ander goed begrijpt
 - 📌 Tegenvragen, als antwoord op een vraag
 - 📌 Keuzevragen: a of b?
 - 📌 Evaluatievraag: Wat betekende dat voor je school/klas?
 - 📌 Analyse vraag: Waarom betekende het dat voor je school/klas?
 - 📌 Hypothesevraag: Wat zou het kunnen betekenen als je het project Boer in de Klas zou uitvoeren?
- 

Inventarisatie

- 📌 Dieptevragen: een vraag over een antwoord, DENK OM KD!!! 2 sec. denken, 4 sec. stil
 - 📌 Voordeel: de diepte in, geeft veel informatie
 - 📌 Nadeel: vergt kennis, knowhow en flexibiliteit
 - 📌 Schaalvragen: Op een schaal van 1 tot 10 hoe scoort je huidige aanbod met betrekking tot kennis over de agrarische sector?
- 
- A decorative wavy line in a light yellow-green color, starting from the right edge and curving downwards and to the left, ending near the bottom right of the slide.

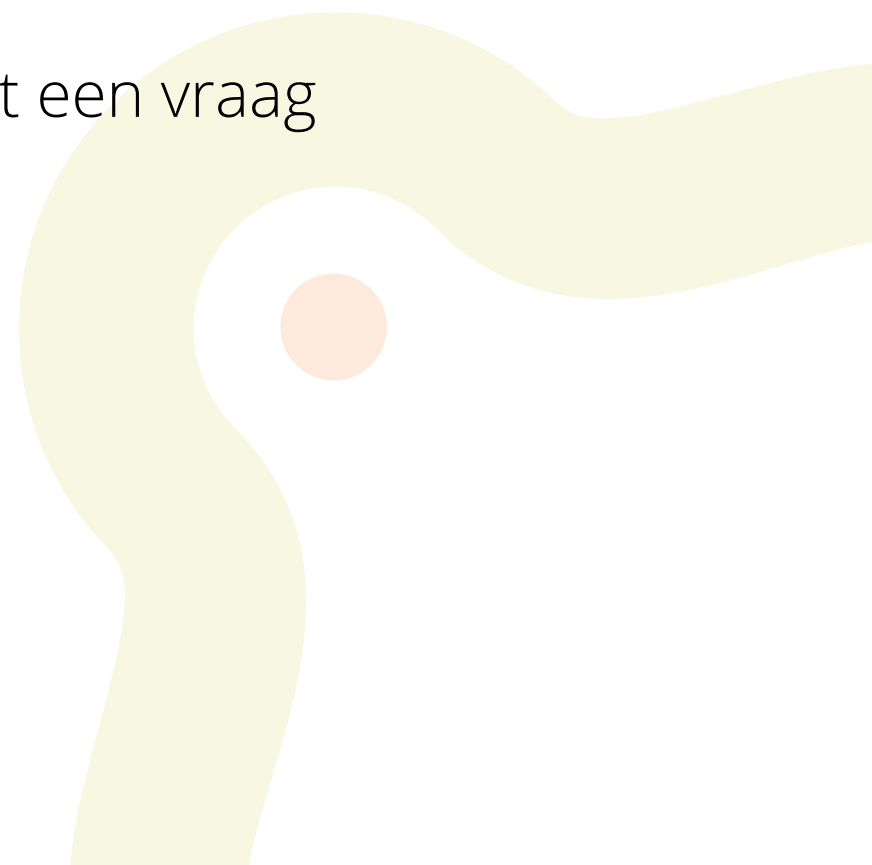
Inventarisatie

📌 Samenvatten:

📌 Gebruik je eigen woorden

📌 Beperk je tot de essentie

📌 Geef ruimte voor aanvullingen en eindig met een vraag

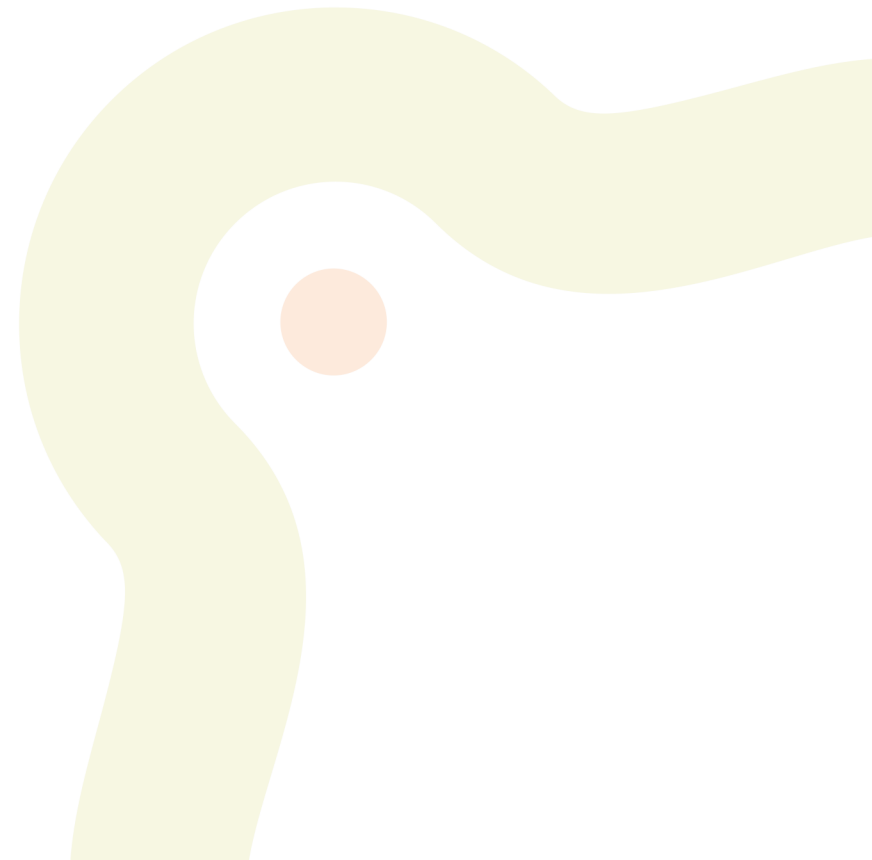


Inprenten

🏠 Zachte ontvanger & scherp beeld

🏠 Zelf:

- 🏠 echtheid, grenzen, discipline, respect
- 🏠 overtuiging/geloof in je product/dienst



Inprenten

📌 Beïnvloeden:

📌 **Onderzoeken** (haal je direct uit je inventarisatie) > cijfer geven en daarna: wat is ervoor nodig om hier 1 punt (of meer) hoger op te scoren?

📌 Overtuigen

- 📌 Probleem aankaarten en vergroten
- 📌 Wat betekent dit voor jou?
- 📌 Oplossing aandragen: voordeel van X is ... dat komt door ... (feit)
- 📌 UBR's noemen, WIIFM (What's In It For Me)?

Afsluit technieken:

📌 Direct

- 📌 School/leerkracht vraagt om les in te plannen.
- 📌 Jij vraagt school/leerkracht om les in te plannen.
- 📌 Je vraagt wie er over de planningen van de diverse klassen gaat.



Afsluit technieken:

📌 Indirect (aanname):

📌 Wanneer zou je het willen inplannen?

📌 Twee opties: heb je liever een ochtend of een middag?



Afsluit technieken:

📌 Actieplan

- 📌 Als we beginnen met groep 7/8 dan kunnen we daarna evalueren en bij positieve feedback de overige groepen inplannen.

Afsluit technieken:

📌 Voordeel Prijs Voordeel.

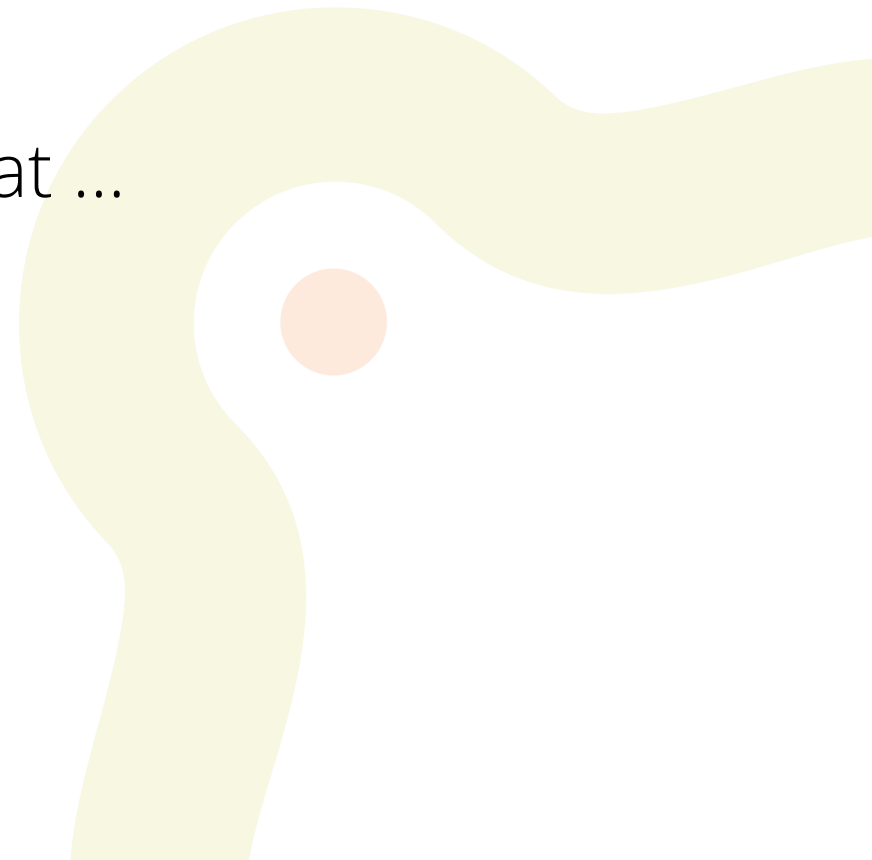
📌 Het voordeel van boer in de klas is dat de kinderen een leuke afwisselende les hebben dit kost per keer € 170,00 en zorgt ervoor dat de kinderen een goed beeld krijgen waar en hoe hun voedsel wordt geproduceerd.

Afsluit technieken:

- 📌 School/Collega erbij betrekken.
 - 📌 School uit dorp/stad kan...
 - 📌 Leerkracht uit de buurt is prettig
 - 📌 Moet zich ermee kunnen identificeren
 - 📌 Algemeen: veel mensen die x gebruiken zijn hierover erg tevreden
- 

Een goede Pitch

- 📌 Voorstellen, naam + bedrijf + compliment
- 📌 Probleemstelling > zorg dat je relevant bent
- 📌 Oplossing > kort en bondig
- 📌 WIIFM (What's In It For Me) > dit betekent dat ...
- 📌 Oproep tot actie > afspraak, proefles, etc.
- 📌 ...



Een goede Pitch

📌 Langzaam en duidelijk praten!

📌 Cijfers & statistieken doen het goed

"80% van het de kinderen uit de randstad denkt dat groente uit een potje uit de fabriek komt..."

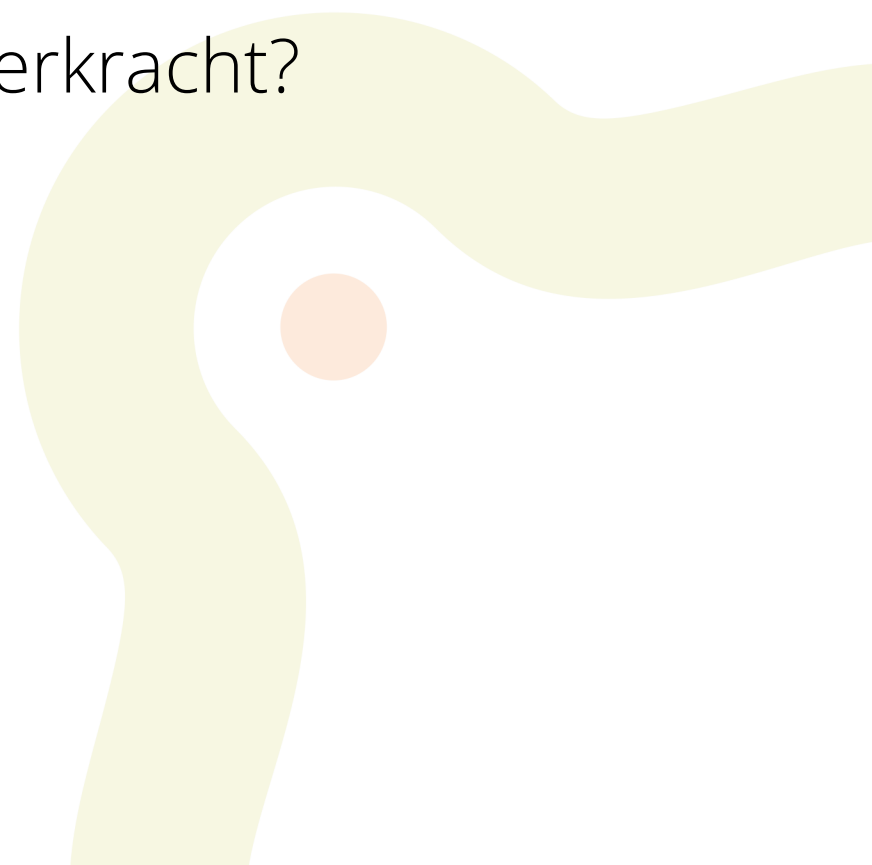
📌 Humor kan helpen (maar moet wel bij je passen)

📌 Vermijd afzwakkend taalgebruik, zoals 'misschien' en 'eventueel'

📌 Oefenen, oefenen, oefenen!

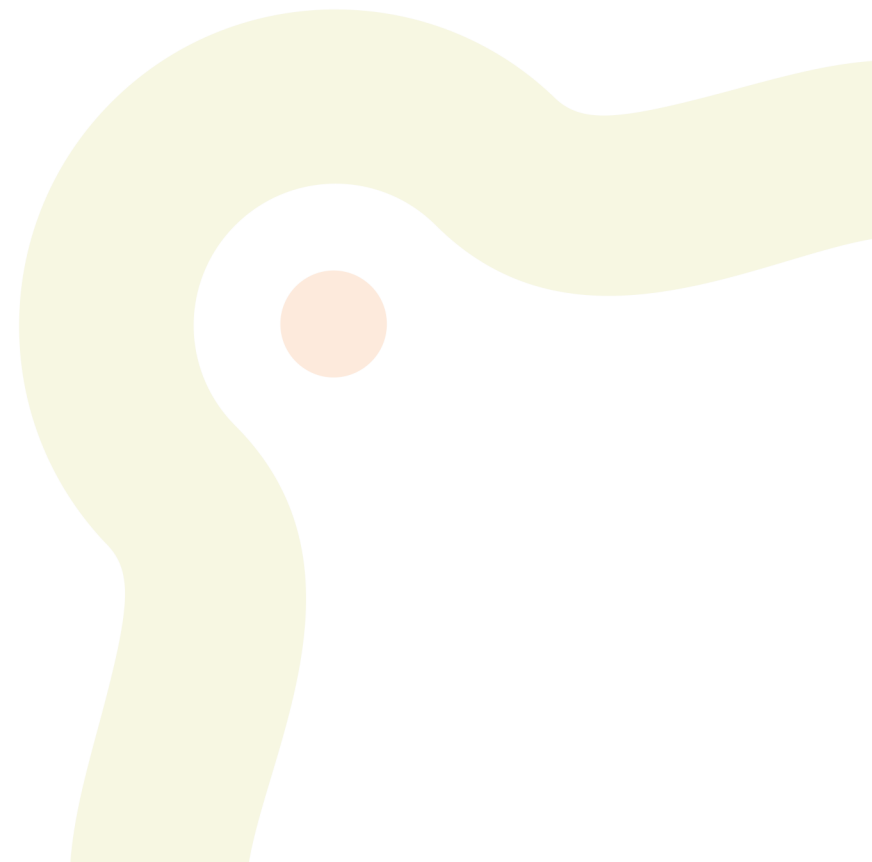
Sales Pitch

- 📌 stap 1: wie ben jij (naam, functie, bedrijf?)
 - 📌 stap 2: Wat onderscheid Boer in de Klas?
 - 📌 stap 3: Wat betekent dat voor de school/leerkracht?
 - 📌 stap 4: Bewijs dat
 - 📌 stap 5: sluit af met een vraag om actie
- 📌 Alle 5 de zinnen vormen samen je pitch



Oefening:

📌 Maak 2 à 3 pitches



Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

 **B**evestiging

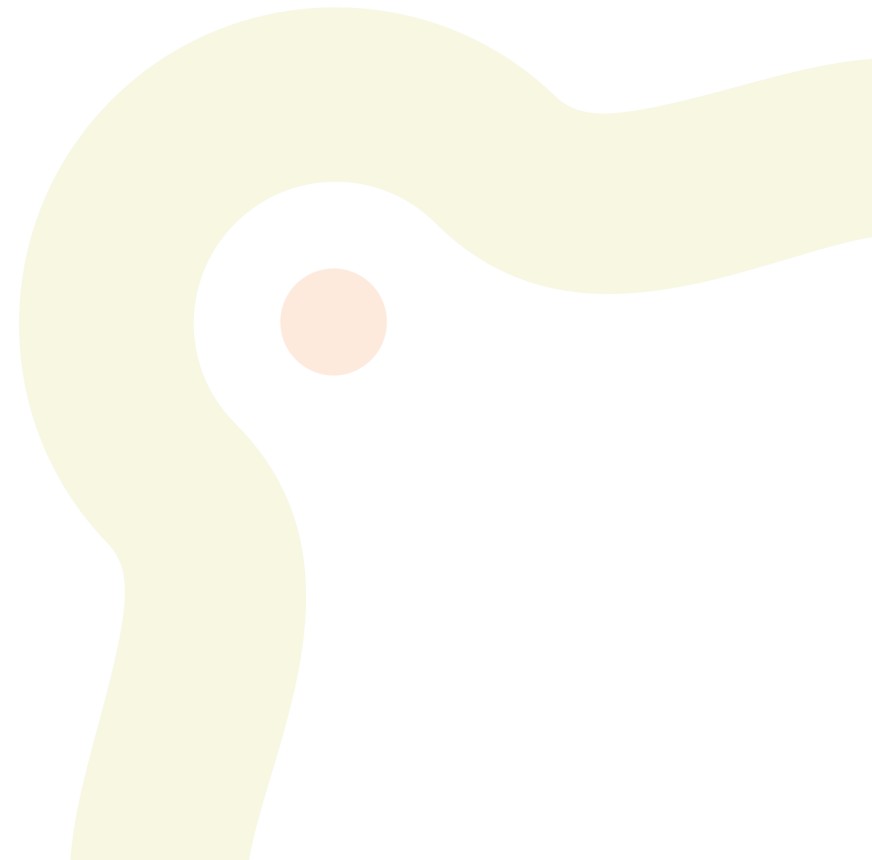
 **A**anmoedigen

 **D**oorvragen

 **S**amenvatten

 **O**plossen

 **C**ontrolleren



Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

B = Bevestig het bezwaar, herken en erken het
“Het is wel heel erg duur.” (herkenning)
“Ik begrijp dat u ons programma duur vindt?”
(erkenning)

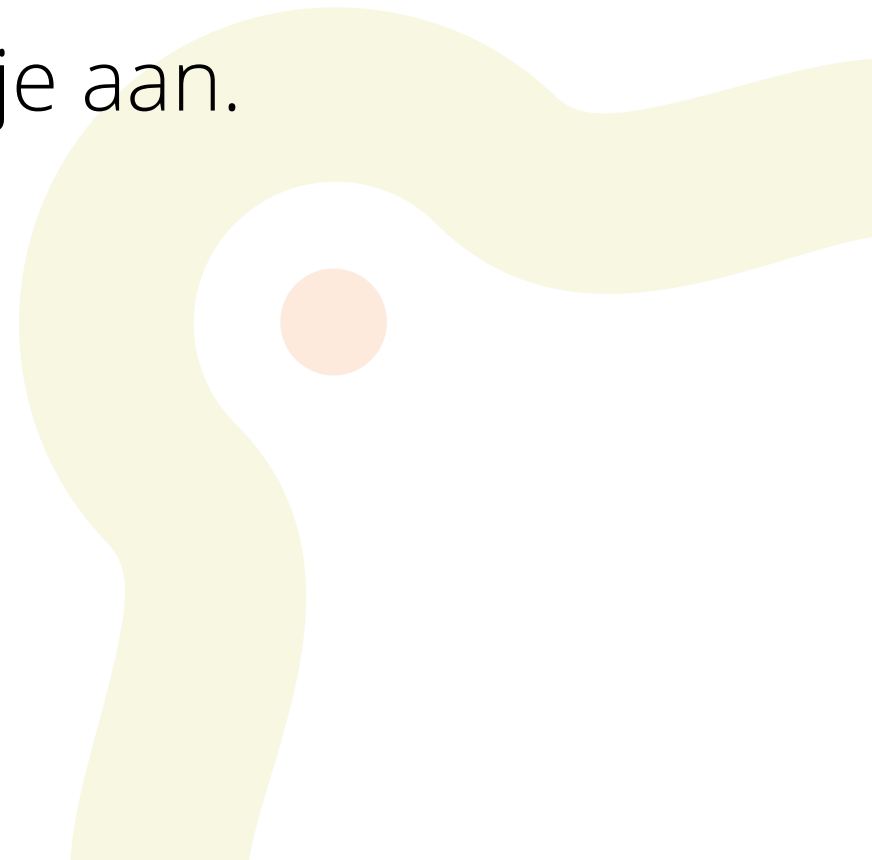
Mening van persoon, dus altijd gelijk!
Stoom laten afblazen
Geen welles-nietesdiscussie starten
Operatie geslaagd, patiënt overleden



Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

A = Aandacht geven / Aanmoedigen

Negeer het niet! Moedig juist een beetje aan.



Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

D = Doorvragen

"Ik begrijp dat je het een hele investering vindt. Wat had je gedacht dat het zou kosten?"

"Mag ik zien wat zij precies aanbieden?"
(doorvragen)

"Stel dat ik dit voor je kan oplossen? Zou je dan de aanschaf overwegen?"
(proefafsluiting)

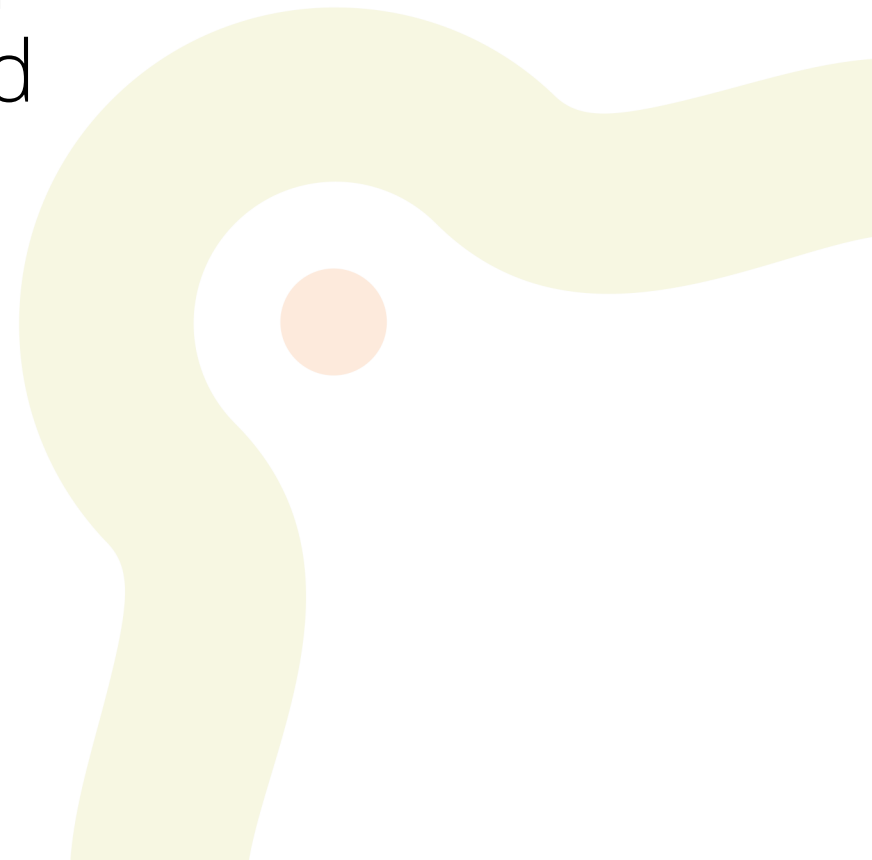


Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

S = Samenvatten

“Je hebt van leverancier X een prijs van Y liggen voor product Z. Heb ik dat zo goed begrepen?”

Geef gelegenheid om aan te vullen.



Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

○ = Oplossen

Herhaal de UBR's

Ombuigen

Verkleinen

Onderhandelen: geen korting geven, ruilen mag

Erkennen dat je het niet kunt oplossen



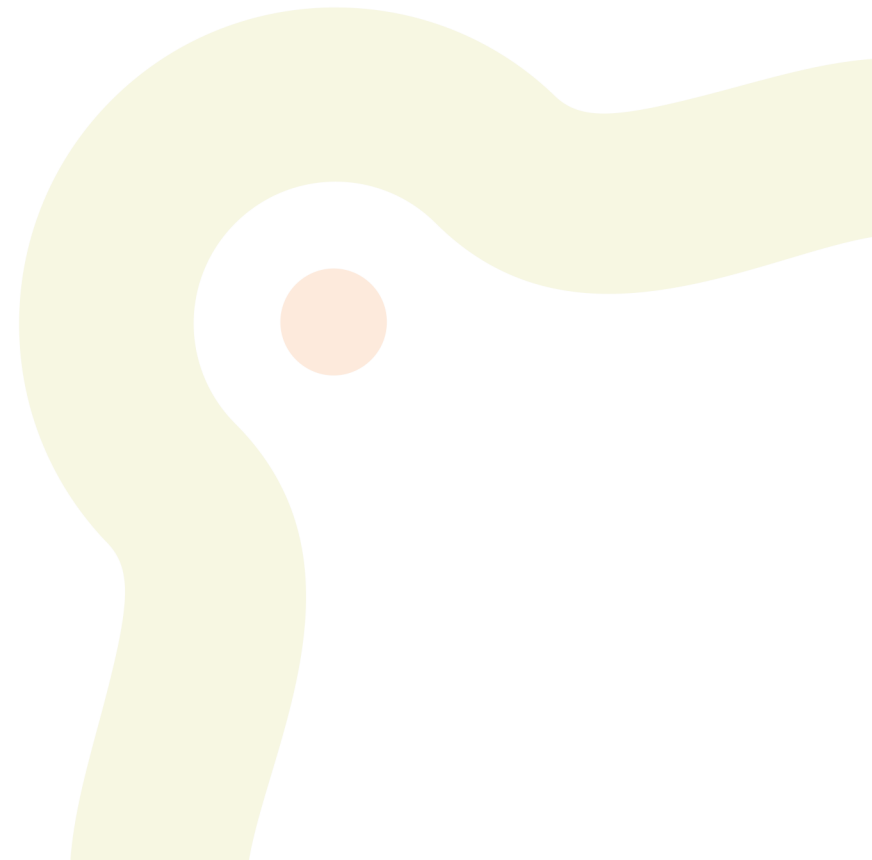
Omgaan met bezwaren: BADSOC-model

C = Controleren

Bezwaar benoemen

Oplossing aandragen

Voorstel doen

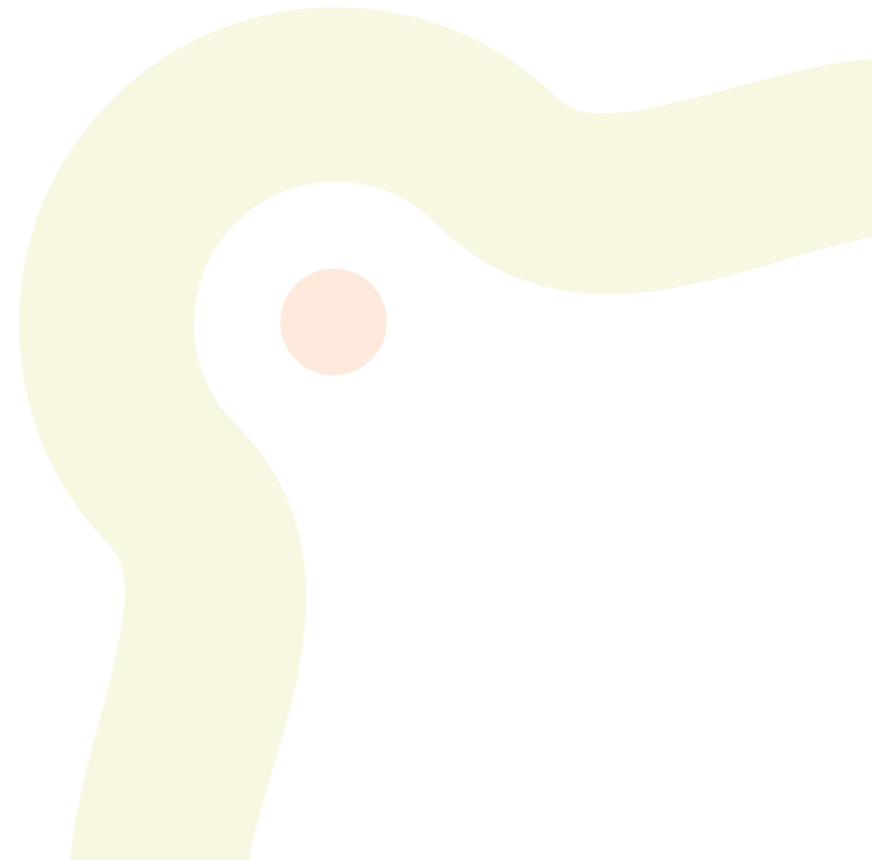


Soorten bezwaren:

- 📌 Oneigenlijke bezwaren: ze willen van je af, drogreden
- 📌 Gegronde bezwaren: rationeel, vaak goed te weerleggen, WIIFM herhalen
- 📌 Niet te weerleggen bezwaren: wél toegeven! Dan ook in perspectief plaatsen, balans opmaken/afwegen.
- 📌 Moeilijk te weerleggen bezwaren: Kans! Kost wel veel tijd. Extra bezoek? Collega mee? Benoem wat je wel hebt.

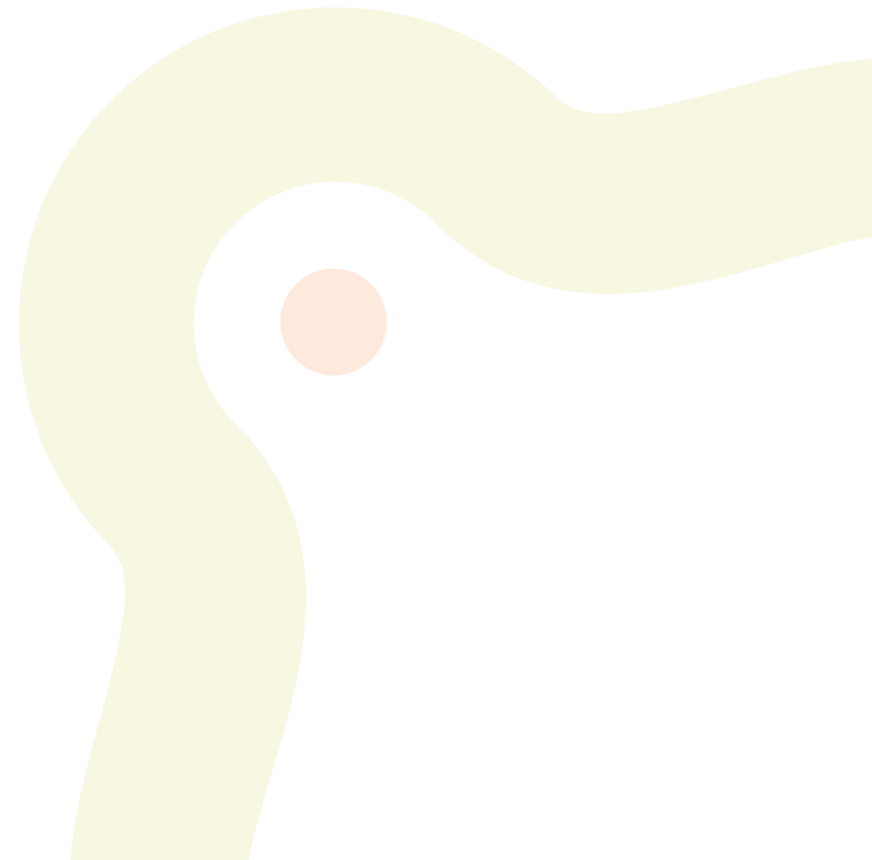
Oefeningen (mits tijd genoeg):

- 📌 10 meest gehoorde bezwaren in koppels.
- 📌 Bezwaren per koppel weerleggen tegen ander koppel.



Marketing Campagne

- 📌 Inzet eigen netwerk
- 📌 Websites scholen in de omgeving
- 📌 Bezoeken scholen in je omgeving
- 📌 LinkedIn/Facebook/Instagram
- 📌 Advertenties op Google
- 📌 Advertenties in onderwijsbladen
- 📌 Versturen nieuwsbrief (SharpSpring)



Tips voor omgang Social Media?

Facebook:

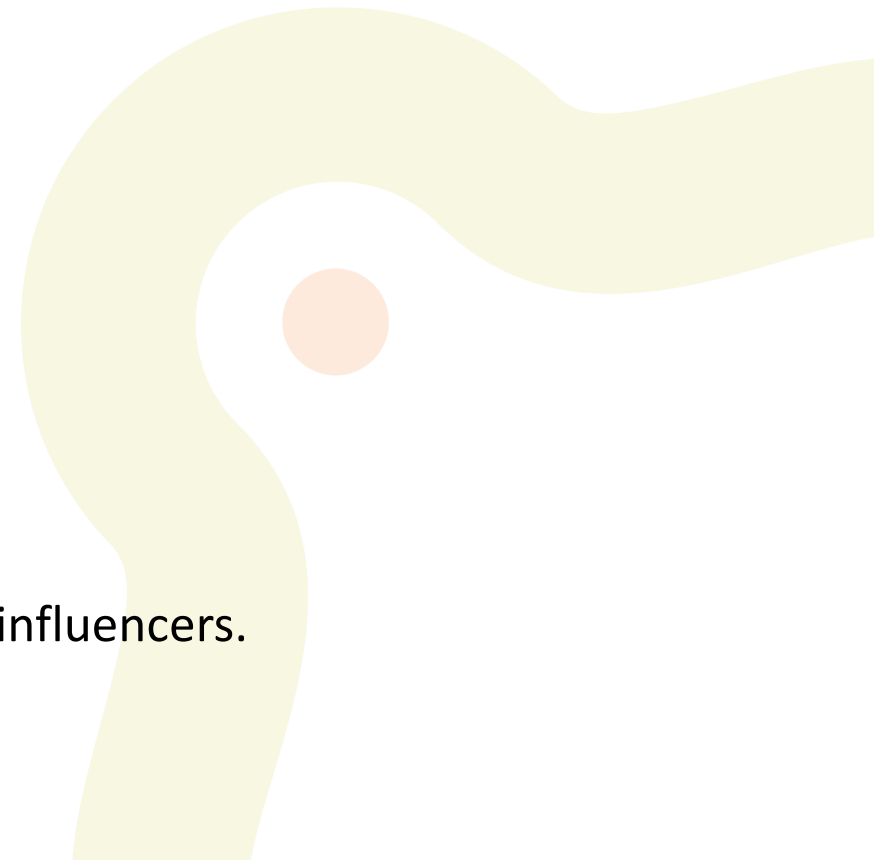
- 🏠 Doelgroep: Breed publiek, van jongeren tot ouderen.
- 🏠 Content: Gevarieerd, met de nadruk op persoonlijke updates, foto's, video's en nieuws.
- 🏠 Interactie: Reacties, likes, shares.

Instagram:

- 🏠 Doelgroep: Vooral populair bij jongere gebruikers.
- 🏠 Content: Visueel gericht, met de nadruk op foto's en korte video's.
- 🏠 Interactie: Likes, comments, direct messages.

Twitter:

- 🏠 Doelgroep: Breed publiek, maar vaak populair bij nieuwsmedia en influencers.
- 🏠 Content: Korte berichten (tweets) met links, foto's of video's.
- 🏠 Interactie: Retweets, likes, replies.



Tips voor omgang Social Media?

LinkedIn:

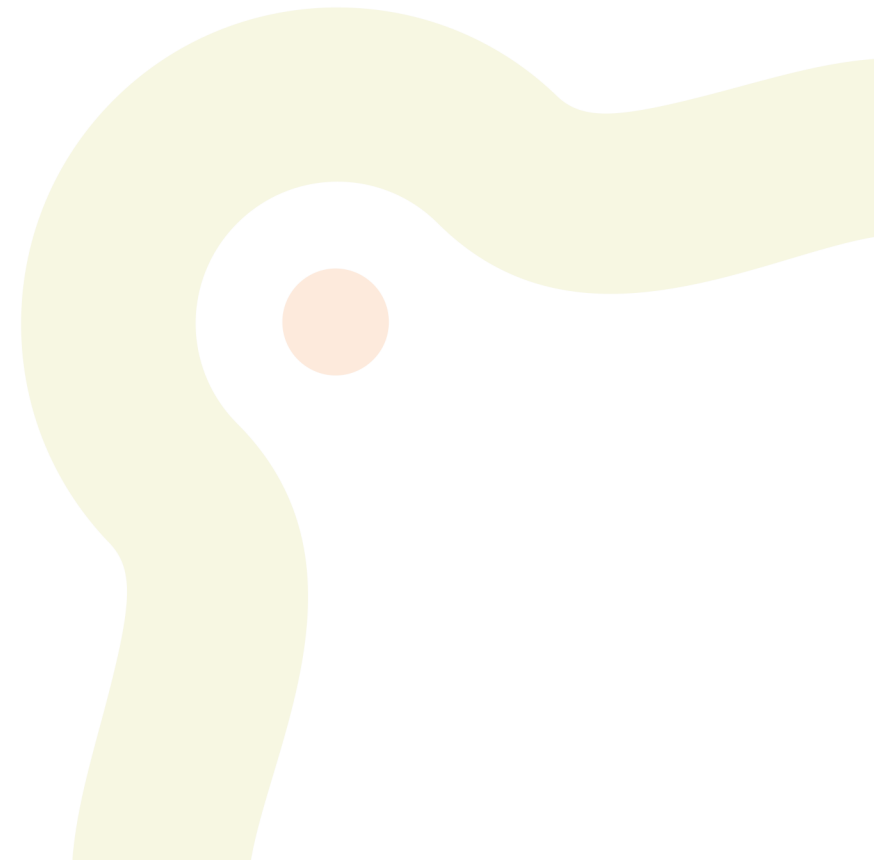
- 🏠 Doelgroep: Professioneel netwerk, gericht op zakelijke connecties.
- 🏠 Content: Loopbaangerelateerde updates, artikelen, professionele content.
- 🏠 Interactie: Connecties, endorsements, comments.

Snapchat:

- 🏠 Doelgroep: Voornamelijk jongeren en tieners.
- 🏠 Content: Korte, vluchtige foto's en video's, met filters en lenzen.
- 🏠 Interactie: Snaps, stories, chats.

TikTok:

- 🏠 Doelgroep: Vooral populair bij jongeren.
- 🏠 Content: Korte, creatieve video's met muziek en effecten.
- 🏠 Interactie: Likes, comments, duets.



Tips voor omgang Social Media?

Pinterest:

- 📌 Doelgroep: Vaak gebruikt door mensen die inspiratie zoeken voor projecten.
- 📌 Content: Visueel georiënteerde pins en borden.
- 📌 Interactie: Pins, repins, comments.

YouTube: (nummer 2 zoekmachine na Google!!)

- 📌 Doelgroep: Breed publiek, afhankelijk van het kanaal.
- 📌 Content: Lange video's variërend van educatief tot amusementsgericht.
- 📌 Interactie: Likes, comments, shares, abonnementen.



Tips voor omgang Social Media?

- 📌 Facebook is nog steeds de grootste in NL.
 - 📌 Niet 'delen' maar 'like' of 'commentaar' voor groter bereik.
- 📌 TikTok = TikTok content....
- 📌 Filmpjes doen het goed, houd rekening met privacy van kinderen!
- 📌 Wees niet bang voor negatief commentaar. Discussie mag mits respectvol...