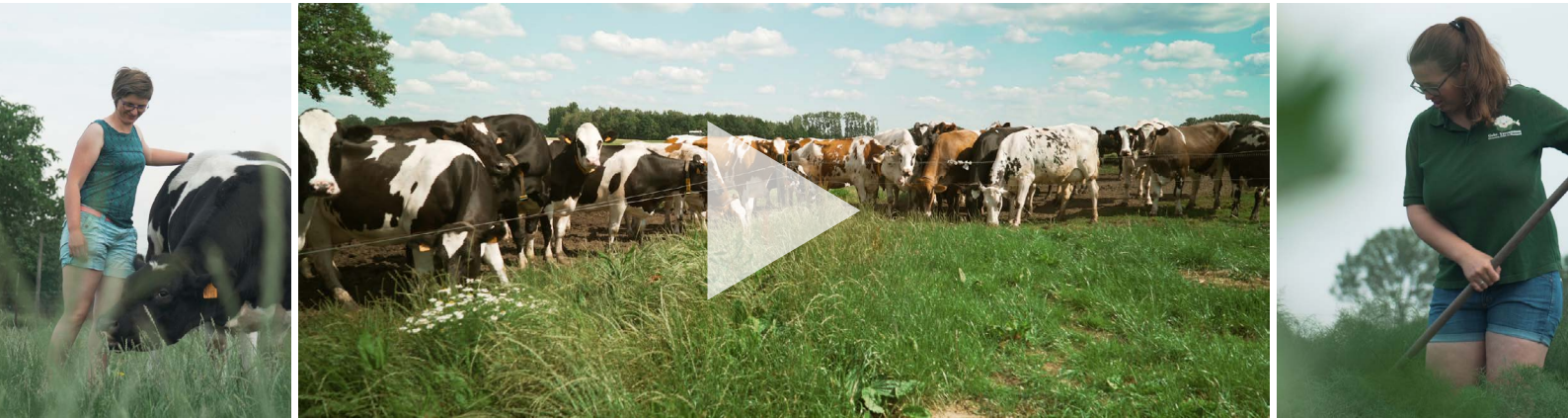


STARTKIT

Beleving op de boerderij



Doel van deze startkit: jou helpen bij de opstart van een beleefaangebod voor bezoekers op je boerderij. Er komt heel veel bij kijken om beleving op je bedrijf uit te grond te stampen. 13 ondernemende boeren volgden dankzij PDPO-subsidies een lerend netwerk van 2,5 jaar. Geleerde lessen, gedeelde ervaringen van deelnemers en expertise van boerenbedrijven die reeds aan beleving doen staan thematisch gebundeld in deze startkit om jou een stap vooruit te helpen.

met steun van



Europees Landbouwfonds
voor Plattelandontwikkeling
Europa investeert
in zijn platteland



Provincie
Antwerpen

Innovatiesteunpunt 
voor landbouw en platteland

Agrotoerisme

Agrotoerisme: wat is het?

In Nederland hebben het bedrijfsleven, maatschappelijke organisaties en onderzoeksinstituten samengewerkt rond het thema verbrede landbouw [Taskforce Multifunctionele Landbouw 2008-2012]. Onderzoeksresultaten, kaderinformatie en ervaringen van ondernemers werden gebundeld.

**MULTIFUNCTIONELE LANDBOUW IN NEDERLAND
MEER DAN BOEREN ALLEEN**



Boerderijbeleving heeft groeipotentieel

*Het verdienmodel
zit hem in de toegevoegde
waarde die je als
multifunctionele boer
creëert.*

Jan Huijgen - Eemlandhoeve

Wageningen Universiteit:

- Omzet Agrotoerisme in Nederland van 92 miljoen euro in 2007 naar 151 miljoen euro in 2013.
- Een substantiële klantengroep neemt deel aan plattelandstoerisme. Voor velen is het nog onbekend terrein terwijl zij hier wel positief tegenover staan. Plattelandstoerisme is een markt met potentie: groeipotentieel wordt geschat op 30%.
- De winstmarge van agrotoeristische activiteiten is beperkt: kleinschalige bedrijfsvoering, beperkte tariefstelling. Maar gezien de grote gastenwaardering enerzijds en de unique selling proposition (USP) van agrotoerisme ten opzichte van het reguliere aanbod anderzijds, lijkt er wel ruimte in de markt voor een hogere prijsstelling.
- Voor een concurrerende positionering in de toeristische markt is het van belang dat het agrotoeristisch aanbod zich onderscheidend blijft positioneren in haar kernproduct.

DOSSIER AGROTOERISME OMZET EN IMPACT

DOSSIER PLATTELANDSTOERISME EEN MARKT MET POTENTIE

Een beleefaanbod bedenken

Bedrijfsscan, omgevingsanalyse, marktstudie

Bedrijfsscan

Wat doe je graag?

Wat past bij jou?

Wat kan je al en wat moet je nog leren?

UITZICHT DOOR INZICHT

KANSENSCANNER

Omgevingsanalyse

Toegankelijkheid?

Concurrenten in de buurt?

Omwonenden?

Gebiedsbeperkingen?

Beleidsplan gemeente?

Samenwerkingsmogelijkheden in de buurt?

Marktstudie

Wat bestaat er al dat op je idee lijkt?



Ga kijken bij concullega's, vraag offertes op, ga zelf mee beleven, Google andere voorbeelden om uit te leren.

Creatief innoveren

Boerengolf is reeds uitgemolken.

Hoe kom je tot een origineel beleefaanbod?

- » *Inspelen op trends: de markt in het oog houden.*
- » *Delen van kennis en informatie: we hebben zelf ook van anderen mogen leren. Wij vinden het geen probleem om anderen vooruit te helpen. Wij leren daar zelf ook weer uit.*
- » *Investeren in inrichting: draagt bij aan de beleving.*
- » *Creatief zijn en blijven ontwikkelen: blijven vernieuwen en je bedrijf in vraag stellen.*

John van Hal - 't Dommeltje

Je moet op voorhand echt meer nadenken dan wij. Prospectie doen. Wij zijn er te snel ingestapt.

Hilde De Sutter - De Vierhoekhoeve

Opleidingen volgen om goed op de hoogte te zijn is belangrijk. Mensen in de watten leggen, kost heel veel tijd.

Leen Declercq - De Grote Linde



Business plan Beleving

Het Business Canvas Model is de meest simpele manier om je idee te vertalen naar een plan.

Wat is je plan?

Voor wie is het bedoeld?

Welke acties moet je ondernemen om dit plan te ontwikkelen?

Welke partners kunnen je hierbij helpen?

Wat zijn je kosten?

Wat denk je te verdienen?

En hoe denk je je klanten te kunnen bereiken?

UITLEG BUSINESS CANVAS MODEL

- » Ruimtes zo inrichten dat je ze voor verschillende doeleinden kunt gebruiken.
- » Investeren in isolatie: zo kan de ruimte bij minder gebruik haar warmte vast houden.
- » Laat zeker wel de brandweer komen.
- » Doelgroep goed voor ogen houden: wat zijn de noden en wensen? Dat we toegankelijk zijn voor rolstoelers is een groot pluspunt.

Leen Declercq - De Grote Linde

Samenwerken

Stakeholdersanalyse

Wie heb je reeds in je eigen netwerk?

Wie zou je plan vooruit kunnen helpen?

Hoe kom je in contact met deze mensen?

Welke belangen hebben zij?

Netwerken



Naar netwerkmomenten gaan, lid worden van en deelnemen aan verenigingsleven en adviesraden, afspraken maken, komen tot nieuwe contacten en LinkedIn helpen je om jezelf als ondernemer te profileren en contactgegevens terug te vinden. Durf hulp te vragen.

Vraag hulp in je omgeving en doe het niet allemaal zelf. Handige familieleden, een nichtje dat goed kan schrijven, ... bespaart op budget. Wees creatief. Professionele foto's: werk samen met hobbyfotografen, geef gratis overnachting in ruil. Zoek de win-win. Inrichting deden we met een student binnenhuisarchitect: zij is jong en wil een portfolio opbouwen. Wij willen goedkoop een goede inrichting. Het is van grote waarde om samen te werken met studenten! Dat houdt je als ondernemer scherp.

Ellen Kok - De Nachtdijk

Als je iets wilt bereiken, moet je sociaal zijn en niet bang zijn om het gesprek met mensen aan te gaan. Tijd investeren in netwerken levert veel op.

Tuur Vandeweyer - Trezemieke

Mijn buurman ging een megastal bouwen. Hier moet je niet bang voor zijn, maar zie er kansen in! Samen bieden we nu een excursie aan: de grootste boer versus de breedste boer. Hier is veel animo voor.

Jan Huijgen - Eemlandhoeve

Samenwerken versterkt je eigen bedrijf: we werken met heel wat boerenbedrijven samen om het gebied te branden. We hebben respect voor ieders talent en eigen bedrijfsaanpak. Daarnaast: doe waar je goed in bent en besteed de rest uit: webshop was niet ons ding.

Thea Moonen - Den Elshorst

Elk jaar starten wij een nieuw project en hebben we een nieuwe uitdaging. Voor elk project gaat er tijd naar prospectie. We werken samen met mensen die de talenten in huis hebben: een schrijver, yogadocente, iemand die veel van kruiden af weet, iemand die wilgenhutten kan vlechten.

Jos Buysse - Ecosnooze

Werk samen met professionals [cateraar, foodtrucks] die zelf al in orde zijn met regelgeving [voedselveiligheid, diploma's] zodat je dat als landbouwer zelf niet moet doen.

Raf Rombouts - Romberama

Vergunningen

In landbouwgebied kun je niet zomaar al je plannen verwezenlijken.

De Vlaamse overheid hanteert een beoordelingskader waarmee de wetteksten rond bouw- en functiewijzigingen (omgevingsvergunningen) in landbouwgebied worden geïnterpreteerd.

LEES MEER OVER HET BEOORDELINGSKADER

Eerste vergunningaanvragen doen in kader van educatie. Contacten binnen de gemeente opbouwen. Niet direct met de grootste ambities naar de gemeente gaan. Dit gaat stapsgewijs: contacten opbouwen (buren, gemeente). Eerst sporadische activiteiten implementeren: Om te testen hoe dit gaat op je bedrijf. Is ook een heel ander soort vraag die je stelt bij de gemeente.

Raf Rombouts - Romberama

Politiek geëngageerd zijn zonder zelf in de politiek te stappen. Zetelen in gemeentelijke adviesraden. Zorgen dat je ook een uithangbord voor de gemeente bent. Betrouwbaar zijn en doen wat er is afgesproken. Locatie ter beschikking stellen indien er noden zijn vanuit de gemeente.

Luc Nouwen - Sint- Jozefhoeve

Goed contact onderhouden met zowel beleidsmakers als de administratie. We hebben de ambtenaar uitgenodigd om eens te komen kijken. Dit heeft toen zoveel indruk gemaakt dat zij een heel positief verhaal over Trezemieke verkocht binnen de gemeente. De gemeente komt inmiddels vanzelf naar Trezemieke als ze iets moeten organiseren voor bijvoorbeeld kinderen in de gemeente. Verbind je niet aan een politieke kleur.

Tuur Vandeweyer - Trezemieke

Hoe kun je een belevingsaanbod inpassen in landbouwgebied?

- Elke woning in landbouwgebied mag bijbouw hebben; garage, houthok en kippenhok. Tot 50 meter rond de woning.
- Toelaatbare functiewijzigingen voor gebouwen in agrarisch gebied:
 - **Woning** → kantoor, dienstenfunctie
 - **Woning** → logies
 - **Gebouw** → kinderboerderij, multifunctionele ruimte, paardenhouderij, manege, dierenasiel, dierenpension, dierenartsenpraktijk, jeugdlogies, tuinaanlegbedrijf, centrum voor dierentherapie, groene zorg
- Vrijstelling tijdelijke plaatsing constructies of functiewijzigingen:
 - **Maximale duur:** 120 dagen of 4 keer 30 aaneengesloten dagen per jaar
 - **Recreatiefunctie in landbouwgebied:** sport- en spelinfrastructuur, jeugdverblijven, kampeerinfrastructuur, parkings en verhardingen, festivalinfrastructuur, waterrecreatie

Voor onze lammetjesdag hebben we enkel een eventaanvraag ingediend bij de dienst toerisme van de gemeente. Een drankvergunning voor bier is niet nodig, enkel voor sterke dranken.

Benny De Busser - De Schaapskooi

Educatieve ruimte gaat in landbouwgebied wel. Een evenementenruimte niet. Bij verhuur van onze ruimte wordt het educatieve verhaal van de boerderij altijd gekoppeld. Wij serveren hoeve-smullertjes. Of wij koken in het kader van een kookworkshop [educatie] om in orde te zijn met voedselveiligheid. Zorg dat je al je vergunningen op voorhand in orde hebt.

Nadia De Paepe-Sucaet - Hof ter Motte

Verzekeringen & aansprakelijkheid

Aansprakelijkheid ten opzichte van je bezoekers.



- ✓ Rij niet met de tractor als er bezoekers in de buurt zijn.
- ✓ Machines afzetten [sleutels weg]. Stekkers van machines uit stopcontacten. Plaats ladders weg.
- ✓ Onderhoud de accommodatie goed.
- ✓ Mogelijkheid om handen te wassen aanbieden.
- ✓ Contact met dieren: onder begeleiding.
- ✓ Richtlijnen communiceren aan bezoekers.
- ✓ Toegankelijkheid duidelijk maken: waar wel en waar niet [opslagruimten, giftige stoffen, machines]. Sluit ruimtes af. Plaats een hek voor gaten en zolderopeningen.
- ✓ Laat kinderen niet spelen in de buurt van stapels pallets, balen stro of kuilbalen.
- ✓ Hond [of ander dier] niet los laten lopen.
- ✓ Controle brandblusapparaten. Wettelijke periodieke keuring speeltoestellen.
- ✓ Burgerlijke aansprakelijkheid exploitatie: beleefactiviteiten communiceren aan je verzekeraar.
- ✓ Een bordje hangen 'op eigen risico' ontnemt je aansprakelijkheid niet.
- ✓ Huishoudelijk reglement koppelen aan je offertes en overeenkomsten met klanten.

Onze speelweide hebben we volledig afgesloten. Wij hebben in het verleden een heel noodlottig ongeval meegemaakt.

Harry Broekxhof - Broekxhof

Mensen op het bedrijf zijn een aandachtspunt. Wij hebben een camerasysteem op de mengwagen gezet. Wij leggen op voorhand goed de risico's uit: de ouders kunnen zelf inschatten hoe hun kinderen zijn.

Inge van Raak - Brabantse Hei



Boekhouding, Btw, Juridische modellen



- ✓ Laat je bijstaan door een goede boekhouder.
- ✓ Kies waar je je beleefaanbod onderbrengt: onder een nieuwe juridische structuur of je huidige landbouwbedrijf.
- ✓ Houd rekening met de voorwaarden van VLIF-steun, de btw-boekhouding, landbouwforfait.
- ✓ Belang van bedrijfseconomische boekhouding: via analytische boekhouding zicht krijgen op hoe rendabel je verbrede activiteiten zijn.

FISCALE EN JURIDISCHE KNIPPERLICHTEN BIJ VERBREDING

Welk btw-tarief hanteren?

- ▣ Enkel overnachting: vrijgesteld van btw
- ▣ Verhuur zaal zonder diensten: vrijgesteld van btw
- ▣ Overnachting + ontbijt: 6% btw
- ▣ Evenementen die onder 6% btw vallen, moeten voor het publiek toegankelijk zijn tegen voorafgaande betaling van een toegangsrecht. Echter, wanneer het gaat om een rondleiding waarbij men niet "alleen" kan rondlopen, is het aan te raden 21% btw toe te passen.
- ▣ Maaltijden: 12% btw
- ▣ Verhuur zaal met activiteit: 21% btw
- ▣ Dranken: 21% btw [tenzij louter levering, niet-alcoholische dranken: 6% btw, vb. drankautomaat]
- ▣ Recreatie, spelen vb. boerengolf: 21% btw

Voor Farmfun zijn we veranderd van boekhouder. Wij hebben zeer veel geleerd van een boekhouder die ons wakker houdt: hij zet ons aan om zaken aan te pakken en te verbeteren. Door meer cijfers in beeld te brengen, leer je wat het oplevert. We werken nu met een online boekhoudprogramma: dagelijks kunnen opvolgen is een grote meerwaarde.

Patrick Weltjens - Farmfun

Bedrijfscommunicatie

Communiceren met je omgeving

De impact van je omgeving op jouw toekomstplannen is groot. Het is belangrijk om een goed draagvlak te creëren bij je omgeving.



1. Maak actief deel uit van de buurt, laat zien dat je bedrijf iets positiefs toevoegt aan de regio. Laat zien wat er op je bedrijf gebeurt.
2. Bouw een relatie op met je buurt waardoor klachten vermeden worden.
3. Communiceer op tijd. Durf te communiceren over hinder.
4. Voer individuele gesprekken met je burens. Luister goed naar bezorgdheden zodat je hierop in kunt spelen.
5. Communiceer met alle belanghebbende partijen. Niet alleen met burens maar ook met de ambtenaren, schepenen, burgemeester, verenigingsleven, organisaties in de buurt.
6. Geef je bedrijf of beleefplan een gezicht zodat mensen weten welke persoon te benaderen.
7. Staar je niet blind op 'diehards' (kleine hardnekkige tegenbeweging), maar probeer de rest van je burens mee te krijgen.

Als er iets nieuw is: stuur het naar het gemeentekrantje. Daar kan je je imago mee opkrikken. Gratis PR.

Ellen Kok - De Nachtdijk

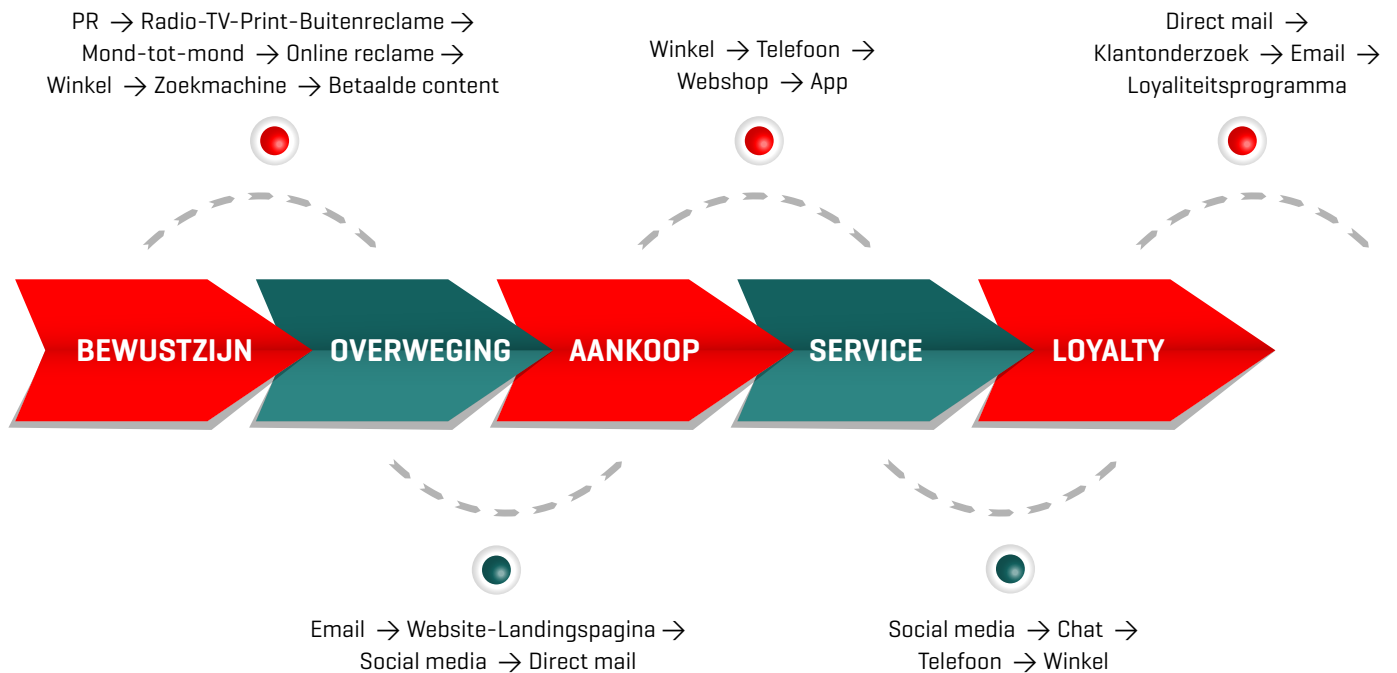
Wij houden goed contact met de geburen, houden elkaar te vriend. Wij informeren hen ook als er een activiteit plaatsvindt.

Raf Rombouts - Romberama

De samenwerking met de burens verliep in het begin moeizaam. De verbouwing van de stal zorgde voor veel overlast. Om de buurt te vriend te houden hebben we tijdens de kerstvakantie een feestje gehouden voor de buurt. Dit viel in goede aarde bij iedereen. Wees open naar iedereen. Laat zien wat er gebeurt op je bedrijf. Zij zullen dan meer begrip voor je tonen. Wanneer je iets voor hen doet, doen zij iets voor jou terug. Wij geven regelmatig overschotten van de hoevewinkel aan onze burens.

Tuur Vandeweyer - Trezemieke

Visitor Journey Circle



Klanten komen op verschillende momenten via diverse kanalen met je bedrijf in contact. In communicatie met een bezoeker heb je drie kansen: vooraf, tijdens en nadien.

GASTEN VINDEN, GASTEN BINDEN

- » *Communiqueer hoe je bereikbaar bent. Als ondernemende boer is een gsm-nummer slim.*
- » *Instant: er wordt verwacht dat je er snel bent voor de mensen. Als er een vraag binnenkomt: snel informatie geven of belofte maken dat je op een ander moment de informatie geeft.*
- » *Voor elk contactmoment geldt: kom je afspraken na!! Vertrouwensopbouw.*
- » *Reserveringsformulier: we installeerden een reactie (autoreply) waarin staat dat we de reservering hebben ontvangen.*
- » *Wij zijn aangesloten bij Booking.com. Zo krijgen we nieuwe klanten binnen. Ik zeg tegen hen: als je nog een keer komt, mag je ook altijd rechtstreeks bij ons reserveren. En ik geef hen een postkaart met contactinfo mee.*
- » *Direct boeken via je website mogelijk maken: dan heb je klanten niet meer aan de telefoon.*
- » *Je bent zelf blind geworden voor je eigen bedrijf: vraag feedback!! Stel open vragen. Hoe kan ik het anders/beter doen?*
- » *Contact nadien: nieuwsbrief 1 keer per jaar rond de feesten met nieuws over het bedrijf. Doel: herinnering terugbrengen bij klanten.*

Ellen Kok - De Nachtdijk

Gastvrije ontvangst op je bedrijf

- » *Waar moeten mensen parkeren: richtingaanwijzers.*
- » *Kijk kritisch naar je erf. Is het leuk genoeg, schoon, netjes, mooi, aantrekkelijk?*
- » *Grenzen zijn heel belangrijk: wat mag wel en wat mag niet. Doe dat op een leuke manier. Niet: huisreglement, maar spelregels.*
- » *Een hond is een heel eng wezen voor sommige mensen.*
- » *Mensen welkom doen voelen: het is belangrijk dat je er wel bent bij het onthaalmoment.*
- » *Lach, daar komen de mensen voor.*
- » *Uitwuiwen: gastvrij imago communiceren.*

Ellen Kok - De Nachtdijk



Marketing



WEBSITE

- ✓ Zakelijke informatie combineren met warme informatie.
- ✓ Website om de paar jaar vervangen en updaten.
- ✓ Contactgegevens op elke pagina (in banner): bezoekers aanzetten tot actie.
- ✓ Stukje geschiedenis wordt veel gelezen door klanten. [als ze eenmaal op je site zijn]
- ✓ Bedrijfsvisie communiceren. [duurzaamheid, zonnepanelen, warmte opslag]

GOOGLE

- ✓ Zorg dat je site wordt gevonden met zoektermen. Ben je wel vindbaar op Google?
- ✓ Google Analytics: het is gratis. Je leert met welke zoektermen mensen je site vinden.
- ✓ Zoektermen veel en goed gebruiken en regelmatig opnieuw gebruiken op je website.
- ✓ Google Mijn Bedrijf
Het is gratis. Hiermee verhoog je je vindbaarheid. Recensies laten schrijven door anderen.
- ✓ Google Alerts
Op de hoogte zijn van meldingen over je bedrijf.

FACEBOOK

- ✓ Via Facebook goede content creëren waardoor mensen hun interesse wordt gewekt zodat ze tot actie overgaan. [je website bezoeken]
- ✓ Top Topics
Helpt je om content te bedenken. Een speciale dag waar je promotioneel op inspeelt.
- ✓ Filmpjes trekken aandacht. Lengte 10 sec maximaal. Liefst zonder geluid. Ondertiteling eventueel indien de beelden niet voor zich spreken.
- ✓ 3 posts per week is richtlijn. Marketing vraagt tijd. Beter een uur per week gebundeld een aantal posts uitwerken.
- ✓ Vraag mensen niet om je pagina te volgen of liken.
- ✓ Vraag of ze een foto/ recensie/ filmpje op je facebook pagina plaatsen. Interactive pagina. Het netwerk van deze mensen is van grote meerwaarde voor jouw bedrijf.
- ✓ Gebruik geen hashtags op Facebook: werkt niet.
- ✓ Geef een zin uitleg bij een foto of video.

INSTAGRAM

- ✓ Als je een foto van mensen gebruikt, moet je toestemming hebben. Een foto van mensen in een openbare gelegenheid mag wel. Meer dan 15 mensen mag ook zonder toestemming.
- ✓ Google afbeeldingen: zoek de foto's die gelabeld zijn voor hergebruik. Er rusten geen rechten op.
- ✓ Business account: extra opties. Is gratis.
- ✓ Via Instagram foto's delen zodat mensen doorklikken naar je website: verhoogt de vindbaarheid van je website.
- ✓ Hashtags: zo kunnen mensen zoeken op onderwerp van de foto's. Max 5 hashtags per foto.
- ✓ Het helpt om dezelfde hashtags [zoektermen] te herhalen om je vindbaarheid te vergroten.



Klantcommunicatie

Hoe voorkom je botsingen met klanten?

Preventieve communicatie: informatie voorzien, kader communiceren, verwachtingen helder maken van te voren [mail, telefoon, als ze aankomen].



- ✓ Locatie en bereikbaarheid: hoe er te komen, waar parkeren?
- ✓ Aanvangsuur, tijd dat de activiteit in beslag neemt, timing [wanneer wat?], draaiboek.
- ✓ Praktische afspraken:
 - Schoenen, aangepaste kleding.
 - Eten en drinken: waar, hoe laat.
 - Veiligheid: waar moeten ze rekening mee houden?
 - Hygiëne: waar kunnen ze handen wassen?
 - Toilet.
 - Roken.
- ✓ Voorbereiden op de realiteit: het kan zijn dat er een dier sterft.
- ✓ Vragen naar de interesse van de groep om de activiteit daarop af te stemmen.
- ✓ Toegankelijkheid voor mindervaliden.
- ✓ Checklist van basisafspraken [huishoudelijk reglement] bezorgen.
- ✓ Prijslijst van alle onderdelen communiceren.
- ✓ Bordjes:
 - Werk met pictogrammen.
 - Voor de veiligheid van uw kinderen vragen we u hen te begeleiden. [Je wens in het voordeel van je bezoeker formuleren]
 - Niet een erf vol bordjes met wat niet mag. Eerder communiceren wat wel mag.

Wees je ervan bewust dat als je mensen op je bedrijf krijgt je ook reacties over het welzijn van de dieren zult krijgen. Wij gebruiken mandjes om konijnen in te doen. Kinderen kunnen zo konijnen wel pakken. Maar de dieren worden niet geknepen of kunnen niet vallen.

Nadia De Paepe-Sucaet - Hof ter Motte

Waar kun je op letten als je met een klant botst?

Rode versus **groene** communicatie.



GROENE COMMUNICATIE

- ✓ Ik begrijp dat dat heel vervelend is voor jullie. [begrip tonen]
- ✓ We zijn helaas gesloten. Vandaag is mijn ijstoog niet ingericht. [uitleg geven over de situatie]
- ✓ Aanspreken op gedrag. Bij de feiten blijven: het is al even geleden dat ik je zag op ons plukveld. Je kruiwagen is helemaal gevuld met rode bieten.
- ✓ Vertel eens: waarom pak je dit nu zo aan? [open vragen stellen]
- ✓ LSD: Luisteren, Samenvatten, Doorvragen.
- ✓ Uitleg geven waarom de dingen zo gaan: in onze vakantiewoning zijn dieren niet toegelaten aangezien wij ook mensen met allergieën verwelkomen.
- ✓ Wat kunnen wij verbeteren zodat u deze informatie niet had gemist? [bereid om zelf te verbeteren naar een volgende keer]
- ✓ Huren jullie deze ruimte er graag bij? Zal ik het mee op de factuur zetten? Hebben jullie nog andere wensen naar mij met betrekking tot het gebruik van deze ruimte? [positieve houding: ervan uitgaan dat mensen geen kwade bedoelingen hebben]
- ✓ Oefen dit soort gesprekken op voorhand zodat je gemakkelijker weet wat te zeggen.
- ✓ Op een lerende manier kijken naar situaties die zich voordoen: wat had ik [als ondernemer] anders kunnen doen/zeggen?

- ✓ Negatieve reactie op dierenwelzijn: wij nodigen je graag uit om eens een dagje op onze boerderij mee te komen doen om een gedegen beeld te krijgen van onze omgang met de dieren.

- ✓ Klachtbehandeling: ik heb het goed ontvangen. Ik onderzoek dit. Laten weten wanneer je antwoord geeft.

*Positief blijven.
Mensen niet erop aanspreken.
Ik neem dit punt mee naar een volgende keer om het dan anders aan te pakken.*

Leen Declercq - De Grote Linde

Inkomsten

Kostprijs en prijszetting

TOOL KOSTPRIJSBEREKENING

We zijn niet de goedkoopste. Marktconform kijken we naar de prijzen: wat is het de klant waard? We hebben niet eerst alle kosten opgesomd. We bieden meer kwaliteit: klantentevredenheid is heel belangrijk. We zitten een beetje in de middenmoot met onze prijzen (teambuilding markt). Hoe kunnen we mensen nog langer vast houden is onze uitdaging.

Patrick Weltjens - Farmfun

TOOL PRIJSZETTING

Crowdfunding

Jan Huijgen [Eemlandhoeve] wilde investeren in een multifunctionele ruimte en aanleg verharding. Kost: € 100.000. Hij wilde niet bij de bank langsgaan en is een crowdfunding gestart. 100 burgers hebben ieder €1000 aan hem geleend voor een periode van 10 jaar. De jaarlijkse rente van 8% keren ze uit in vlees van hun koeien of andere hoeveproducten.

Jan vroeg zijn klanten waarom ze hem geen geld zouden lenen. De bezorgdheid was: wat gebeurt er met het geld als Jan er niet meer is? Hiervoor heeft hij een vzw opgericht.

Jan doet intakegesprekken met de investeerders: Burgers kunnen heel bemoeizuchtig zijn. Als het niet klikt, mogen ze niet investeren. De motivatie van de investeerders is: het rendement van deze lening ligt hoger dan bij de banken, als scholing [ouders willen dat hun kinderen weten waar hun voedsel vandaan komt], een lokale zekerheid [je hebt een boer achter de hand].

- » Hou zelf de controle/touwtjes in handen over je bedrijf.
- » Wees eerlijk tegenover investeerders: vzw opgericht.
- » Boerderijen zijn oaseplekken. Gun investeerders de beleving van het boerenbedrijf.
- » Organiseer evenementen en activiteiten voor je investeerders.
- » Maak gebruik van het netwerk van investeerders: zij bezitten talenten waar je gebruik van kunt maken.
- » Ga na afloop van de lening weer op zoek naar een nieuw soort lening: herinvestering.

Jan Huijge - Eemlandhoeve



Subsidies

VLIF (VLAAMS LANDBOUWINVESTERINGSFONDS)

SUBSIDIEDATABANK AGENTSCHAP INNOVEREN& ONDERNEMEN (VLAIO)

SUBSIDIES DIE OOK OPENSTAAN VOOR LAND- EN TUINBOUWBEDRIJVEN

INNOVATIESTEUNPUNT



Bij aanvragen van subsidie rekening houden met het creëren van maatschappelijke meerwaarde, innovatie, bovenlokaal bereik en samenwerken met andere organisaties.



Timemanagement

Breindump

Met een nieuw projectplan komen de taken en to-do's op je af.

Een Breindump zorgt voor meer overzicht:

- Doel: meer helderheid en rust in je werk.
- Hoe: schrijf alles wat je nog moet doen op een lijst uit. Zowel zakelijk als huishoudelijk/privé.
- Effect: onrust uit je hoofd naar papier.
- Je moet niet meer op je geheugen vertrouwen.
- Meer inzicht in wat je nog moet doen.
- Op papier makkelijker om structuur en prioriteiten aan te brengen.

Moet ik dit nu doen?

Doe het nu

Zeg het nu: delegeer

Plan het nu



Delegeren kost tijd op korte termijn. Uitleg geven. Regelmatig vragen: hoe loopt het, hoe gaat het? Langs de zijlijn blijven zonder het werk zelf op te pakken. Op langere termijn win je tijd.

Planning en prioriteiten

Visualiseer een bokaal waar je grote stenen in steekt. Van zodra deze vol is, is er plaats om deze te vullen met kiezels. Daarna kan er met gemak nog zand bij en tenslotte kun je nog water toevoegen.

Bij een planning moet prioriteit gaan naar de grote stenen: dat wat je wil doen. Voorkom dat je je tijd steekt in zand en water: dan kunnen de stenen er niet meer bij.

Denk aan je ideale dag, wat wil je graag allemaal doen en wat wil je absoluut niet doen? Welke activiteiten horen bij je passie en geven je energie?



TIPS VAN DEELNEMENDE BOEREN ONDERNEMERS OM BIJ JE PRIORITEITEN TE BLIJVEN:

- ✓ Telefoon: niet altijd direct opnemen. Als het belangrijk is, bellen ze terug. Voicemails samen beluisteren en dan gebundeld terug bellen.
- ✓ Telefoon: bewust wegleggen om meer te kunnen realiseren op andere vlakken.
- ✓ Telefoon op niet storen zetten: je kunt je telefoon zo instellen dat je favorieten (personeel, belangrijke klanten) je wel kunnen bellen.
- ✓ Poort toe doen als je gesloten bent. Erf afsluiten. Zodat je niet onnodig wordt gestoord.
- ✓ Goed communiceren aan klanten wanneer je wel bereikbaar bent.
- ✓ Consequent zijn naar klanten.
- ✓ Op vaste momenten pauzes pakken. Eten op vast afgesproken tijden.
- ✓ Privétijd inplannen als belangrijke steen in de agenda.
- ✓ Schuiven met de planning door weersomstandigheden geeft ook mogelijkheden: slecht weer, administratie bijwerken.
- ✓ Afbouwen waar je niet genoeg mee verdient of geen energie uit haalt.
- ✓ Tijd steken in processen verbeteren en werk efficiënter doen verlopen.
- ✓ Tijdsanalyse maken (waar gaat je tijd nu heen) om zo meer gemotiveerd te zijn om tijdrovers af te bouwen.

