

Hoe komen adviseurs aan hun kennis?

De belangrijkste informatiebronnen voor boeren zijn vertegenwoordigers en adviseurs. Maar hoe komen zij aan informatie die van toegevoegde waarde is op het agrarisch bedrijf? En welke ontwikkelingen op digitaal vlak zitten er aan te komen om ondernemers nog beter van dienst te zijn? Dat waren de ingrediënten voor een vervolgonderzoek van de communicatiebureaus Opraappers en ReMarkAble.

In 2010 presenteerden deze bureaus een groot onderzoek onder de noemer MultiMediaMeter. De belangrijkste conclusie was dat de persoonlijke adviseur de belangrijkste sparringpartner is op het boeren erf. Die adviseur moet qua kennisniveau dan wel voorop lopen. Om te achterhalen hoe ze dat doen is er dit jaar vervolgonderzoek uitgevoerd in de akkerbouwsector. Vier grote bedrijven, waarvan twee particuliere en twee coöperatieve, werden uitvoerig ondervraagd. Daarnaast zijn er kleinere bedrijven telefonisch benaderd.

Kennis met toegevoegde waarde komt vaak van andere agrarische ondernemers. Vertegenwoordigers komen bij veel collegatelers en kunnen praktijkervaringen met nieuwe ontwikkelingen of nieuwe producten direct delen. Daarnaast vertalen ze de resultaten van nieuw onderzoek van derden naar de praktijk, voeren ze eigen onderzoek uit, leggen onderzoeksopdrachten neer bij instellingen en baseren ze zich op uitkomsten van proefvelden die ze zelf aanleggen. Tenslotte halen steeds meer bedrijven informatie uit het buitenland.

Wiki's of sharepoints

Om al die kennis snel te kunnen delen onder vertegenwoordigers werken een aantal grote bedrijven met een slimme database. Deze zogenoemde wiki of sharepoint zorgt ervoor dat nieuwe kennis na toevoeging direct voor alle vertegenwoordigers is te gebruiken. Maar door de interactie met de collega's is het tevens een platform om kennis en ideeën uit te wisselen om zo tot nieuwe inzichten te komen. Dit soort ontwikkelingen gaan volgens Martin Groot Severt van Opraappers snel. „Ik verwacht dat adviseurs straks met een Ipad verschijnen aan de keukentafel en via dit soort applicaties direct aanpassingen kunnen doorvoeren in de database. Als dat tot nieuwe informatie leidt voor ondernemers, kan die ook direct gegeven worden. "De grootste beperking aan deze ontwikkeling is de beschikbaarheid van internet op het platteland. Dat is nog niet overal goed."

Smartphones

Het gebruik van smartphones onder vertegenwoordigers werkt al wel. In de akkerbouw is de meest gebruikte toepassing het maken en rondsturen van foto's van zieke planten. Dit soort informatie zal straks ook in zo'n wiki worden vastgelegd.

Applicaties voor de smartphone vanuit de Nederlandse agribusiness zijn er op dit moment nog nauwelijks. De vraag is of het een grote vlucht gaat nemen. „De adviseur heeft toegevoegde waarde omdat die wat extra info kan brengen op het erf. Ook de ondernemer zelf wil het persoonlijk contact met de adviseur niet missen. Die wil graag klankborden met zijn adviseur. Bovendien is het voor een klein land als Nederland relatief duur om een app te ontwikkelen", aldus Groot Severt.

Adviseurs maken in hun werk nog niet of nauwelijks gebruik van sociale media. Men ziet daar op dit moment de zakelijke relevantie niet van in. Als ze het toch gebruiken is het re-actief. Ze reageren op berichten die negatief zijn ten aanzien van hun producten en bedrijf. Groot Severt verwacht dat sociale media in de toekomst wel gebruikt gaan worden om te communiceren met boeren. „De toekomstige generatie adviseurs en ondernemers is vertrouwd met het medium. Het snel delen van actuele informatie uit het veld kan waardevol zijn voor de boer. Voor de adviseur of zijn bedrijf is het een manier om de relatie met zijn afnemer te versterken. Deze vorm van communicatie, mede door de mogelijkheid van interactiviteit, gaan we in de toekomst meer en meer zien. Het komt erbij, het zal niet het persoonlijk contact met de adviseur verdringen."