



HET MEDIALANDSCHAP IN DE AGRARISCHE SECTOR IS DE LAATSTE JAREN STERK VERANDERD. DOOR OPKOMST VAN NIEUWE MEDIA KOMEN ER VOORTDUREND NIEUWE COMMUNICATIEMIDDELEN BIJ.

Hoe bereik ik boeren? MULTIMEDIAMETER

Ook de agrarische ondernemer verandert en dat geldt zeker voor zijn informatiebehoefte en -gedrag.

Het MultiMediaMeter onderzoek van Opraappers en ReMarkAble, twee gerenommeerde agrarische communicatiebureaus, geeft antwoord op de vraag: 'Hoe bereik je de boer het meest effectief?'

Onderbouwing van onderbuikgevoel

'In een versnipperd medialandschap is de kans op miscommunicatie levensgroot aanwezig. Er zijn veel uitgevers, uiteenlopend in omvang en markt bereik, die logischerwijs voor eigen parochie prediken. Het is dan ook niet vreemd dat veel bedrijven, die boeren tot hun doelgroep rekenen, de weg kwijtraken. Het overzicht ontbreekt. Wat is nu werkelijk de communicatiekracht van de verschillende mediakanalen en wat is de juiste mediamix onder bepaalde omstandigheden? Een onafhankelijk, compleet en betrouwbaar multimedia onderzoek biedt uitkomst.' Aan het woord is Wim Groot Koerkamp van ReMarkAble communicatie in Olst. 'De resultaten uit MultiMediaMeter stellen ons in staat om onderbuikgevoelens te onderbouwen of te weerleggen met feiten. Hiermee kunnen we samen met onze klanten de communicatieplannen beter afstemmen. En dat is prettig in een tijd waarin iedere euro goed besteed dient te zijn'. Martin Groot Severt van communicatiebureau Opraappers in Doetinchem vult aan: 'Veel bedrijven besteden een groot deel van hun marketingbudget aan communicatie met de eindklant. Het geld gaat naar advertenties, websites, beurzen en folders. Maar bereik je daarmee ook de akkerbouwer en melkveehouder die je wilt bereiken? En benutten die ondernemers de informatie die je ze aanbiedt?'

Mediamix

Meer kanalen leidt onherroepelijk tot versnippering van de aandacht. Om een boer effectief te bereiken, is het zaak om de juiste mix van middelen te kiezen. De vijf belangrijkste informatiebronnen bij oriëntatie op de aanschaf van bijvoorbeeld landbouwwerktuigen zijn persoonlijke gesprekken (met adviseur/verkoper), internet, vakbladen, schriftelijke informatie van bedrijven (folders, nieuwsbrieven) en vakbeurzen.

'Vakbladen hebben nog steeds een sterke positie. Dat geldt ook voor jongeren. Bij jonge ondernemers zie je in de oriëntatiefase een verschuiving van vakbeurzen naar internet. Met andere woorden: internet wordt steeds belangrijker en daarmee dus ook een goede website om je producten te presenteren', vertaalt Groot Koerkamp de onderzoeksresultaten naar de praktijk. 'De winst van MultiMediaMeter is dat je meer rendement uit je budget haalt.'

MMM online barometer

Opraappers en ReMarkAble geven aan dat het gezien de dynamiek in de mediamarkt goed is om de vinger regelmatig aan de pols te houden. Dit geldt zeker voor online communicatie waar de ontwikkelingen razendsnel gaan. 'De online ontwikkelingen gaan we monitoren. Minder uitgebreid wellicht dan MultiMediaMeter, maar wel frequenter. Klanten van onze bureaus kunnen participeren in deze MMM-online-barometer.' Groot Koerkamp besluit: 'Kennis van je klant en de informatiebronnen die deze gebruikt is een eerste stap op weg naar effectieve communicatie. Het gaat vervolgens om een strategische en creatieve invulling die de doelgroep aanspreekt. In de combinatie van mediakennis en creativiteit schuilt de kracht van een gespecialiseerd bureau.'

MULTIMEDIAMETER: zo informeert de boer zich

MultiMediaMeter Landbouw is een grootschalig, onafhankelijk mediaonderzoek in de agrarische sector (melkveehouderij en akkerbouw). Het onderzoek bekijkt alle communicatiekanalen waarmee de agrarisch ondernemer in zijn bedrijfsvoering te maken krijgt. Vakbladen, websites, e-mail, persoonlijke gesprekken, beurzen of informatie van bedrijven: het onderzoek laat zien hoe boeren zich het liefst informeren. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen bijvoorbeeld oriëntatie- en beslissingsfase en type product. Maar er is ook gekeken naar invloed van leeftijd, bedrijfsgrootte, regio en ondernemersdrijfveren. De resultaten van MultiMediaMeter zijn beschikbaar voor relaties van Opraappers en ReMarkAble. www.multimediameter.nl