



# Oriëntatie aankoop machine start steeds vaker op internet

Martin Groot Severt (links) en Wim Groot Koerkamp vertellen enthousiast over de mogelijkheden van de MultiMediaMeter.

Internet is voor melkveehouders en akkerbouwers steeds belangrijker om zich te oriënteren op de aanschaf van een nieuw werktuig. Na persoonlijk contact en vakbladen is internet een van de belangrijkste informatiebronnen. Dit bleek onlangs bij de presentatie van het MultiMediaMeter onderzoek naar de manier waarop de Nederlandse akkerbouwer en melkveehouder vakinformatie tot zich nemen.

## MultiMediaMeter

Importeurs en fabrikanten besteden een groot deel van hun marketingbudget aan communicatie met de eindklant. Het geld gaat naar advertenties, websites, beurzen en folders.

**"Vakbeurzen nog steeds belangrijk"**

Maar bereik je daarmee ook de akkerbouwer en melkveehouder die je wilt bereiken? En gebruiken die ondernemers de informatie die je ze aanbiedt?

"Dit zijn de vragen die aan basis liggen van de MultiMediaMeter", vertelt Martin Groot Severt, directeur van Opraappers Communicatie. Het Doetinchemse bedrijf ontwikkelde het grootschalige media-onderzoek in de landbouw samen met ReMarkAble in Olst.

Wim Groot Koerkamp, directeur van ReMarkAble, vult hem enthousiast aan. "Wij zijn alle twee specialist in agrarische communicatie. MultiMediaMeter is een instrument om onze plannen met feiten te onderbouwen, om zo met hetzelfde budget beter bij de akkerbouwer en melkveehouder in beeld te komen.

## MULTIMEDIAMETER: zo informeert de boer zich

MultiMediaMeter Landbouw is een grootschalig, onafhankelijk mediaonderzoek in de agrarische sector. Het onderzoek bekijkt alle communicatiekanalen waarmee de agrarische 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 tussen bijvoorbeeld oriëntatie- en de beslissingsfase en type product. Maar er is ook gekeken naar invloed van leeftijd, bedrijfsgrootte, regio en ondernemersdrijfveren. **Meer informatie: [www.multimediameter.nl](http://www.multimediameter.nl)**

Waar kun je het best je advertentie plaatsen en wat is belangrijk om op je website te hebben staan?"

## "Hoe bereik ik mijn klant?"

### Overgang naar digitaal?

Vanuit de markt is er veel belangstelling voor de MultiMediaMeter. "Dat is ook wel logisch", stelt Groot Severt. "De keuze aan communicatiemiddelen is de laatste jaren sterk toegenomen, terwijl de budgetten onder druk staan. Managers stellen zich de vraag: hoe kan ik mijn klanten het beste bedienen? Welke communicatiekanalen leiden echt

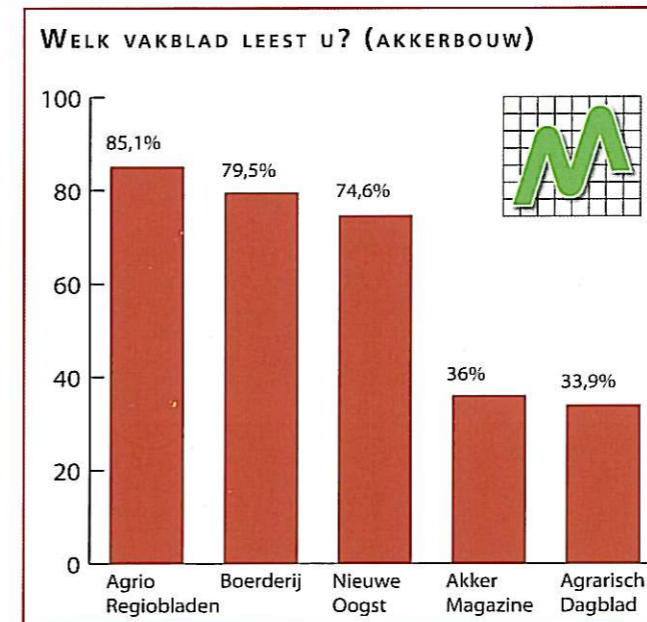
succesvol naar mijn klanten?" "En vergeet niet", benadrukt Groot Koerkamp, "dat de ontwikkelingen razend-snel gaan. Het is nog maar 20 jaar geleden dat internet werd uitgevonden. Youtube bestaat nog maar 5 jaar. Met de doorbraak van mobiel internet komen er weer nieuwe mogelijkheden bij."

### Jonge ondernemer

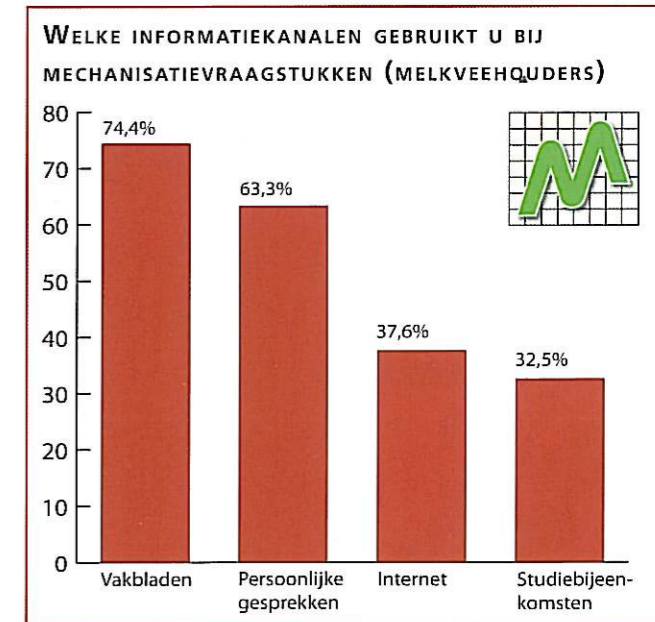
Meer kanalen leidt onherroepelijk tot versnippering van de aandacht. Om een boer effectief te bereiken, is het zaak om de juiste mix van middelen te kiezen. De vijf belangrijkste informatiebronnen bij oriëntatie op de aanschaf van bijvoorbeeld landbouwwerktuigen zijn persoonlijke gesprekken (met adviseur/verkoper),

internet, vakbladen, schriftelijke informatie van bedrijven (folders, nieuwsbrieven) en vakbeurzen. "In de oriëntatiefase zie je een verschuiving van vakbeurzen naar internet vooral bij jongeren. 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.

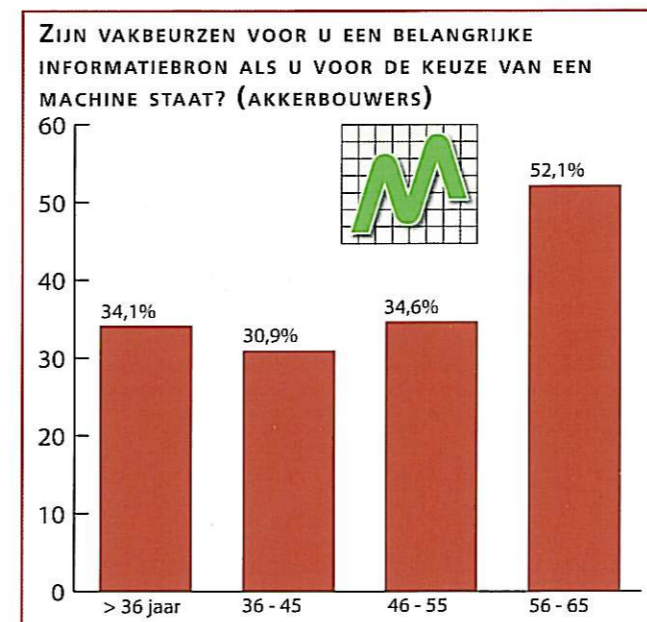
De winst van de MultiMediaMeter is dat je meer rendement uit je budget haalt. "De uitdrukking 'de helft van je communicatiebudget is weggegooid geld, alleen je weet niet welke helft' is wat ons betreft verleden tijd", stellen de twee communicatieadviseurs. •



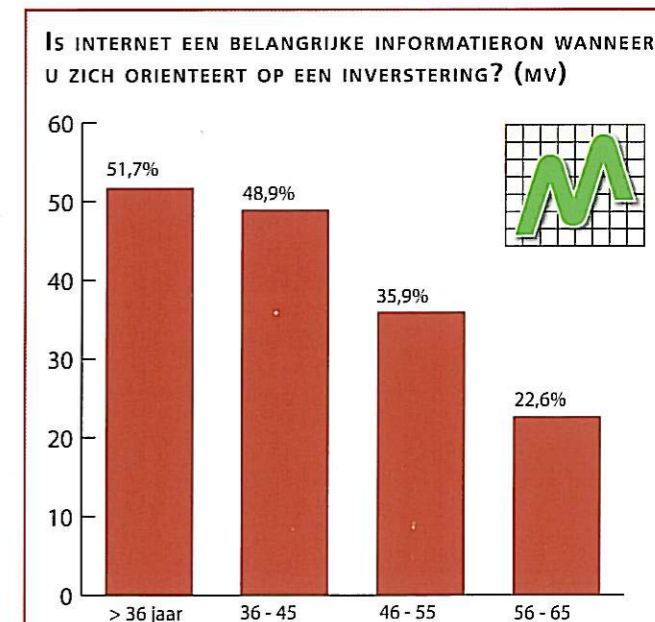
Top 5 vakbladen Akkerbouwers



Top 5 Informatiebronnen bij mechanisatievraagstukken Melkveehouderij



Verband beursbezoek - leeftijd bij oriëntatie investering Akkerbouwers



Verband internet - leeftijd bij oriëntatie investering Melkveehouderij