

Boerderijcommunicatie kan nog meer en beter

nieuws

Een goede bedrijfscommunicatie is cruciaal om de relatie tussen de consument en de voedselproducent te versterken én bepaalt tegelijkertijd ook het economisch succes van hoeveproducenten en bezoekboerderijen. Dat was de belangrijkste conclusie van een seminarie rond boerderijcommunicatie in het kader van EDUFERM, een Interreg-project.

🕒 12 NOVEMBER 2013 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:23

Lees meer over:

marketing

consument

Een goede bedrijfscommunicatie is cruciaal om de relatie tussen de consument en de voedselproducent te versterken én bepaalt tegelijkertijd ook het economisch succes van hoeveproducenten en bezoekboerderijen. Dat was de belangrijkste conclusie van een seminarie rond boerderijcommunicatie in het kader van EDUFERM, een Interreg-project.

Een 50-tal Franse, Oost-Vlaamse en West-Vlaamse hoeveproducenten en bezoekboerderijen staken de koppen samen om na te denken over het belang van boerderijcommunicatie. Het belang van goede bedrijfscommunicatie kan nauwelijks overschat worden: het versterkt de band tussen de consument en de producent en bepaalt in grote mate het economische succes van het landbouwbedrijf. Maar de communicatiemogelijkheden zijn nog nooit zo uitgebreid geweest, dus hoe pak je het aan?

Hoevewinkels en bezoekboerderijen hebben een belangrijke rol als ambassadeur om landbouw bij het grote publiek kenbaar te maken. Belangrijk is dat communicatie verder gaat dan enkel online aanwezig te zijn. Aandachtspunten als de toegankelijkheid van de hoeve, de aankleding van een bezoekersruimte, maar evenzeer een vriendelijke ontvangst maken duidelijk dat communiceren een totaalpakket is.

Mond-aan-mond reclame, al of niet via digitale kanalen, is nog steeds één van de meest effectieve manieren voor het promoten van boerderijactiviteiten.

Hoewewinkels en bezoekboerderijen hebben heel wat troeven. "Als landbouwer moeten we ons daarvan bewust zijn en vooral ook fier zijn op onze activiteiten en producten", zei Pieter Taelman van de Vierhoekhoeve tijdens de voorstelling van zijn boerderijactiviteiten aan het publiek. In de zoektocht naar meer en beter communiceren dienen landbouwers ook na te gaan welke kanalen hen het beste liggen. "Facebook werkt bijvoorbeeld niet voor iedereen en voor elk geval."

Om bedrijfsleiders verder te ondersteunen en op te leiden in het gebruik van nieuwe mediatechnologieën en communicatiestrategieën voorziet het EDUFERM-project in 2014 een vormingstraject. Geïnteresseerde hoeveproducenten en bezoekboerderijen kunnen hun interesse voor dit traject via nele.dejonckheere@inagro.be kenbaar maken.

Bron: eigen verslaggeving

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page:
<https://bsky.app/profile/viltnieuwbs.bsky.social>

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Crafted by [Brigada](#)