



**RURANT**

versterkt het platteland

# SCHATTEN OP HET PLATTELAND

het concept



# RURANT

versterkt het platteland

Ondernemerscoach is een project van RURANT en Innovatiesteunpunt in samenwerking met haar partners en met steun van ELFPO



Europees Landbouwfonds  
voor Plattelandsontwikkeling:  
Europa investeert  
in zijn platteland

VLAAMSE  
LAND  
MAATSCHAPPIJ



Provincie  
Antwerpen

## Aanleiding

Wanneer je als ondernemer nadenkt over een nieuw idee sta je er vaak alleen voor. Je moet zelf op zoek gaan naar informatie en inspiratie, nieuwe inzichten, mogelijkheden en kansen. Om plattelandsondernemers bij te staan in hun zoektocht organiseren we "Schatten op het platteland", een traject waarbij ondernemers hun idee kunnen pitchen voor een groep adviseurs-experten. Deze experts vormen een klankbord, geven onmiddellijk feedback en screenen de ideeën op haalbaarheid én screenen de ondernemerszin met het oog op een mogelijke doorverwijzingen naar een begeleidingstraject. Het traject levert zo een bijdrage aan de groeikansen van innovatieve ideeën naar haalbare verdienmodellen voor nieuwe producten, diensten of zelf de opstart van nieuwe bedrijfsactiviteiten.

## Doel

Het doel van Schatten op het platteland is een eerste beeld te vormen van de haalbaarheid van ideeën en plannen van (startende) ondernemers gecombineerd met een toets van de aanwezige ondernemersskills. Daarnaast stelt het traject zich enerzijds tot doel extra leermogelijkheden voor ondernemers te genereren en anderzijds om een lerend netwerk te bieden voor experts vanuit reële cases. Het uitgewerkte model dient een meerwaarde te zijn voor trajecten rond diverse thema's.

## Doelgroep

Onze doelgroep zijn plattelandsondernemers, met andere woorden ondernemers die producten en diensten ontwikkelen op de knooppunten van platteland met voeding, zorg, beleving, recreatie, educatie en/of inzetten op het verhogen van de toegevoegde waarde van hun (landbouw-)bedrijf, vertrekkend vanuit hun innovatief ondernemerschap en met als doel er een economische activiteit van te maken met een positief verdienmodel.

## Aanpak

Het hele traject vertrekt bij een open oproep waarop plattelandsondernemers op een heel laagdrempelige manier hun ideeën kunnen aanmelden. Na een korte screening volgt een telefonische intake als voorbereiding op de pitch voor de adviseurs-experten. Eerste feedback van de experts biedt de deelnemers gerichte aanknopingspunten bij het uitwerken van hun idee tot een haalbaar en realistisch ondernemersplan. Vanuit de verworven inzichten leiden we ondernemers meer gericht toe naar gepaste begeleidingstrajecten. De trajectbegeleider staat niet enkel in voor de praktische organisatie van het hele traject. Hij zorgt ook voor de gepaste begeleiding van de ondernemers richting pitchmoment.

## Stap 1/ Idee indienen

In deze stap verzamelen we op een laagdrempelige manier de nodige informatie via een gebruiksvriendelijke tool.

Tool = google forms (online)

Inhoud tool = informatieve vragen over

### 1/ het bedrijf

- Naam bedrijf\* + Naam ondernemer(-s)\*
- Straat + huisnummer, Postcode + gemeente
- E-mail\* + Telefoonnummer\*

### 2/ het idee

- Wat is het idee dat je wil aftoetsen\*

- Wat is de huidige stand van zaken? Welke stappen heb je al ondernomen?\*
- Welke struikelblokken kom je tegen of met welke drempels word je geconfronteerd?\*
- Wat verhindert de verdere uitwerking van je idee?\*
- Welke zaken moeten we voor jou zeker behandelen?\*

## Stap 2/ Intake

Middels een telefonische intake bespreken we kort de inhoud van het ingediende idee en polsen we naar de motivatie van de indiener om het idee effectief te verwezenlijken. Tijdens dit gesprek bereiden we de mensen voor op de pitch voor het expertenpanel opdat de ondernemers (in spé) dit als een unieke kans beschouwen om het idee af te toetsen, eerder dan het te zien als een vorm van een examen.

Tool: Leidraad telefonische intake + opvolgmail

Inhoud leidraad:

### 1/ Informatieve vragen

- Het idee helder in beeld krijgen
  - Idee helder voor jezelf? - Wat is je echte idee, wat wil je eigenlijk pitchen?
  - Mensen inspiratie bieden en op weg zetten om alvast het idee verder te concretiseren indien dit niet het geval is
- Zicht krijgen op de tijdlijn die de ondernemer zelf voor ogen hebben voor realisatie en uitwerking
- Polsen naar de motivatie om het idee effectief te verwezenlijken
- Polsen naar de verwachtingen van een begeleidingstraject (handje vasthouden of staan ze zelf sterker in hun schoenen)
- Andere vragen die leven?

### 2/ Schetsen van het begeleidingstraject

- Voorstellen van het doel en de aanpak van dit traject
- Polsen naar drive om hele traject te doorlopen

### 3/ Voorbereiding van de pitch

- Doel - verwachtingen helder stellen
  - Wat verwachten de experts van de pitch?
  - Wat verwacht de ondernemer van de pitch
- Praktische afspraken maken

Inhoud opvolgmail:

- Afspraken voor pitch
  - Locatie + timing (15' vooraf aanwezig zijn, plaats van aanmelden)
  - aandachtspunten voor pitch
  - Beschikbare tijd voor pitch en vragen
  - Beschikbaar materiaal voor presentatie
  - Vragen waarop de experts een antwoord verwachten
- Overzicht begeleidingstraject: data en inhoud
- Link 'Screeningstest ondernemingszin' - <http://ondernemingszin.ugent.be/>

## Stap 3/ Pitch

Voor ondernemers is een pitch een belangrijk instrument om hun idee op een korte en overzichtelijke manier te leren voorstellen. Vaak zijn heel wat facetten van het idee nog onduidelijk, zijn er nog (te) veel denkpistes of is de focus niet helder. De uitdaging met pitchen is dan ook om een 'Ah, dat is leuk' om te buigen naar een 'Dat is interessant! Vertel me meer.' Om dat te bereiken, koppel je het best een probleem of een behoefte aan een oplossing.

De voorbereiding van een pitch biedt ondernemers handvaten om meer focus te brengen in hun idee of plan door:

- de toekomstige structuur van het bedrijf/ de verbredingsactiviteit en de randvoorwaarden te verduidelijken
- de waardebeoordeling van het idee te verduidelijken
- De behoeften van klanten beter in kaart te brengen
- Kritisch te kijken naar het business idee

Een pitch is in dit stadium niet heilig makend. Zelfs een goede pitch dekt niet altijd de lading omdat de kwaliteit en inhoud van het idee vaak nog te algemeen zijn en dus niet altijd goed tot hun recht komen. Voor de experts is deze, vaak eerste ondernemerspitch wel een krachtig instrument om de achtergrond van het idee en de kwaliteit ervan beter in te schatten en zicht te krijgen op de ondernemersskills van de deelnemers. Feedback van de experts biedt in deze fase vaak nieuwe inzichten, inspiratie en voorbeelden waar de ondernemers nadien verder mee aan de slag kunnen gaan.

Aan de hand van een aantal criteria bepalen de experts of de ondernemersideeën rijp zijn om via een begeleidingstraject gefinaliseerd te worden in een haalbaar ondernemersplan. Sommige ideeën missen echter focus en sommige ondernemers (in spé) missen de juiste skills om de sprong naar het ondernemerschap te wagen. De feedback kan er ook op gericht om mensen tegen zichzelf te beschermen mocht een idee onrealistisch, onhaalbaar of onbetaalbaar blijken. Deze ondernemers maken beter eerst werk maken van het versterken van ondernemersskills (via een workshoptraject) om in een latere fase via begeleiding hun idee verder uit te bouwen.

### Samenstelling expertengroep

De samenstelling van de expertengroep hangt samen met het doel van de oproep. Een goede mix van kennis over het onderwerp en expertise rond ondernemerschap draagt bij aan de meerwaarde voor de ondernemers die meedoen aan het traject. Ook voor de experts zit er een voordeel aan deelname aan deze bijeenkomst: zij maken kennis met mensen met andere expertise en kennis waardoor ze ook van elkaar kunnen leren.

De samenstelling van de expertengroep binnen het project Ondernemerscoach ziet er als volgt uit: Boerenbond Innoveert, Steunpunt Korte keten, Unizo, Toerisme Provincie Antwerpen, KBC bank, Dienst Landbouw provincie Antwerpen, SBB en Thomas More Life Science.

### Briefing deelnemers

Tool: opvolgmail (zie punt 2 Intake)

Inhoud briefing

- 1/ Vragen waarop de experts een antwoord verwachten
  - waar je idee vandaan komt (kort achtergrond schetsen vb overname, arbeidsoverschot, extra inkomen verwerven, ...)
  - wat je idee precies is of waar je naar op zoek bent (kort en bondig maar heel helder)
  - wat je wil bereiken met de uitvoering van je idee
  - tegen wanneer je het gerealiseerd wil zien
  - waar je tegenaan loopt of wat je tegenhoudt om het idee te verwezenlijken
  - wat zijn jouw verwachtingen van het begeleidingstraject - wat verwacht jij van een coach?
- 2/ Leidraad voor pitch 'Pitchen, hoe doe je dat?'
  - Korte handleiding voor de deelnemers
  - Opbouw: probleem - oplossing - voordeel
  - Niet vergeten om je hoofdboodschap te vertellen.

- Informatiebronnen:
  - <https://thefloorisyours.be/blog/pitch/>
  - <https://www.nkpitchen.nl/2018/01/02/10-tips-voor-een-perfecte-pitch/>
  - <https://www.flandersdc.be/nl/gids/tools/pitch>

## Briefing experts

Tool: eerste telefonisch contact + briefing

### Inhoud briefing

#### 1/ praktische informatie

- Locatie, datum + timing
- Programma

#### 2/ inhoudelijke informatie:

- Overzicht ondernemersideeën aangevuld met info uit de intakegesprekken
- Criteria voor het beoordelen van de ideeën en pitches
- Criteria voor deelname aan het begeleidingstraject

## Criteria voor beoordeling ideeën en pitches

Wie nemen we mee in de begeleidingstrajecten?

- Land- en tuinbouwers, ondernemers actief in primaire productie, verwerking en afzet
- Streekproducenten of ondernemers bezig met andere vormen van verbreding op het platteland en/of bezig met stadslandbouw of nieuwe vormen van verbreding, productie of productontwikkeling op het platteland
- Activiteiten met verdienmodel - ideeën die inspelen op een gat in de markt
- Jonge ondernemers, nieuwe ondernemingsvormen of samenwerkingsverbanden (distributie, ketenverhaal, afzet)

Wie nemen we NIET mee in de begeleidingstrajecten?

- Bedrijven in moeilijkheden (doorverwijzen naar Boeren op een kruispunt)
- Technische ontwikkelingen of ideeën om de arbeid(-processen) te verbeteren

## Criteria voor deelname aan begeleidingstraject:

Welke criteria zijn belangrijk om na de pitch te beslissen welke ondernemers in het coachingtraject kunnen stappen?

- Kwaliteit van het idee of project dat gepitcht wordt - beoordeling door experts
- Idee moet concreet zijn
- Zicht op klanten hebben
- Start moet mogelijk zijn binnen x-aantal maanden (geen jaren)