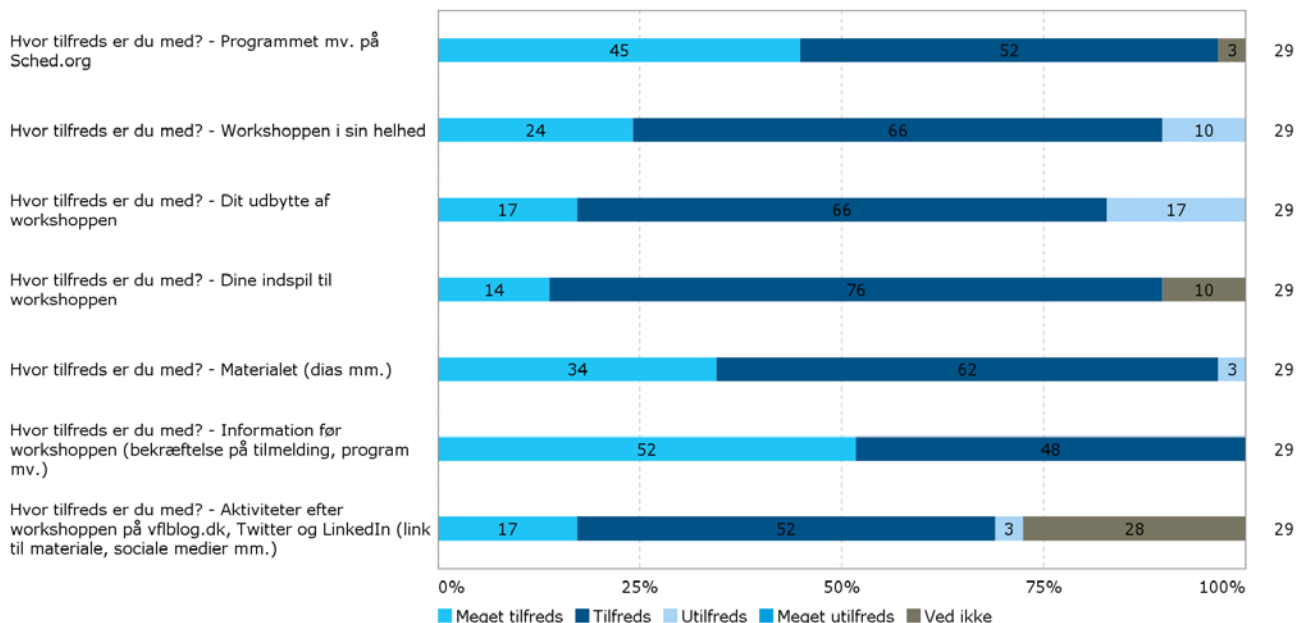


Evaluering efter workshop i projekt Vi&Di

Workshop afholdt 23. april 2013

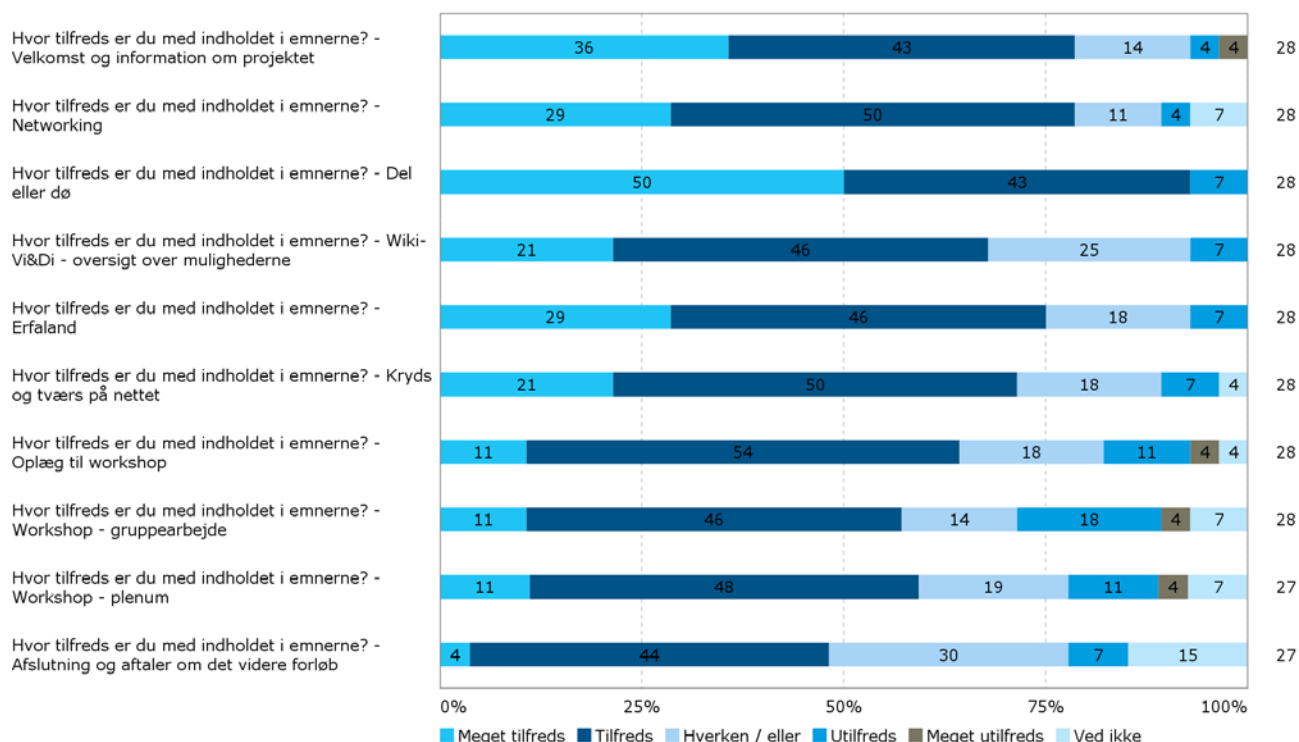


Begrundelse for dine svar og forslag til forbedringer:

- Rigtig gode indlæg først på dagen.

Programmet om eftermiddagen, var for omfattende og for diffust.

- Der var for lidt information både før og på selve workshopen om hvad dagen gik ud på, hvordan vi skulle forberede os og hvad vi kunne forvente at få ud af dagen. Var vi der for at bidrage til projektet? eller kunne vi forvente at få noget med hjem som vi kunne bruge i vores daglige arbejde - det var nok den forventning vi sad med og her var det primært det eksterne oplæg og den (for) korte session med netværksdannelse som vi kunne bruge.
- Jeg har ikke selv været for god til at tage sched.org til mig og jeg har ikke prioriteret/nået at følge op efter workshopen.
Generelt var det for meget at skulle fortælle om sig selv seks gange. Måske kunne grupperne have været større? Det havde sparet tid.
Det er svært at sætte fingeren præcist på, men indholdsmæssigt forekom dagen at være mere rettet mod Videncentret end mod de lokale centre.
- Det er en udfordring at se konkret hvad vi kan få ud af at bruge de forskellige medier. Vi har ikke pt. mange af vore kunder/ medlemmer (målgrupper) der bruger det.
- Super god dag med mange gode indspil og mange gode snakke. Et godt fundament at arbejde videre med. Som nybegynder inden for sociale medier gav dagen et godt indblik i det videre arbejde.
- niveauet af diskussionerne var ikke som jeg havde forventet. Meget fokus på erfagrunder og mindre på andre samarbejdsformer.
- Måske en workshop med de fremtidige deltagere for pilotprojekterne, som går i dybden med de medier, som skal anvendes bag efter. Det vil være spændende, hvis alle kunne være med til at høre om de andre muligheder/delprojekter også.
- Speed-netværk ved de 6 borde for langt (for mange gentagelser)
De forskellige grupper kommer frem til enslydende svar. Vi brugte for meget tid til at beskrive den faglige udfordring overfor kommunikationsfolkene.
Det havde været mere givtigt for mig at komme i en gruppe af foreninger, som var samme sted (eller lidt længre fremme) med brugen deres brug af Facebook.



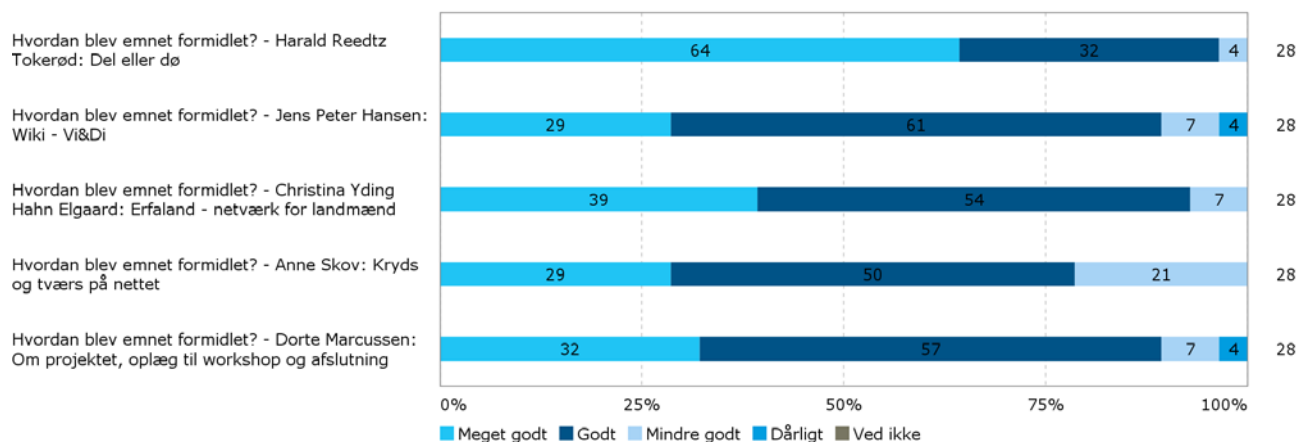
Begrundelse for dine svar og forslag til forbedringer:
 Angiv venligst hvilket emne dine kommentarer er knyttet til.

- Generelt et velstruktureret kursus med gennemarbejdet materiale. Harald havde jeg dog forventet mere af - der gik lidt for megen reklame og metaforer i den. Det virkede ikke til at han havde styr på målgruppen. Gruppearbejdet var spændende omend lidt trægt til at starte med. Deltagerne kunne med fordel have haft cases med hjemmefra. Afslutningen manglede. Alt i alt en rigtig god workshop!
- Networking - for kort men god
 information om projektet - uklar
 Erfaland - et salgsmøde som virkede malplaceret i programmet
 Workshop - ikke klart hvad formålet var
- Vedrørende sidste punkt "Afslutning og aftaler om det videre forløb", så er jeg i tvivl om, om vi aftalte noget...? Afslutning var fin/ok, Det var vist Dorte Marcussen, som fortalte videre om projektet med VI&DI, om aktiviteter fremover og om, hvordan VI&DI ville bruge dagens workshop.
- Gruppearbejderne havde et diffust grundlag. Jeg arbejder bedst med konkrete emner/opgaver.
- Har været meget tilfreds med hele dagen. Prøvede at suge alle informationer til mig om emnet social medier - men en stor jungle.
 Det kneb lidt med tiden under networking, og i min gruppe kunne vi som også godt have brugt mere tid til gruppearbejde.
- Eftermiddagens program var ustruktureret. Opgaverne var uklare og formålet med eftermiddagen var meget uklar. Oplægget om Del eller Dø var meget interessant og formiddagens netværksrunde var ubytterig men der burde have været mere tid til det, da interessante samtaler aldrig blev fulgt til dørs.
- Emnerne gik meget på den samme side af vidensdeling og nye veje. Forstået ved at næsten alle indlægholdere bruge tid på at forklare hvilke værktøjer der bruges til social netværk, og give deres holdning til disse netværk.

Savnede klart lidt andre typer input. F.eks. virksomhed, der med frodel havde brugt dette i deres arbejde, måske fra en anden branche.

- Der var for meget overlap mellem de forskellige oplæg. Specielt "Kryds og tværs på nettet" var for meget en gentagelse af tidligere emner.

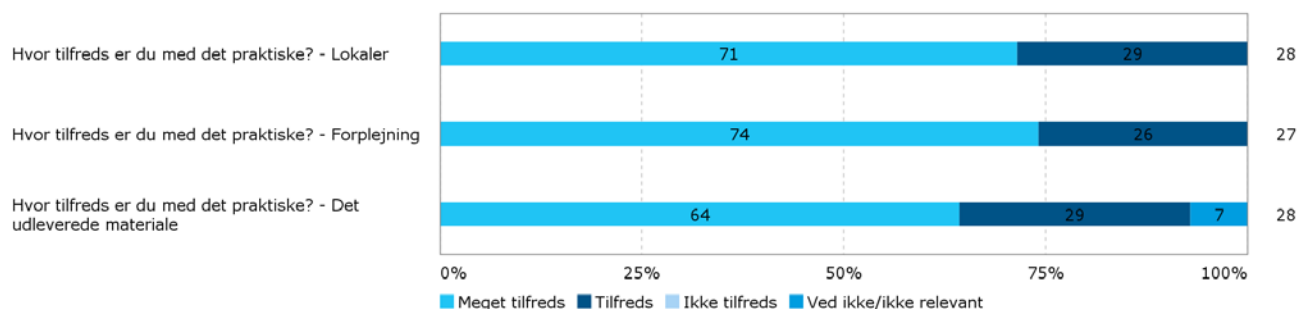
- Networking for omstændigt, Del eller dø for ukonkret, for lidt tid til vigtig plenum workshop og opfølgning



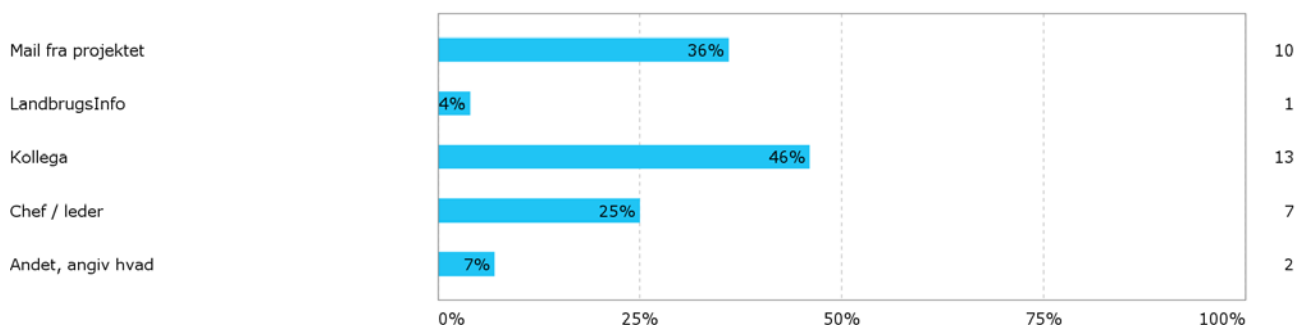
Begrundelse for dine svar og forslag til forbedringer:

Angiv venligst hvilken underviser dine kommentarer er knyttet til.

- erfaland - havde meget karakter af et salgsmøde og uklart hvorfor man skulle vælge erfaland frem for de mange andre platforme.
- om projektet - aldrig helt klart hvad det var projektet gik ud på og hvad vores rolle var
- De gjorde det godt hver især.
- Oplægget om Erfaland var fint formidlet men formålet var tydeligt med salg for øje fra Erfalands side, hvilket jeg ikke havde fået indtryk af på forhånd.
- Lidt rodet oplæg til workshop, havde været nok at alle blot skulle se på deres numre
- Budskaberne kom klart og friskt frem - de var bare ikke de rigtige, interessante nok ift. hvad man burde kunne forvente af en ekstern ekspert
- Anne Skov havde meget overlap fra de første indlæg. Vi var på vej til frokost.



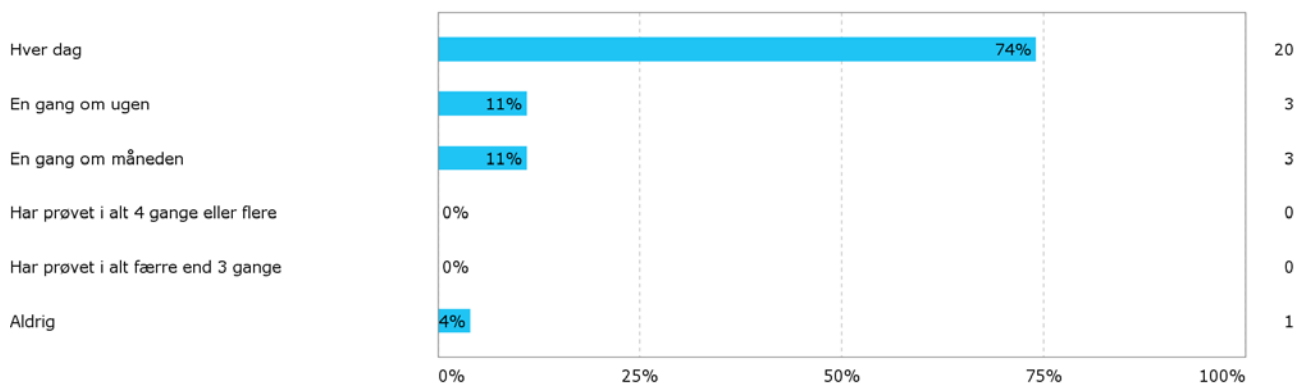
Hvor har du hørt/læst om workshoppen, du netop har været på?
Sæt gerne flere kryds.



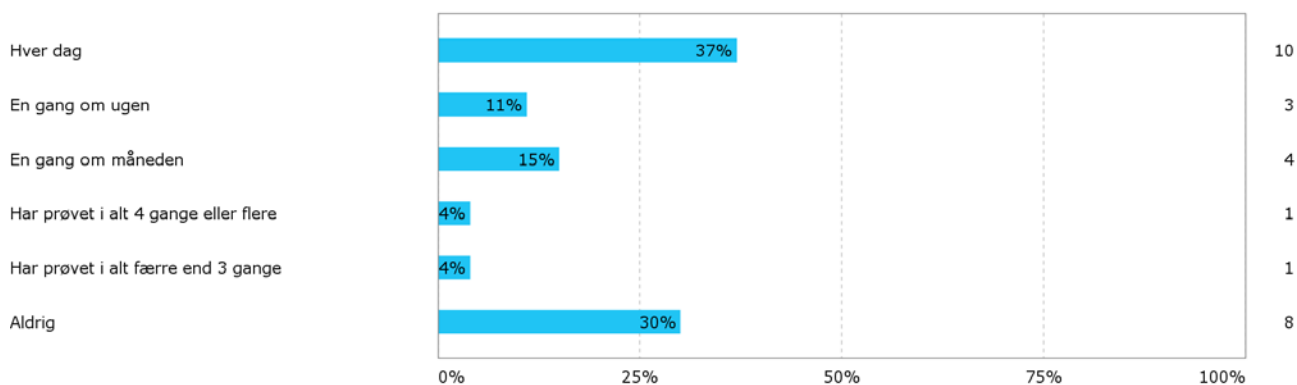
Hvor har du hørt/læst om workshoppen, du netop har været på?
Sæt gerne flere kryds. - Andet, angiv hvad

- Har været med til planlægningen :o)
- Projektleder Dorte

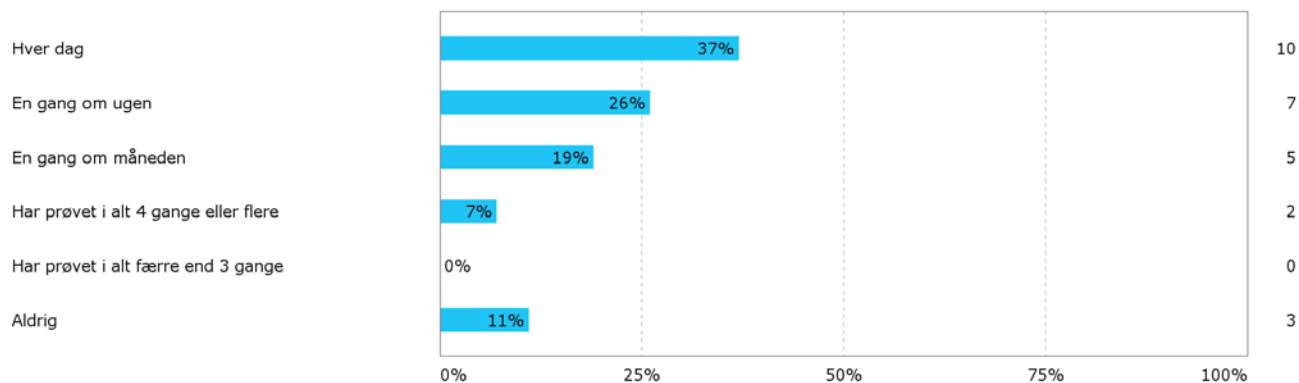
Brug af sociale medier mv. - Facebook - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



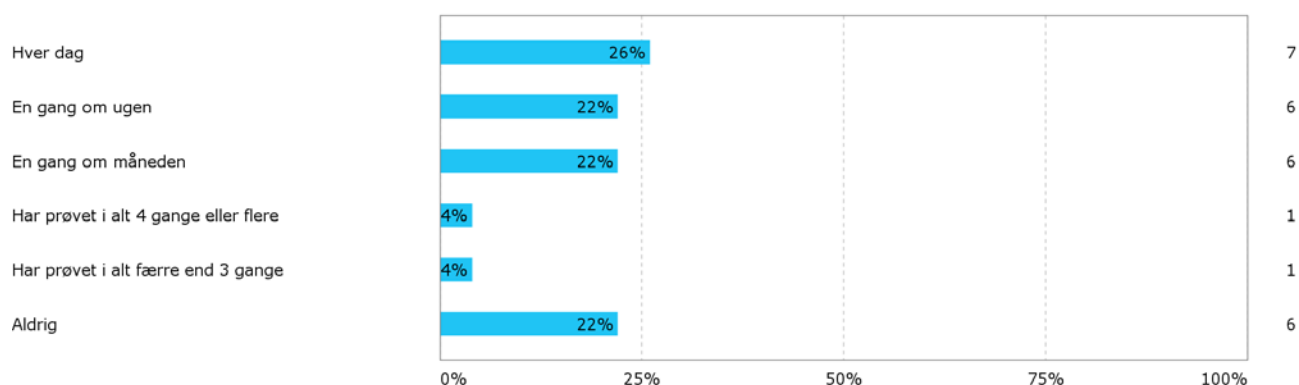
Brug af sociale medier mv. - Facebook - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



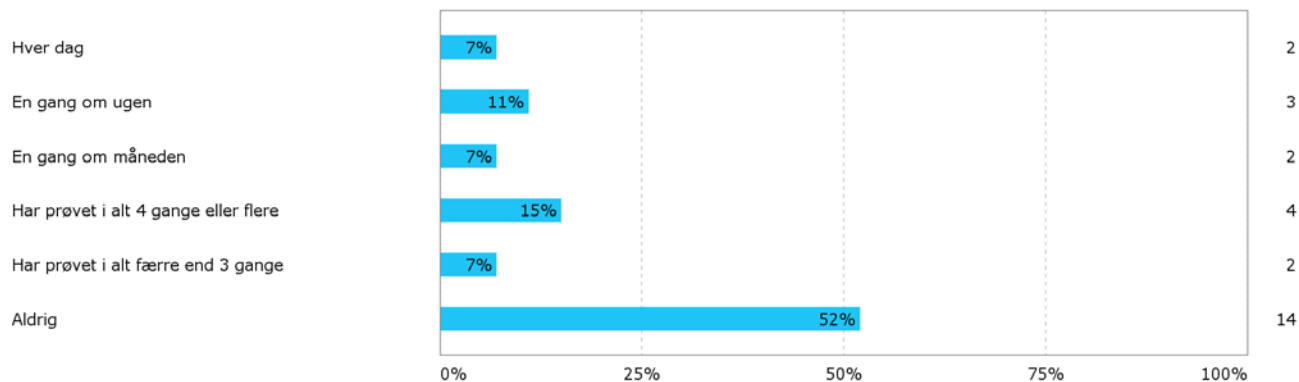
Brug af sociale medier mv. - LinkedIn - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



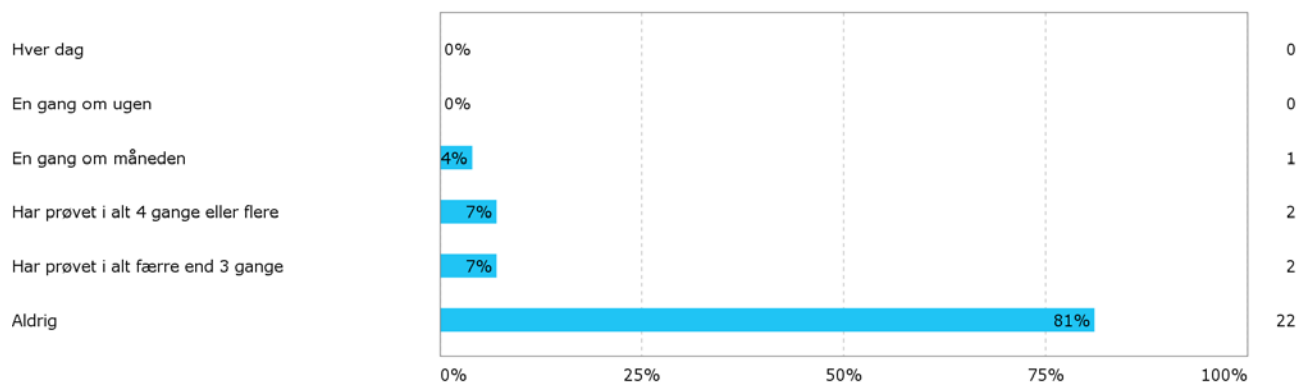
Brug af sociale medier mv. - LinkedIn - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



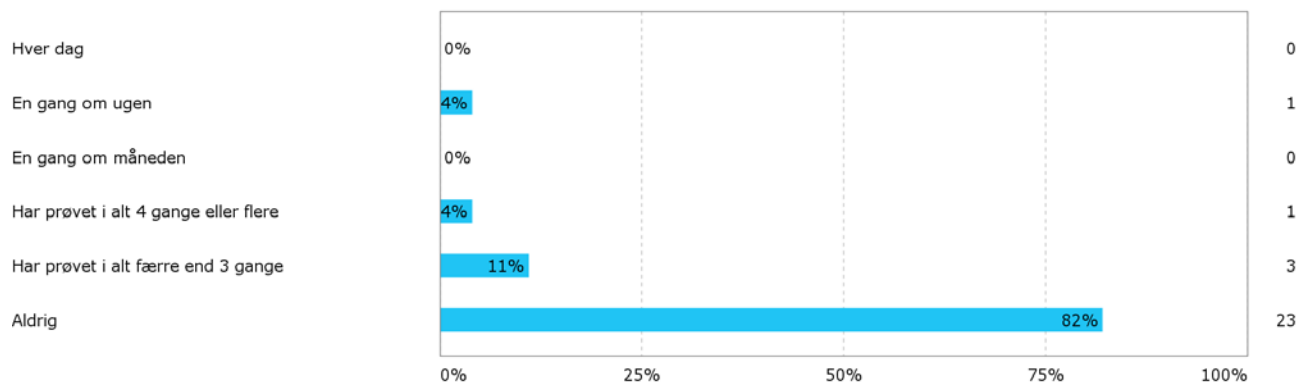
Brug af sociale medier mv. - Twitter - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



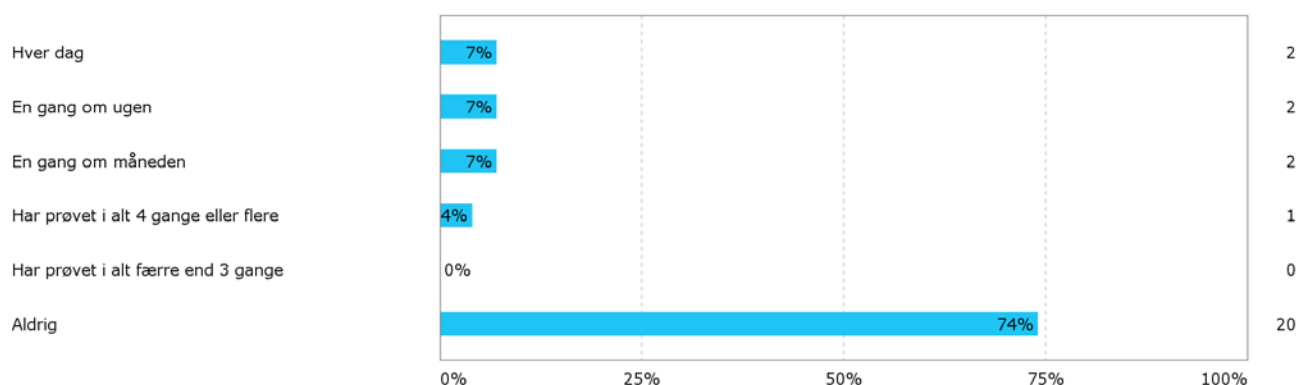
Brug af sociale medier mv. - Twitter - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



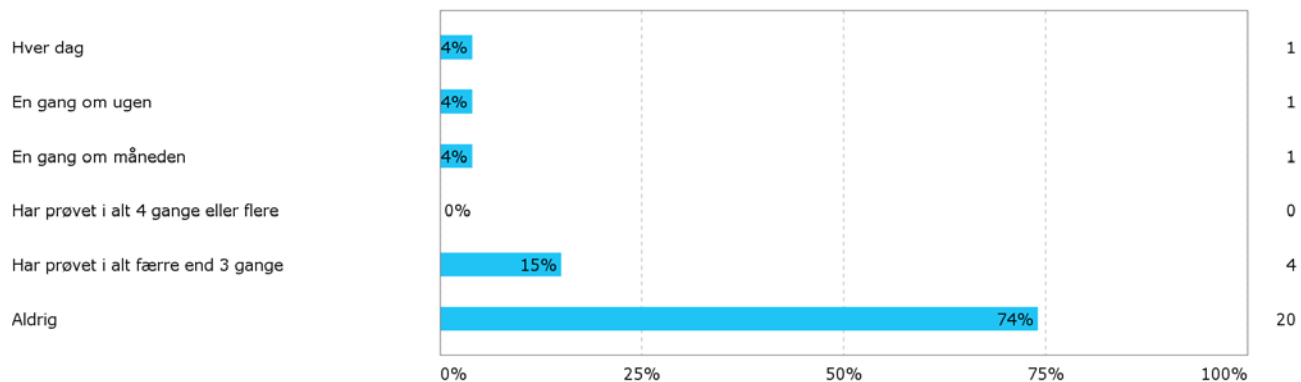
Brug af sociale medier mv. - Yammer - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



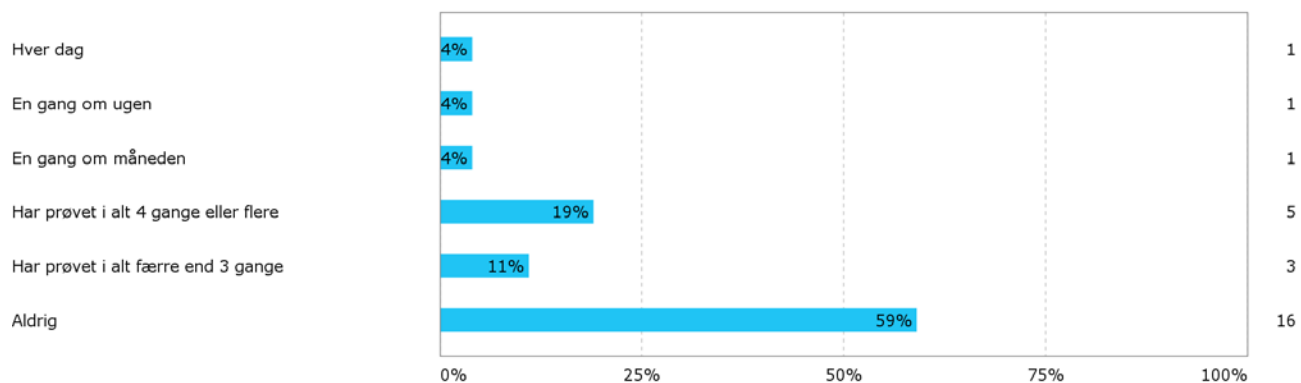
Brug af sociale medier mv. - Yammer - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



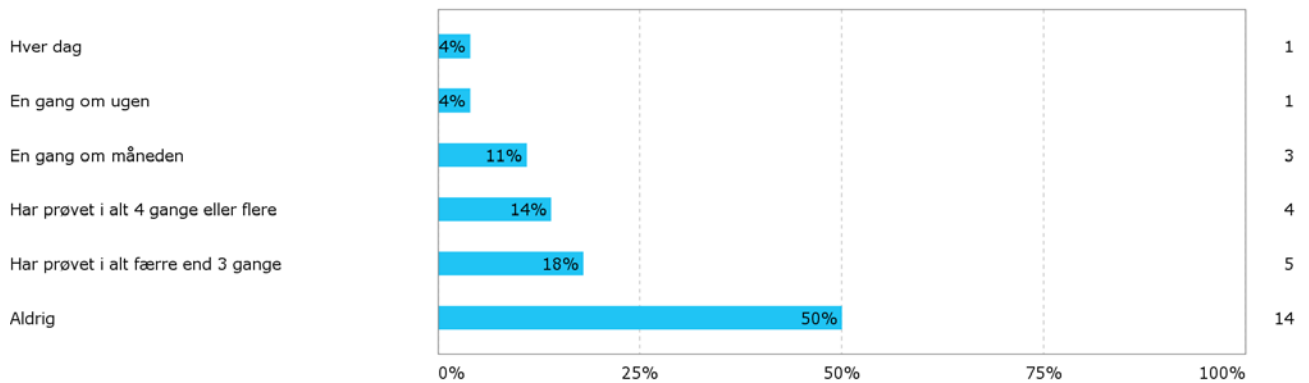
Brug af sociale medier mv. - Erfaland - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



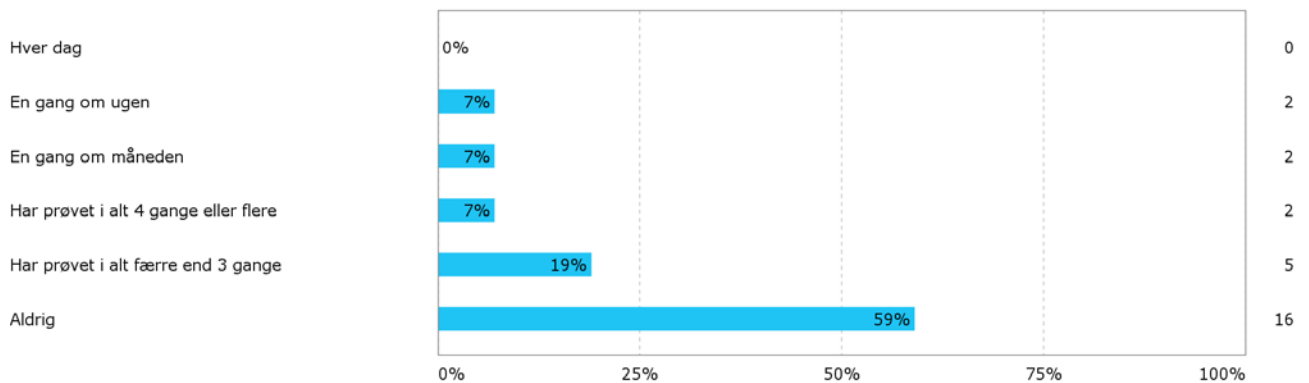
Brug af sociale medier mv. - Erfaland - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



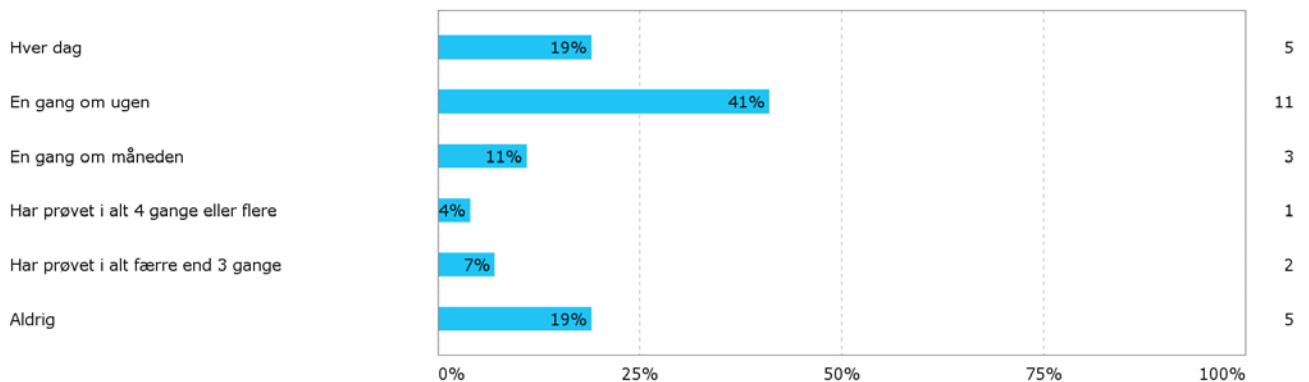
Brug af sociale medier mv. - Blogs (blogger, wordpress etc.) - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



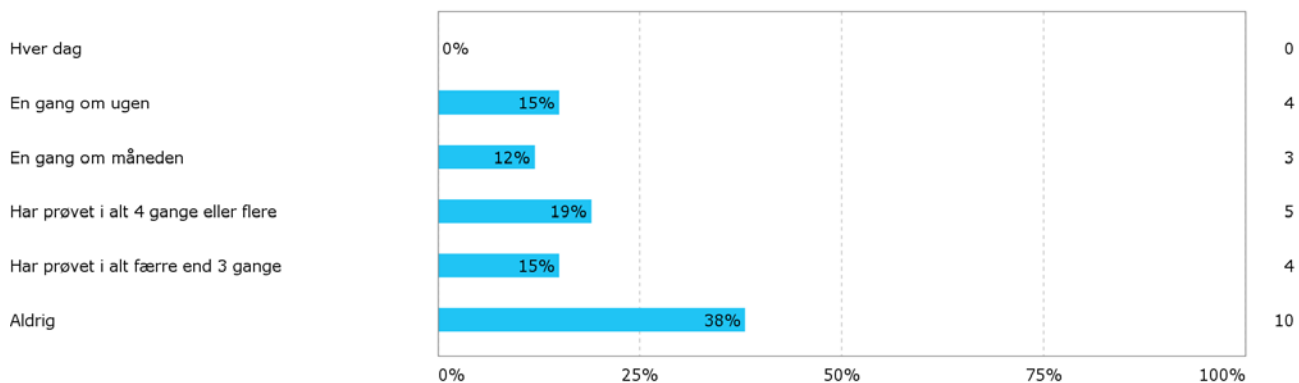
Brug af sociale medier mv. - Blogs (blogger, wordpress etc.) - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



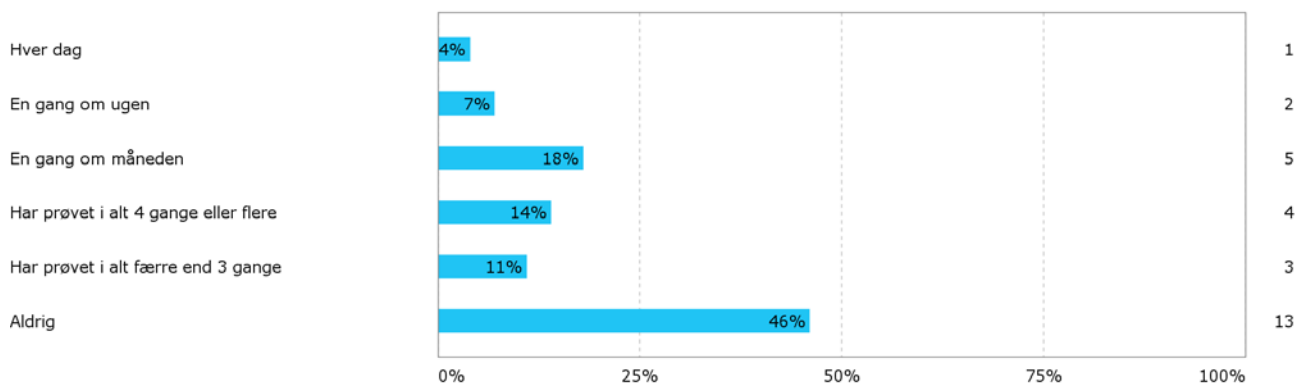
Brug af sociale medier mv. - YouTube og andre videokanaler - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



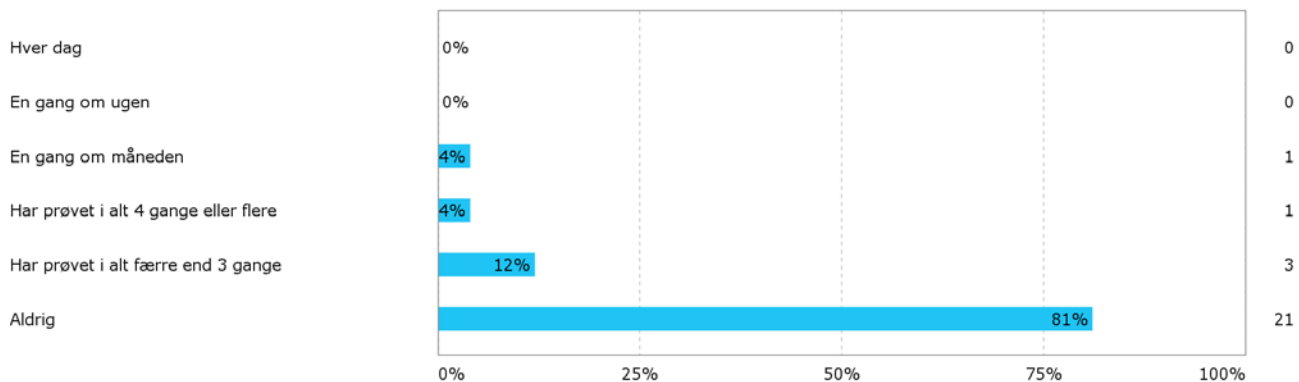
Brug af sociale medier mv. - YouTube og andre videokanaler - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



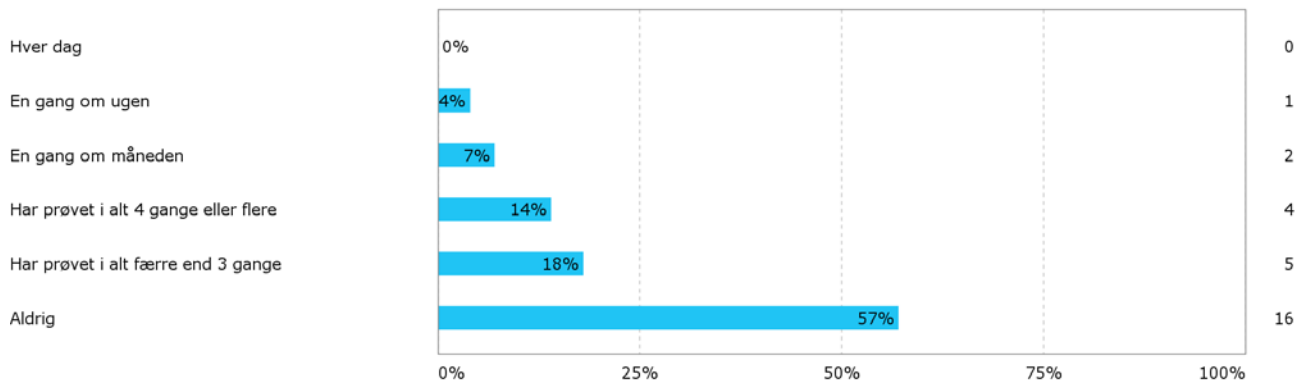
Brug af sociale medier mv. - Billeddeling (Instagram, Pinterest etc.) - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



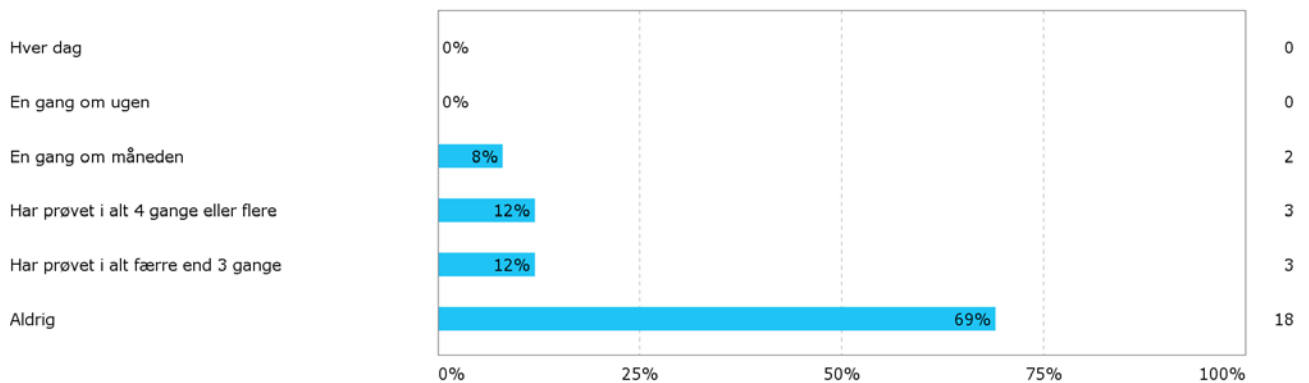
Brug af sociale medier mv. - Billeddeling (Instagram, Pinterest etc.) - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



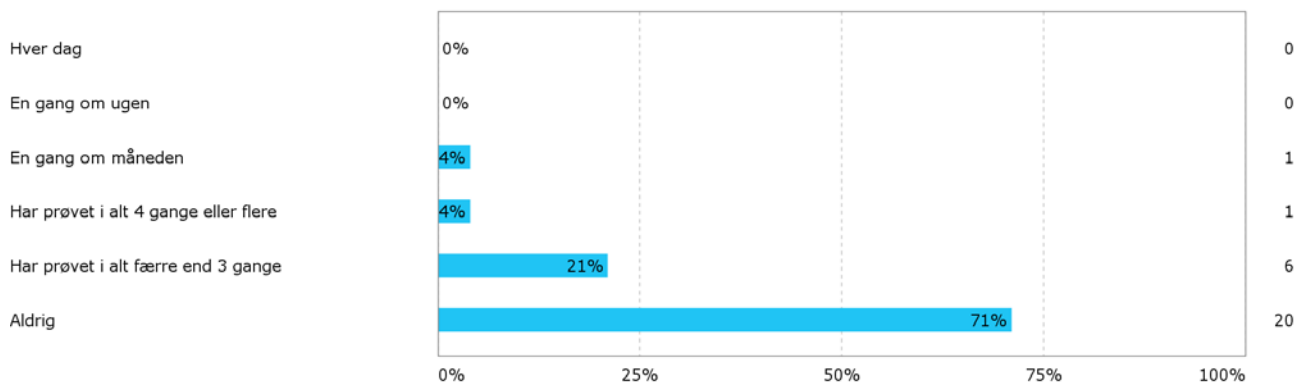
Brug af sociale medier mv. - Deling af dias (Slideshare etc.) - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



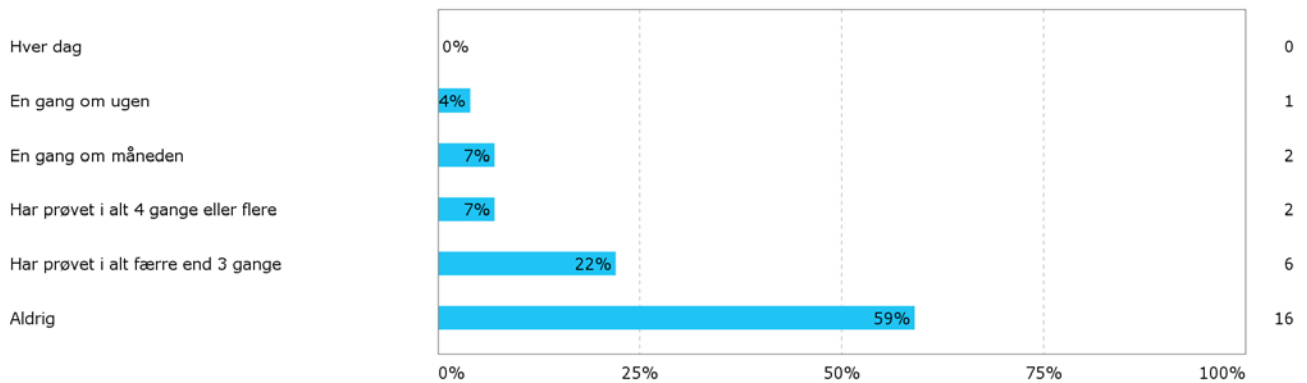
Brug af sociale medier mv. - Deling af dias (Slideshare etc.) - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



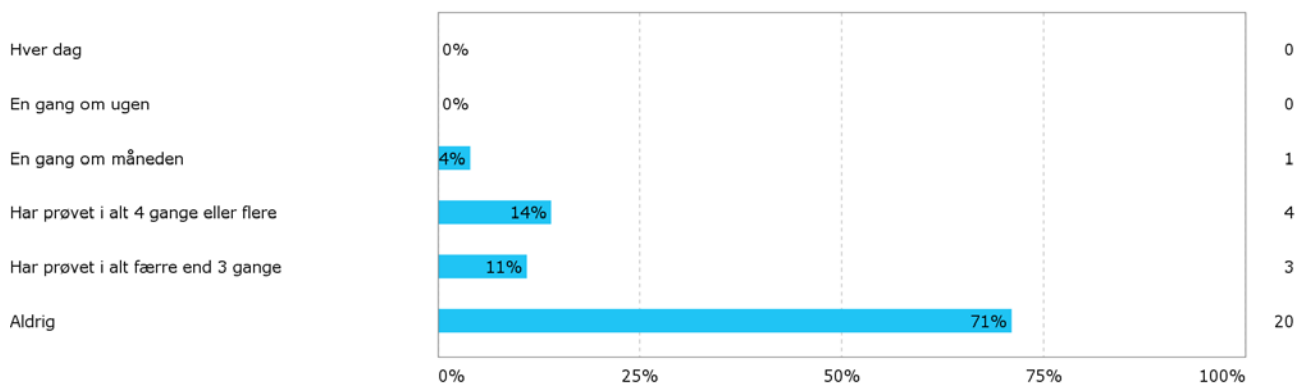
Brug af sociale medier mv. - Sched.org - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



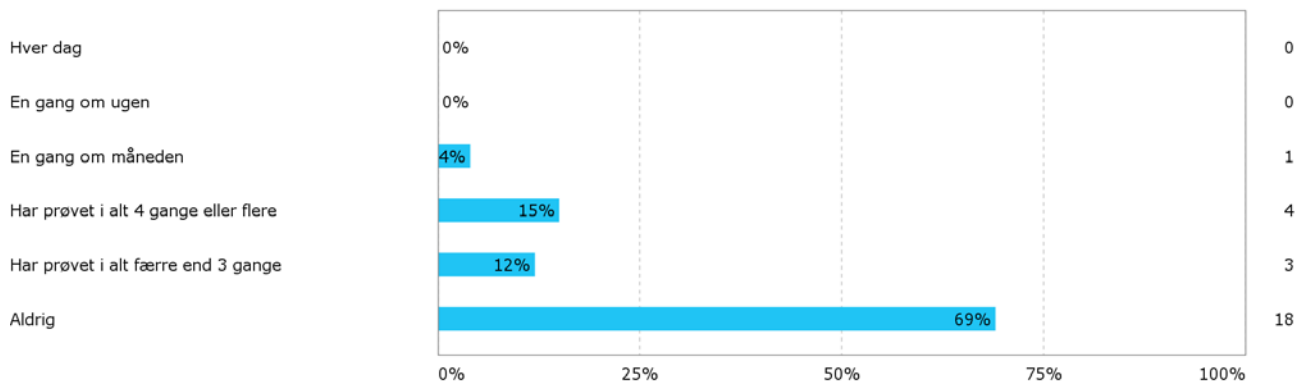
Brug af sociale medier mv. - Sched.org - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



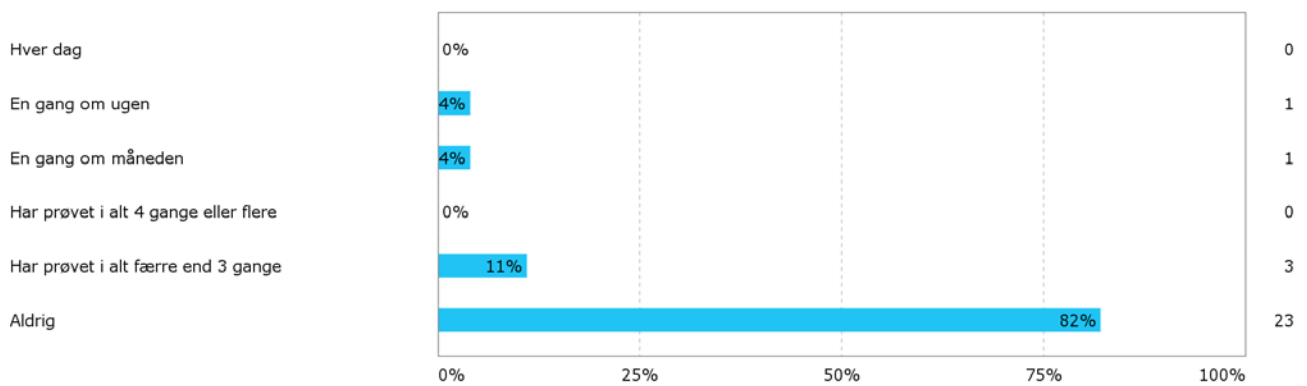
Brug af sociale medier mv. - Webinar - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



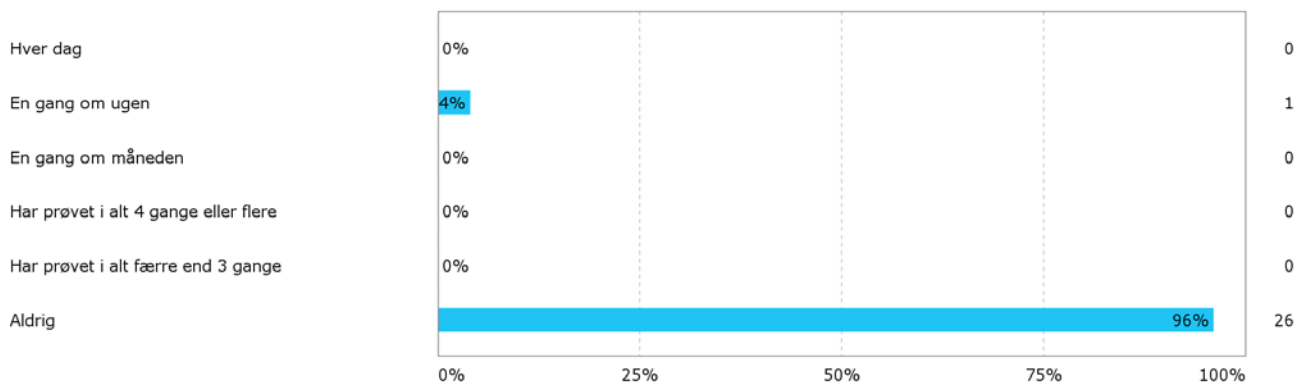
Brug af sociale medier mv. - Webinar - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



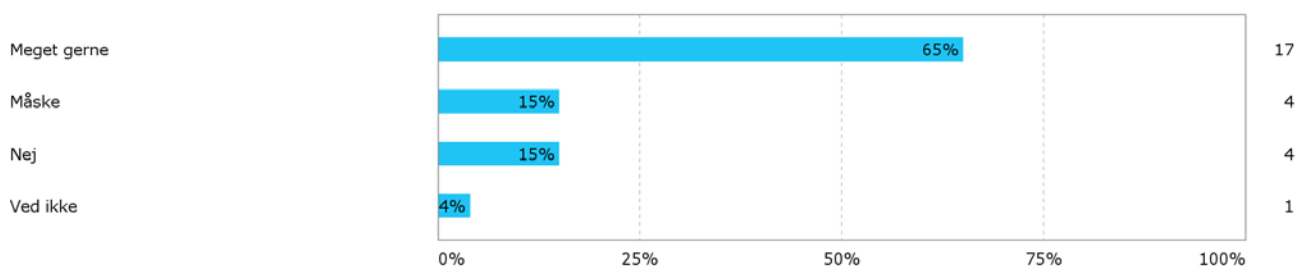
Brug af sociale medier mv. - Crowdsourcing - Dit brug af den digitale mulighed - privat og socialt



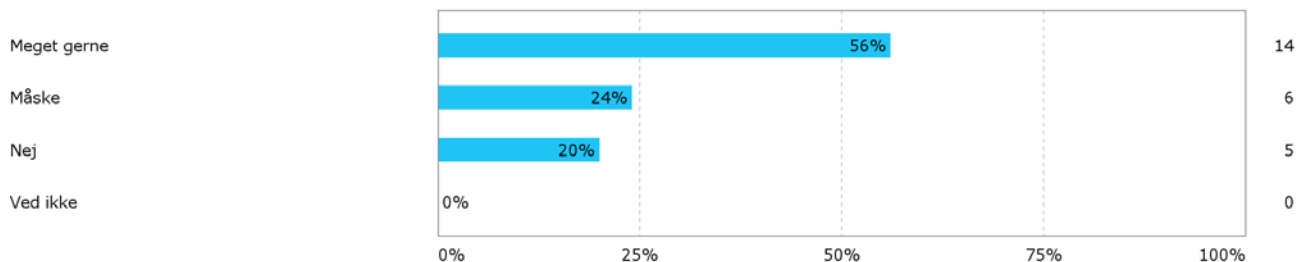
Brug af sociale medier mv. - Crowdsourcing - Dit brug af den digitale mulighed - på arbejde og fagligt



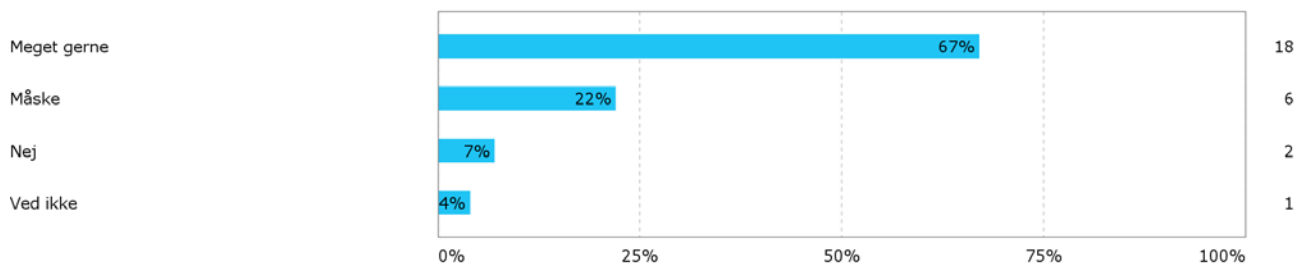
Brug af sociale medier mv. - Facebook - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



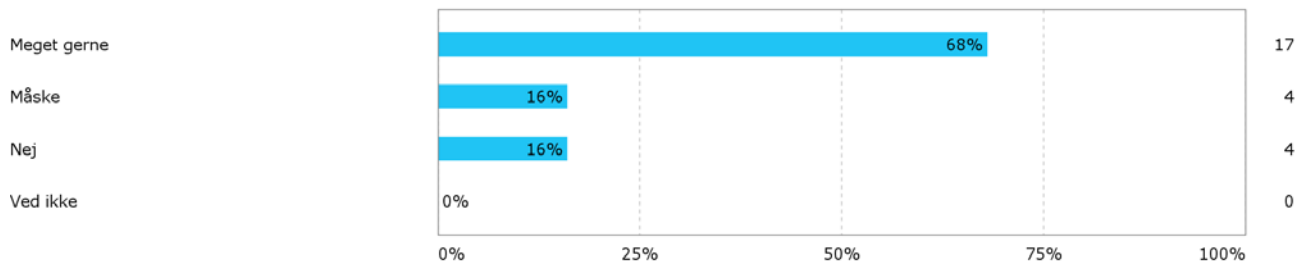
Brug af sociale medier mv. - Facebook - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



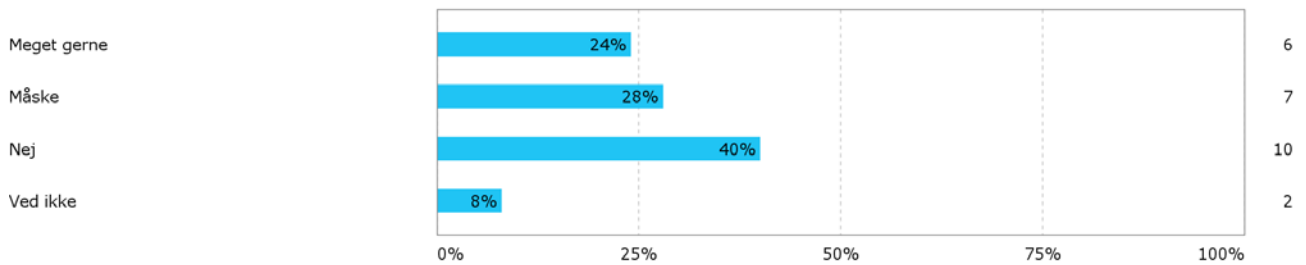
Brug af sociale medier mv. - LinkedIn - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



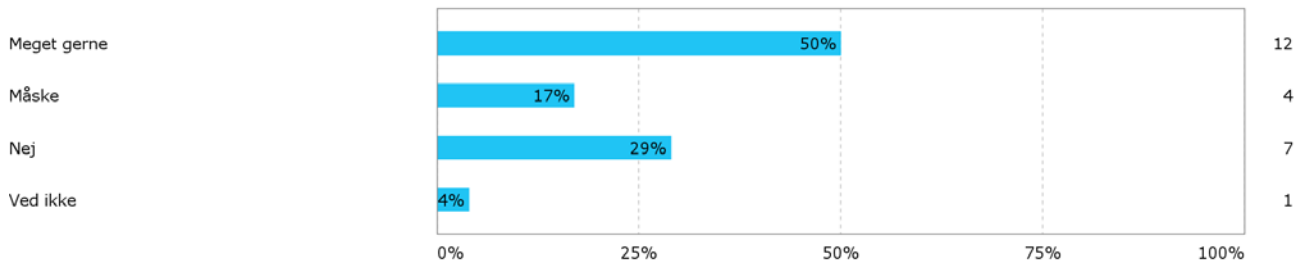
Brug af sociale medier mv. - LinkedIn - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



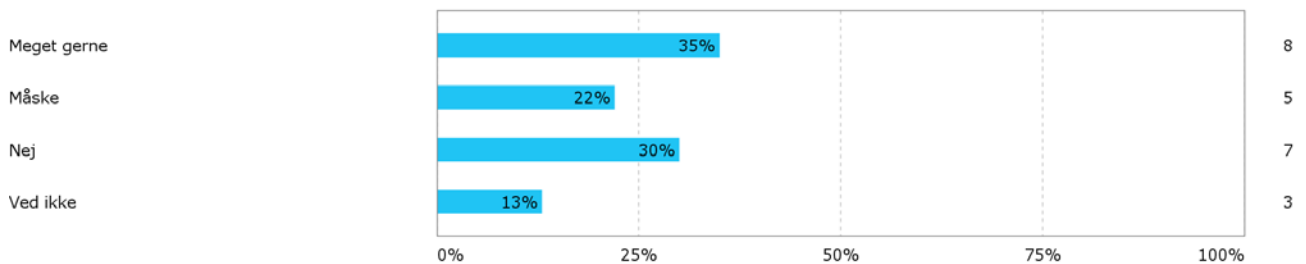
Brug af sociale medier mv. - Twitter - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



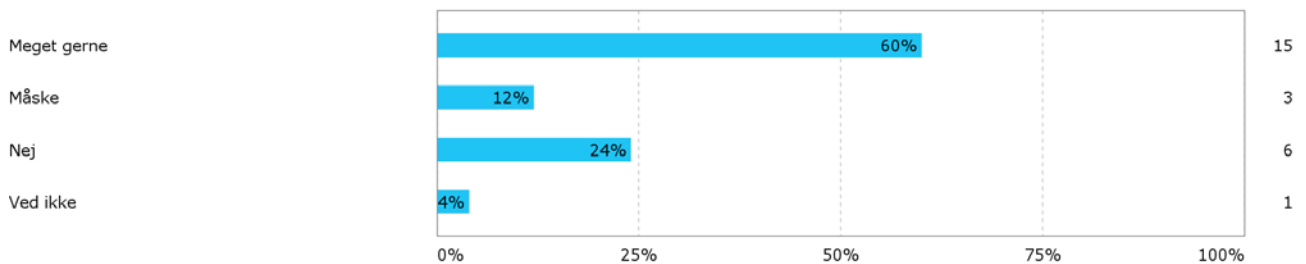
Brug af sociale medier mv. - Twitter - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



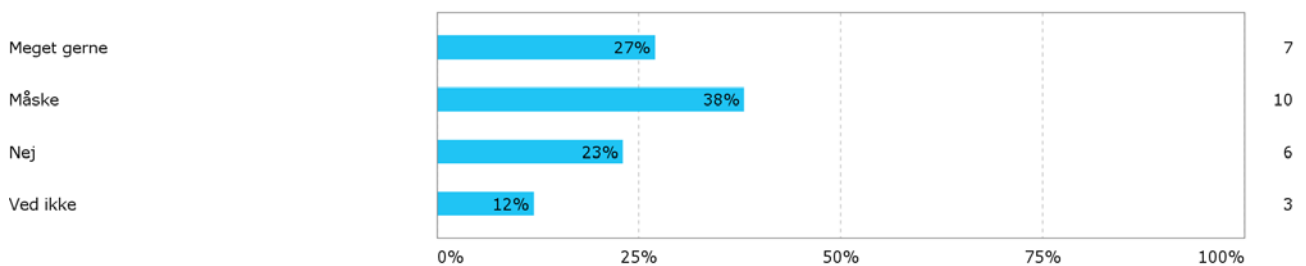
Brug af sociale medier mv. - Yammer - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



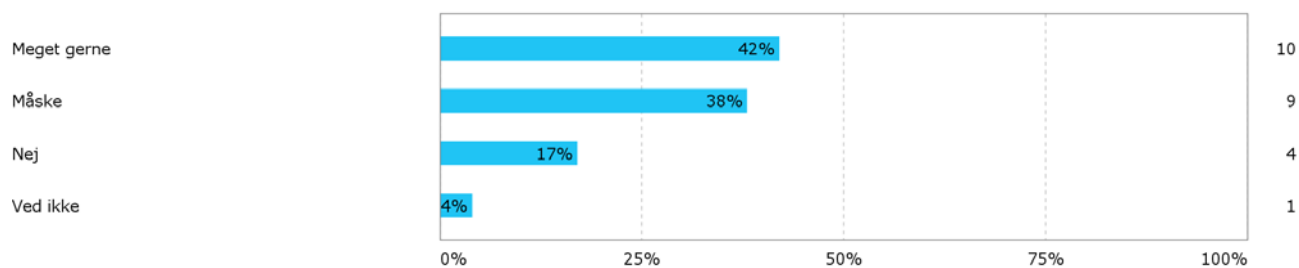
Brug af sociale medier mv. - Yammer - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



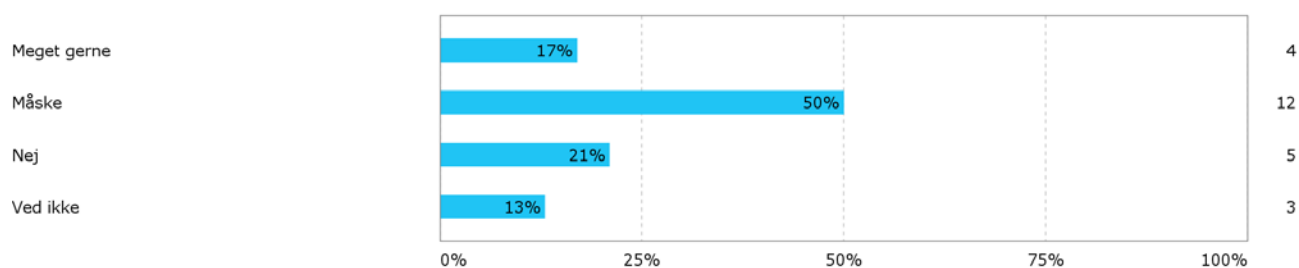
Brug af sociale medier mv. - Erfaland - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



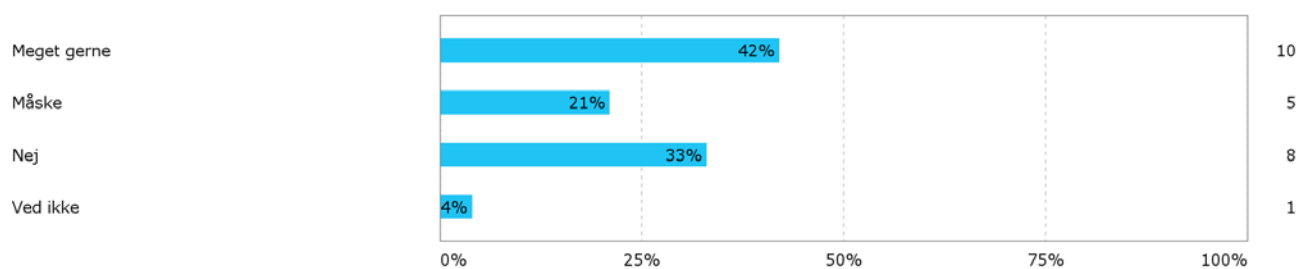
Brug af sociale medier mv. - Erfaland - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



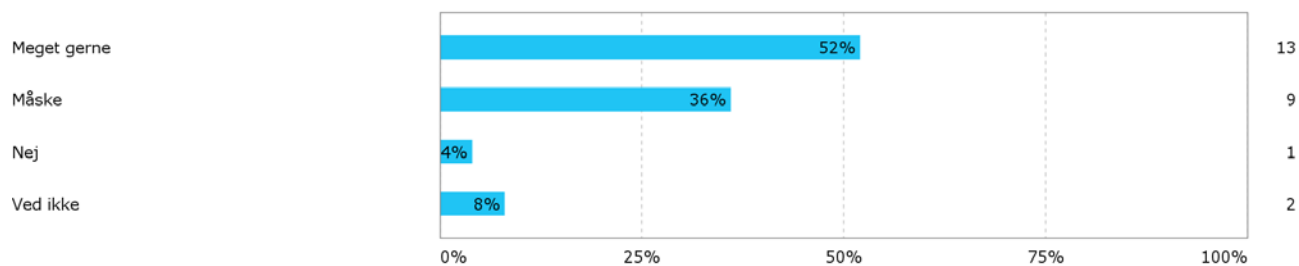
Brug af sociale medier mv. - Blogs (blogger, wordpress etc.) - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



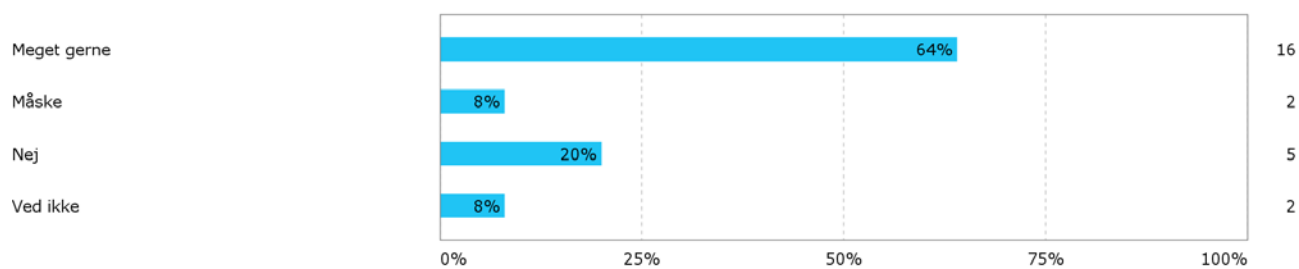
Brug af sociale medier mv. - Blogs (blogger, wordpress etc.) - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



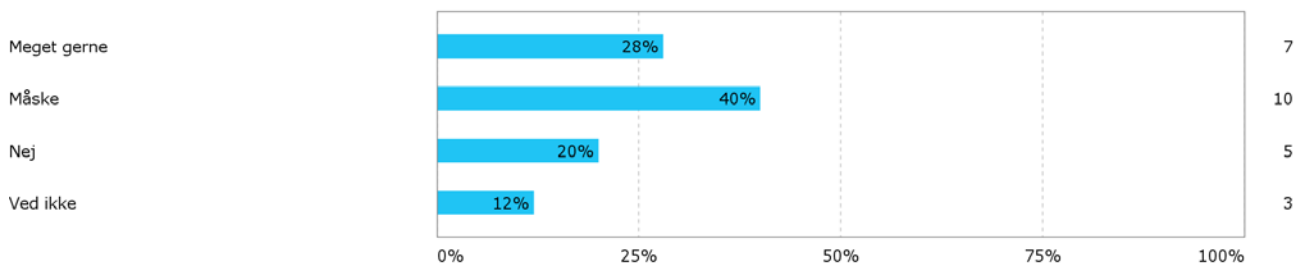
Brug af sociale medier mv. - YouTube og andre videokanaler - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



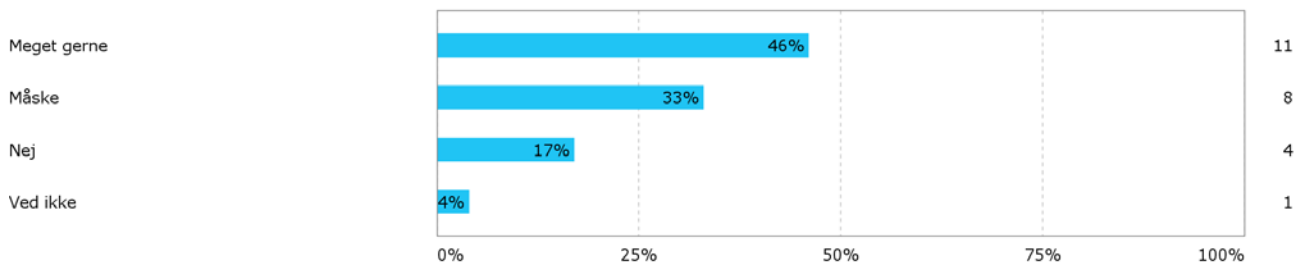
Brug af sociale medier mv. - YouTube og andre videokanaler - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



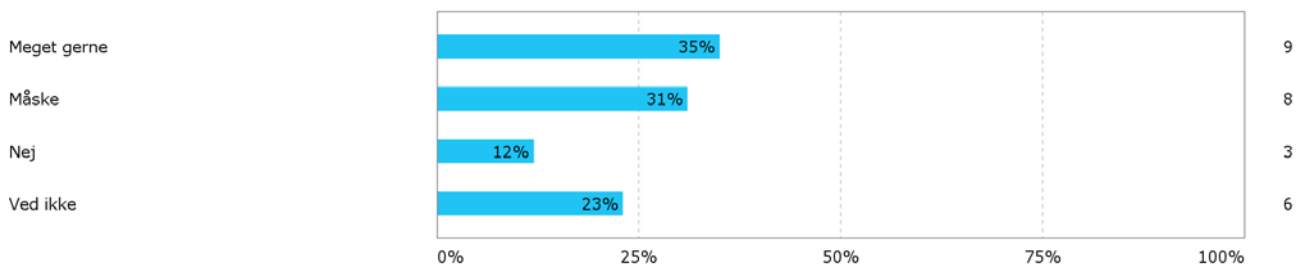
Brug af sociale medier mv. - Billeddeling (Instagram, Pinterest etc.) - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



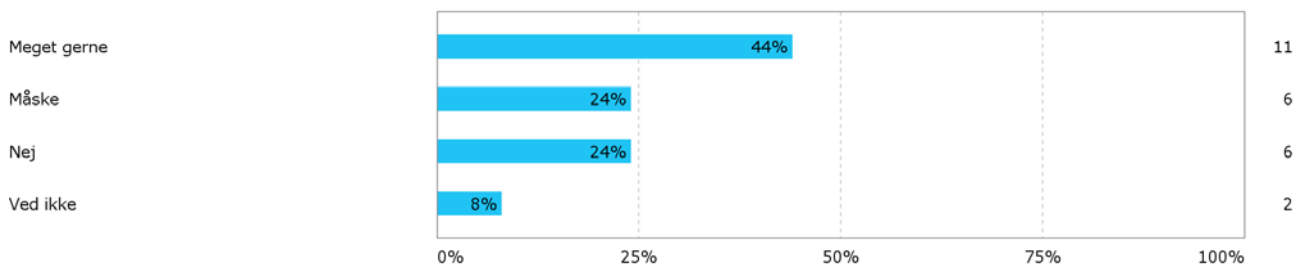
Brug af sociale medier mv. - Billeddeling (Instagram, Pinterest etc.) - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



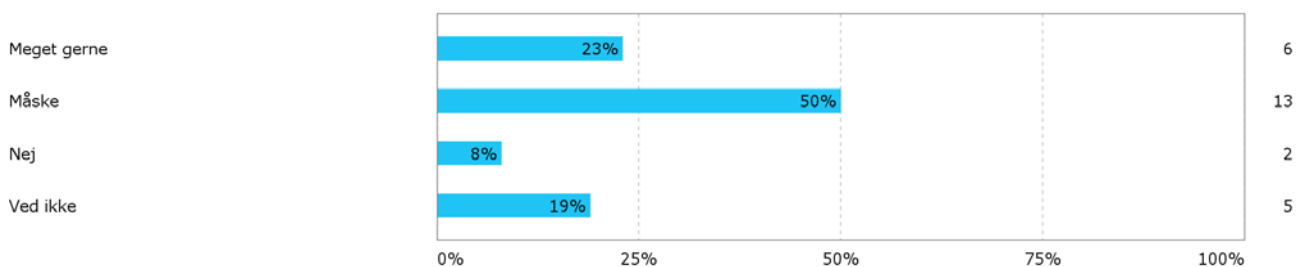
Brug af sociale medier mv. - Deling af dias (Slideshare etc.) - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



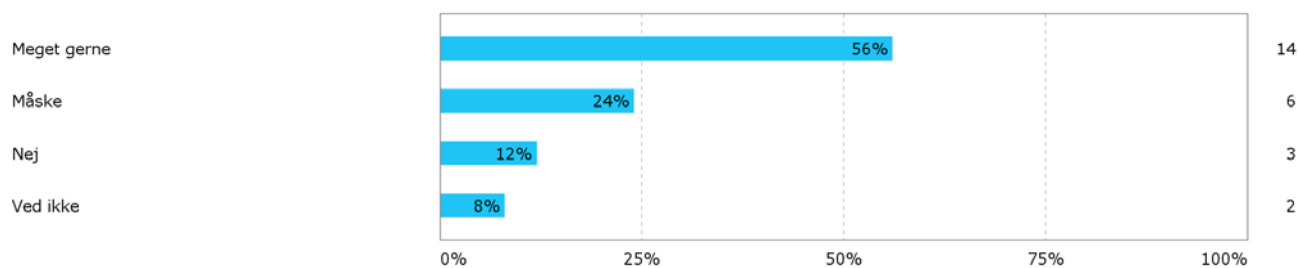
Brug af sociale medier mv. - Deling af dias (Slideshare etc.) - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



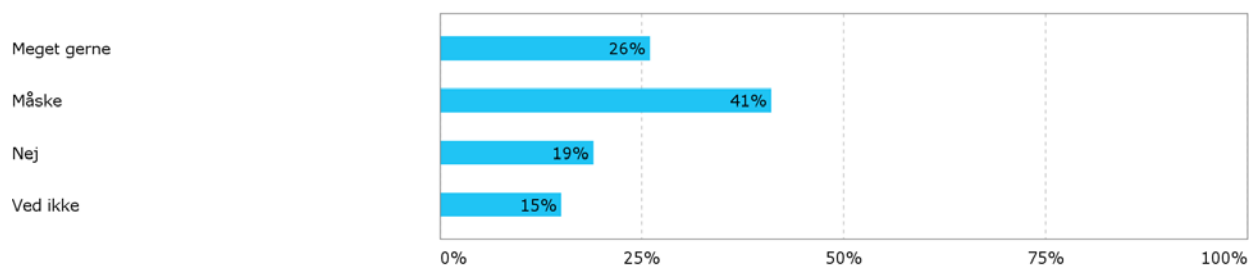
Brug af sociale medier mv. - Sched.org - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



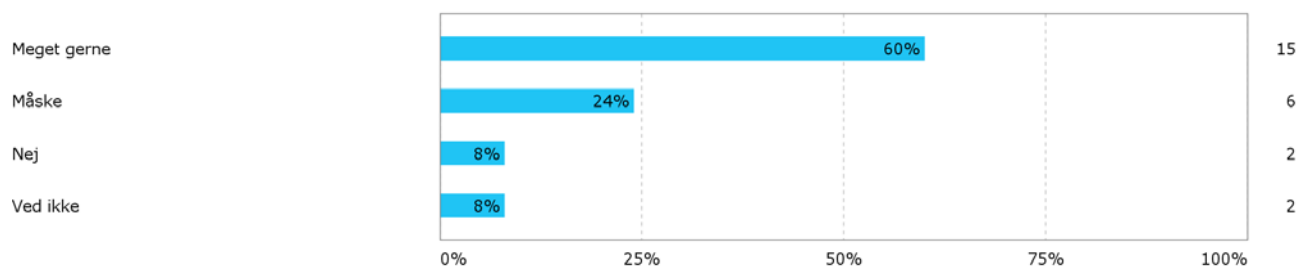
Brug af sociale medier mv. - Sched.org - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



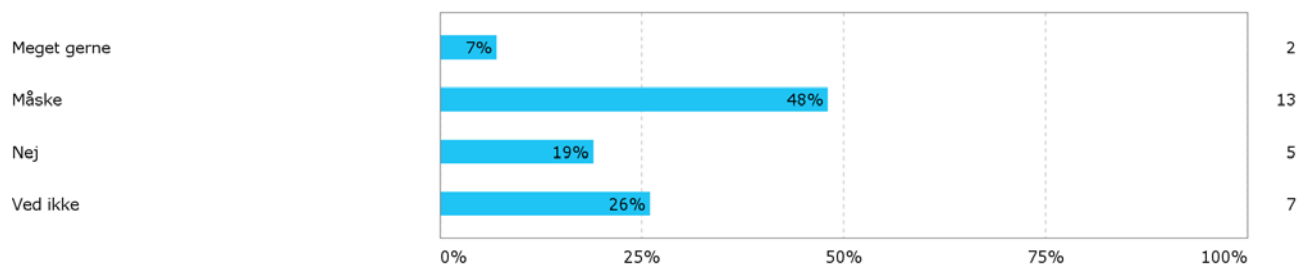
Brug af sociale medier mv. - Webinar - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



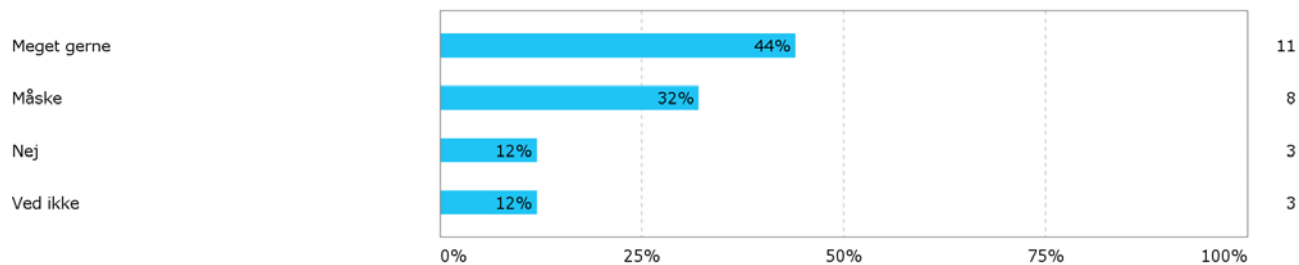
Brug af sociale medier mv. - Webinar - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



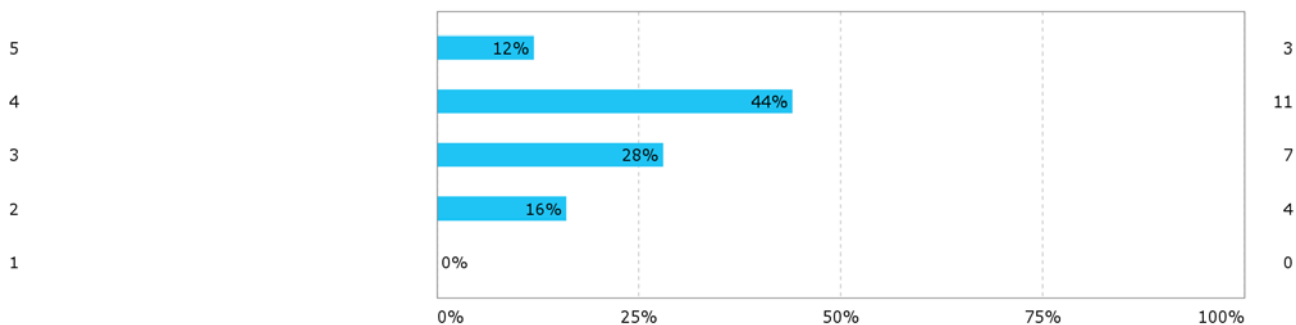
Brug af sociale medier mv. - Crowdsourcing - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at bruge med min nuværende viden.



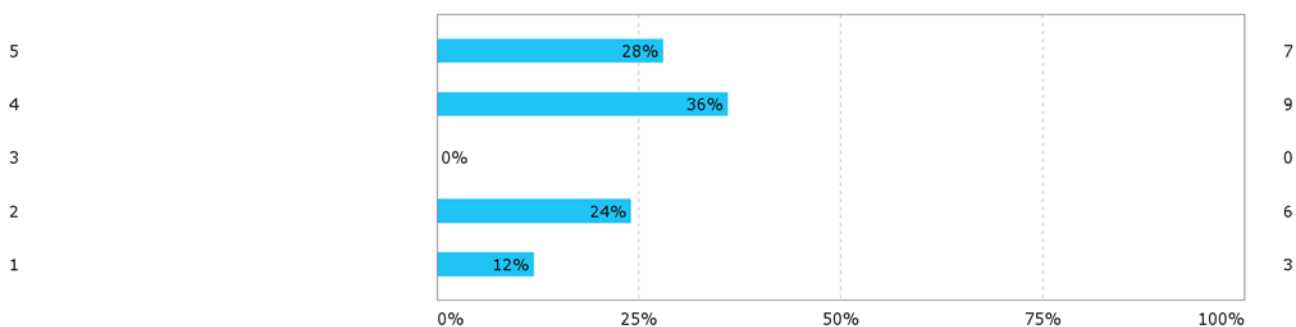
Brug af sociale medier mv. - Crowdsourcing - Den mulighed kunne jeg godt tænke mig at få mere viden om



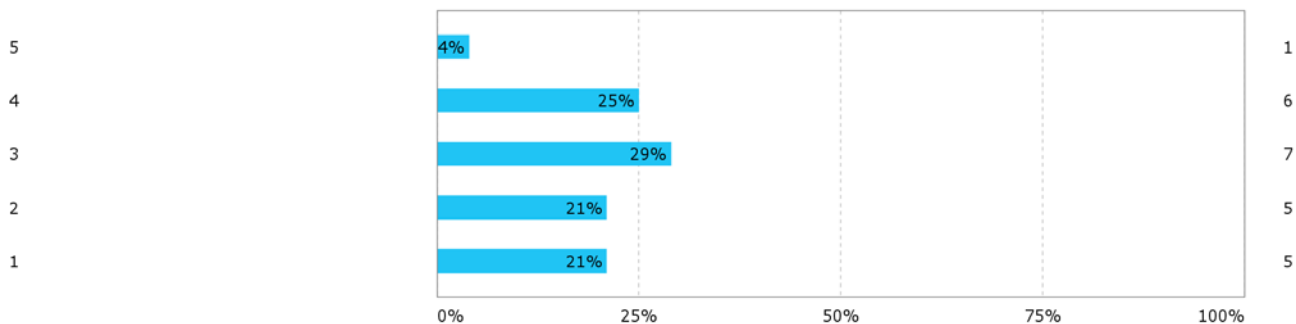
Brug af sociale medier mv. - Facebook - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



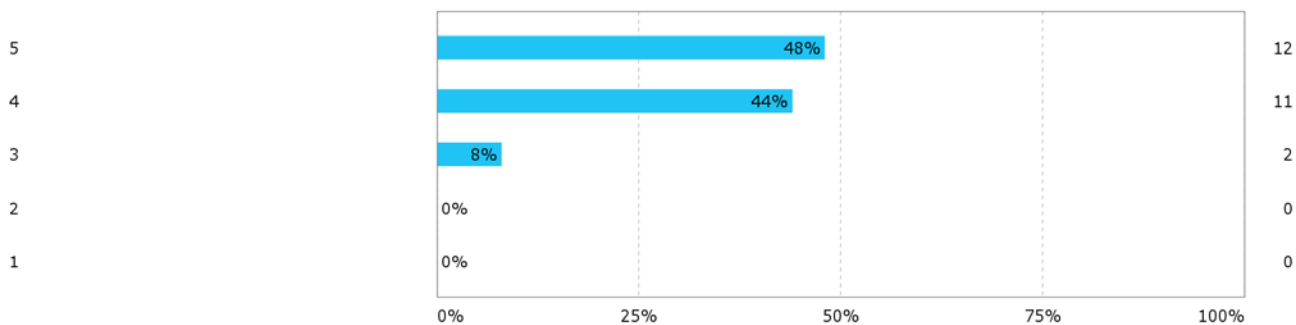
Brug af sociale medier mv. - Facebook - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



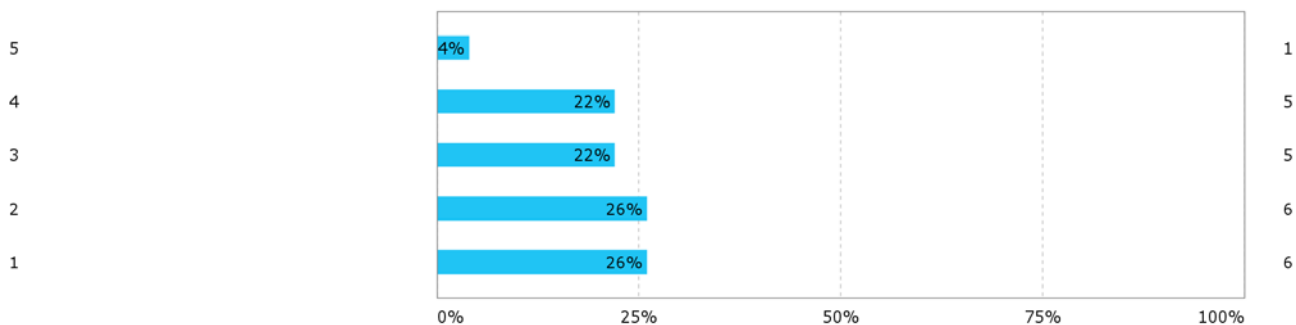
Brug af sociale medier mv. - LinkedIn - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



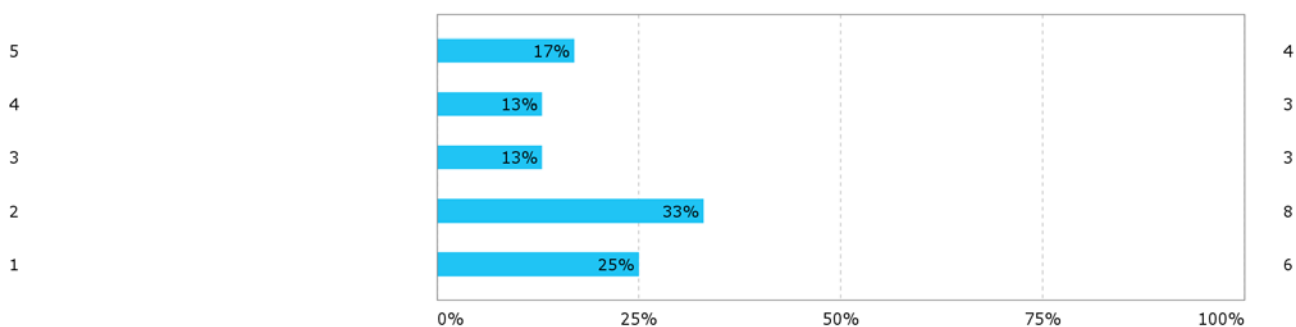
Brug af sociale medier mv. - LinkedIn - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



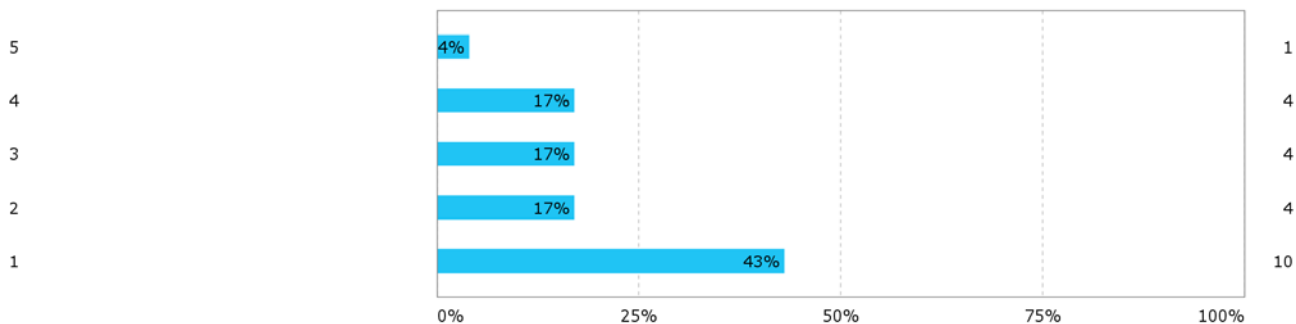
Brug af sociale medier mv. - Twitter - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



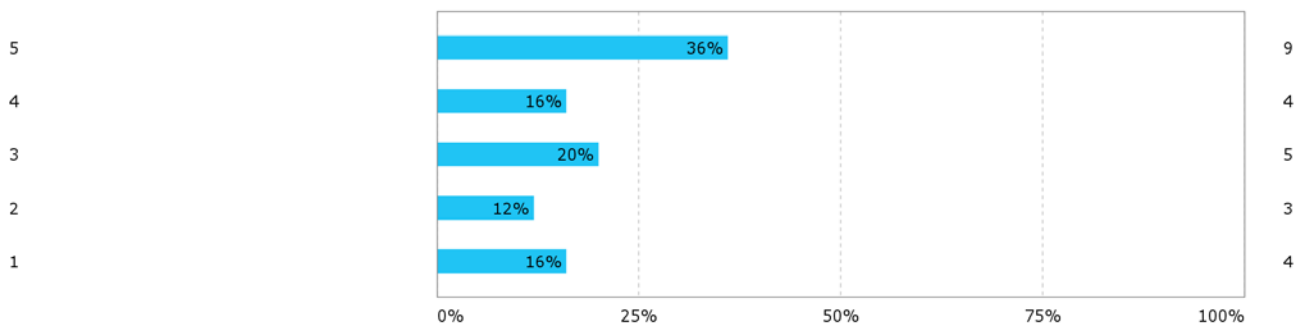
Brug af sociale medier mv. - Twitter - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



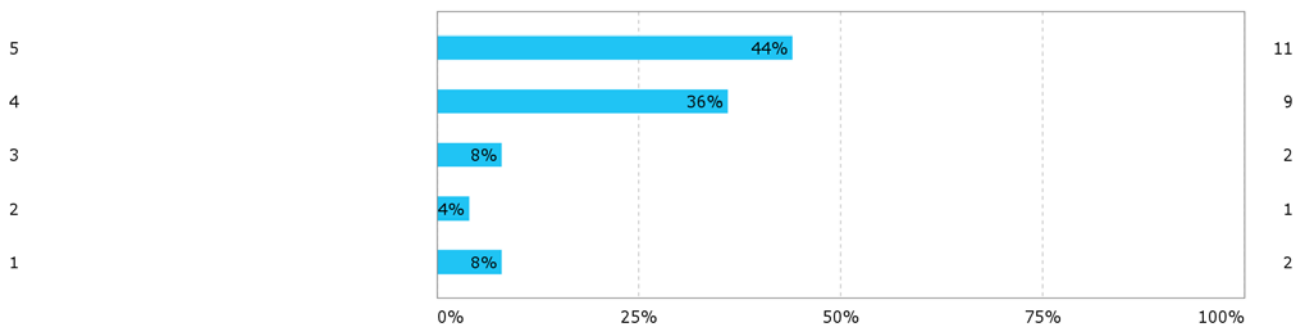
Brug af sociale medier mv. - Yammer - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



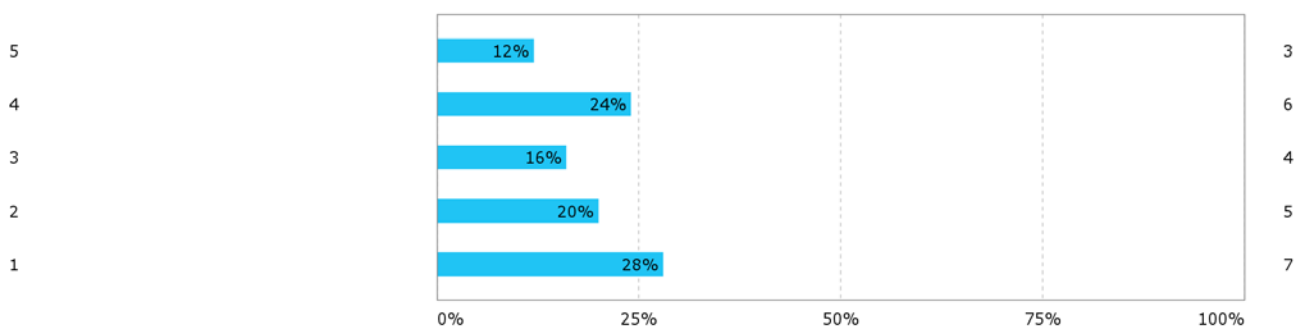
Brug af sociale medier mv. - Yammer - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



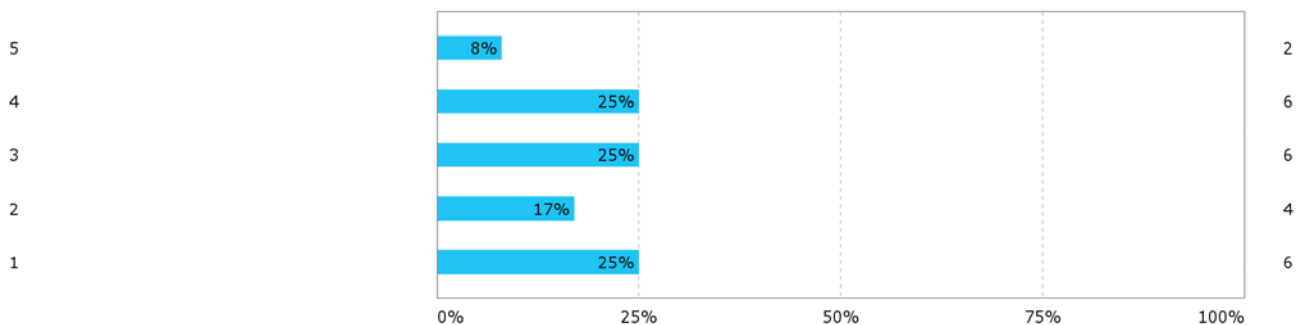
Brug af sociale medier mv. - Erfaland - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



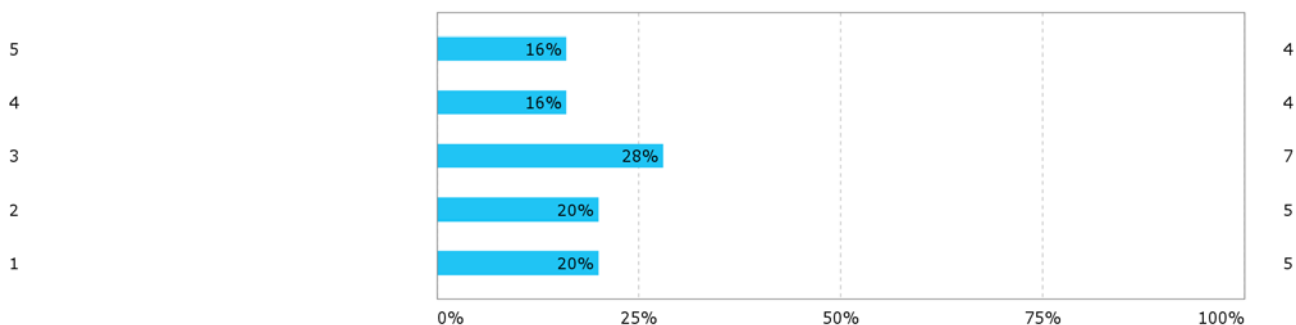
Brug af sociale medier mv. - Erfaland - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



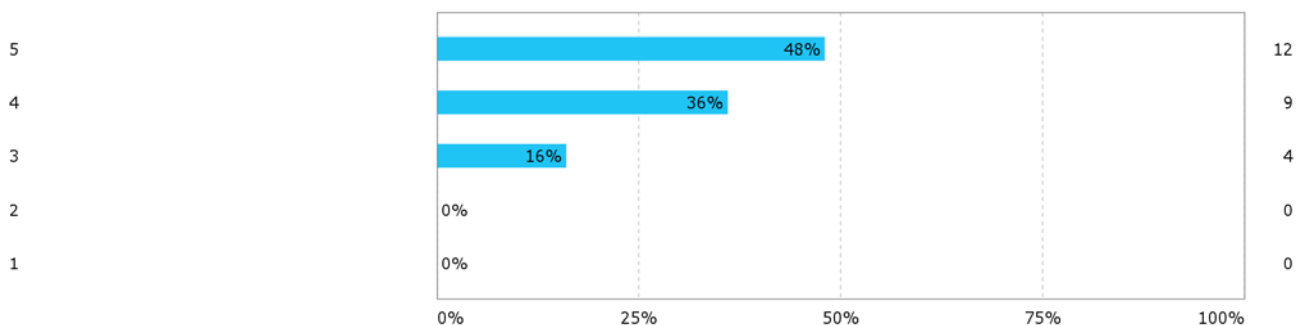
Brug af sociale medier mv. - Blogs (blogger, wordpress etc.) - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



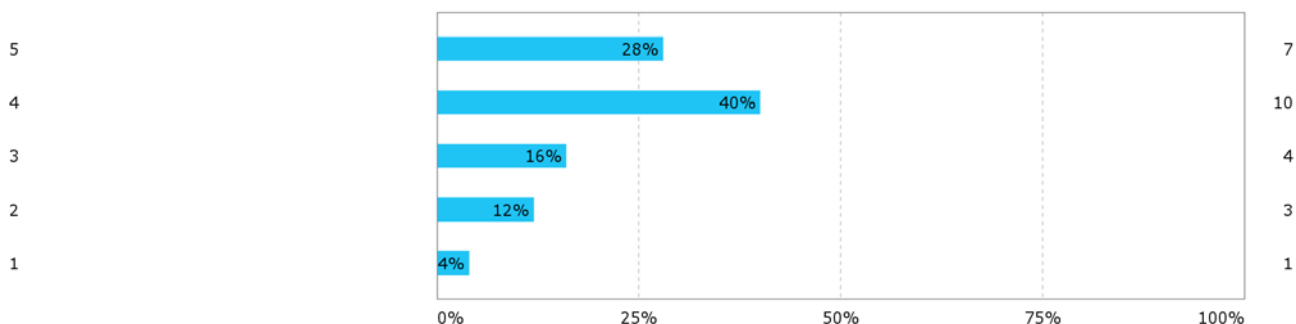
Brug af sociale medier mv. - Blogs (blogger, wordpress etc.) - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



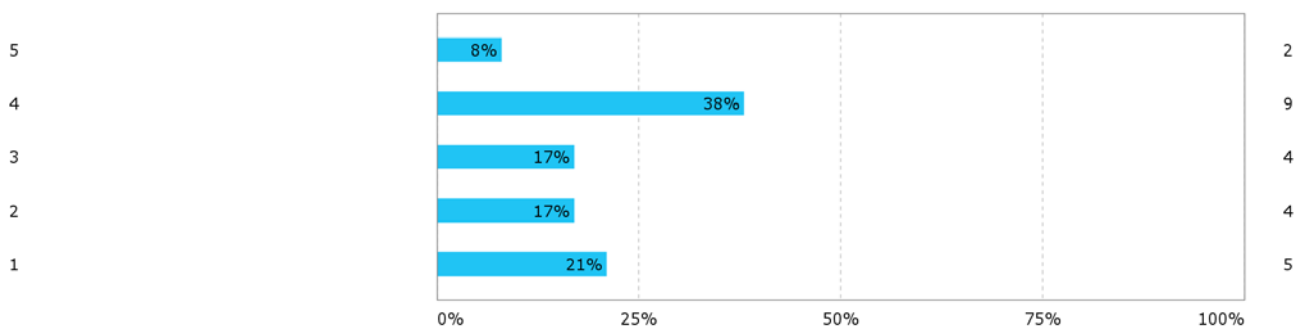
Brug af sociale medier mv. - YouTube og andre videokanaler - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



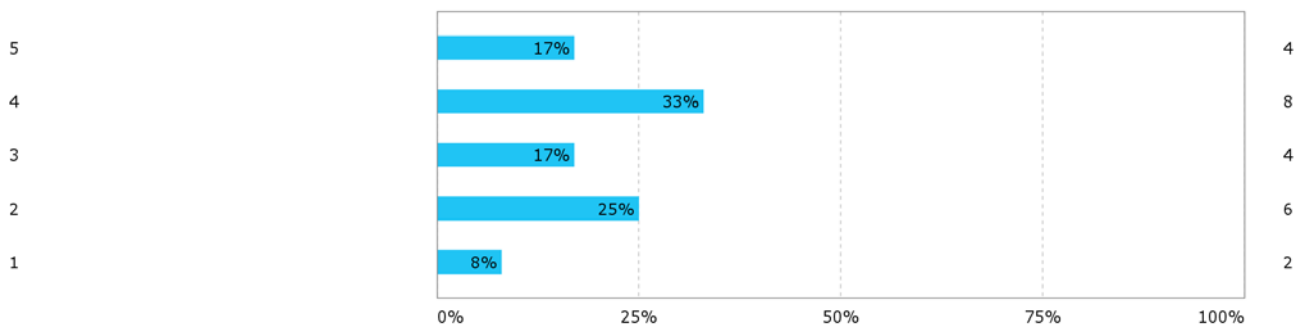
Brug af sociale medier mv. - YouTube og andre videokanaler - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



Brug af sociale medier mv. - Billeddeling (Instagram, Pinterest etc.) - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.

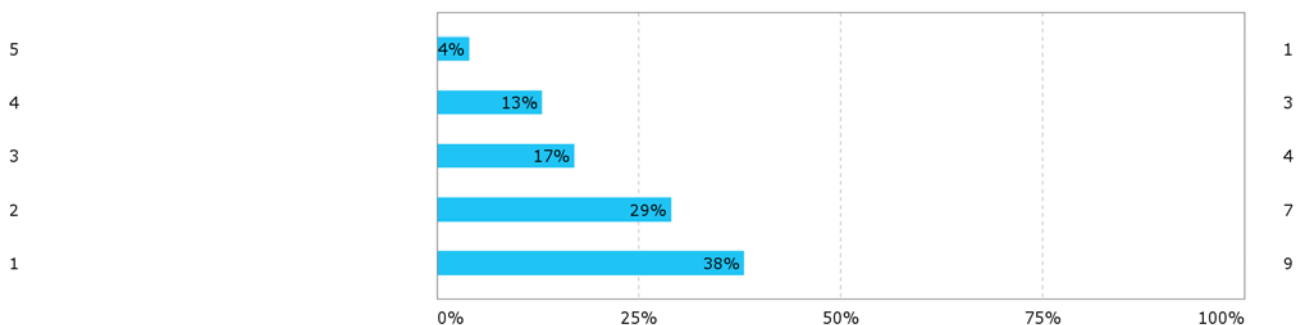


Brug af sociale medier mv. - Billeddeling (Instagram, Pinterest etc.) - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



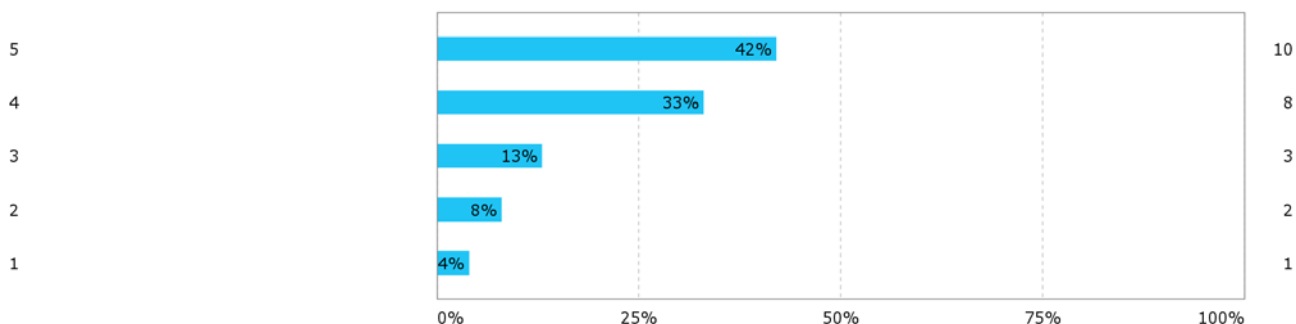
Brug af sociale medier mv. - Deling af dias (Slideshare etc.) - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.

Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



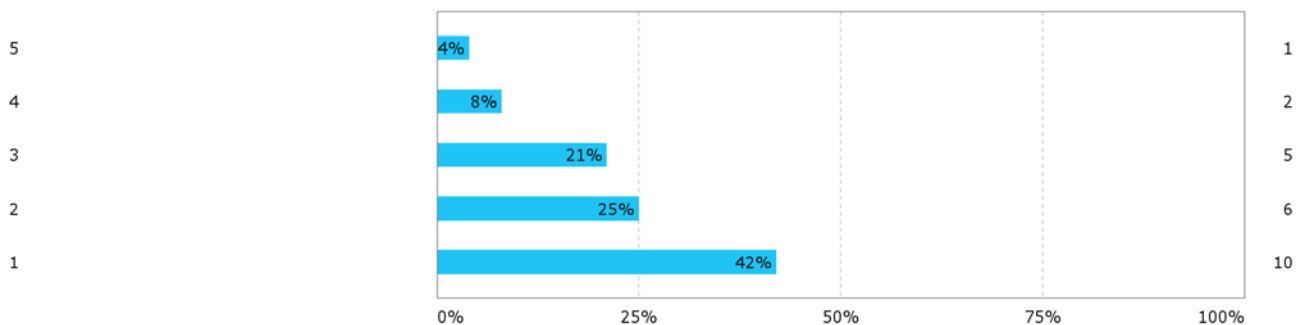
Brug af sociale medier mv. - Deling af dias (Slideshare etc.) - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.

Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



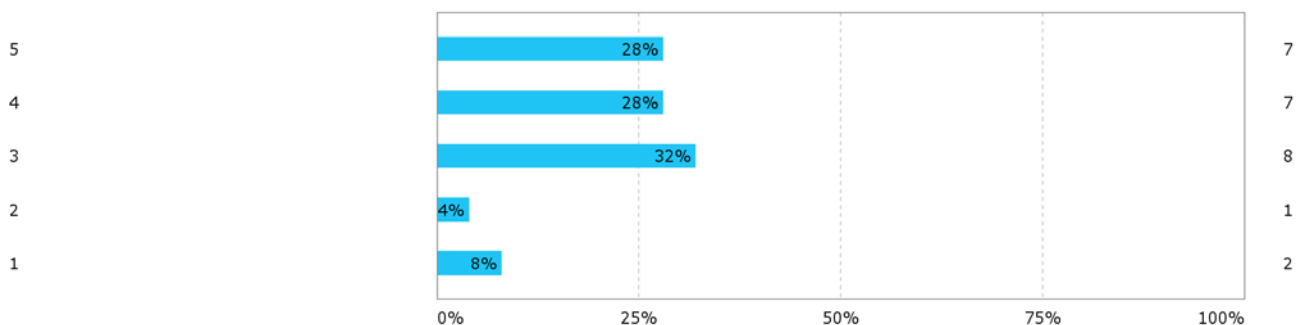
Brug af sociale medier mv. - Sched.org - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.

Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.

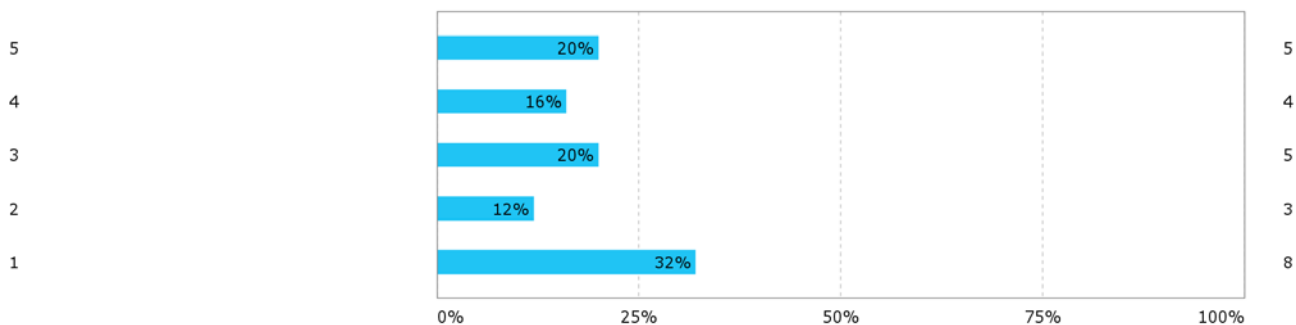


Brug af sociale medier mv. - Sched.org - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.

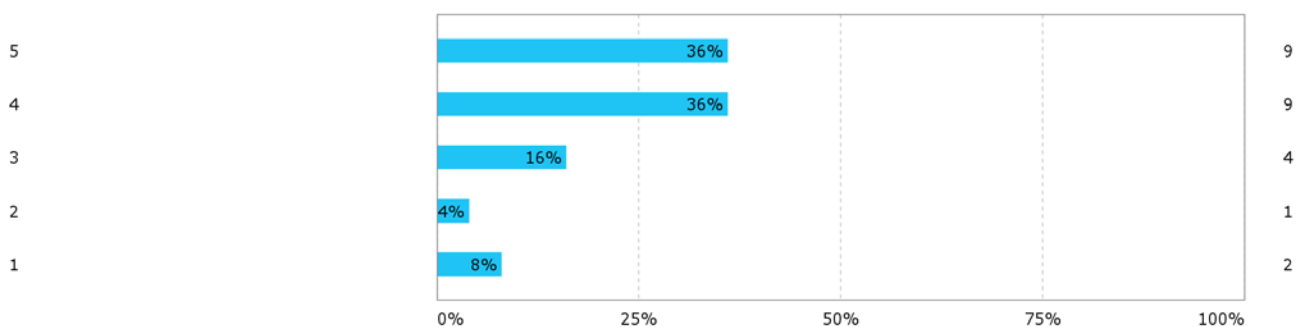
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



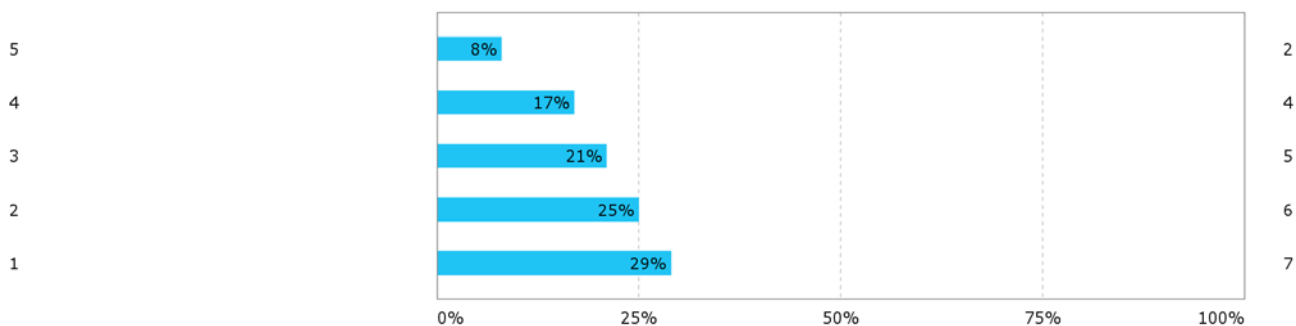
Brug af sociale medier mv. - Webinar - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



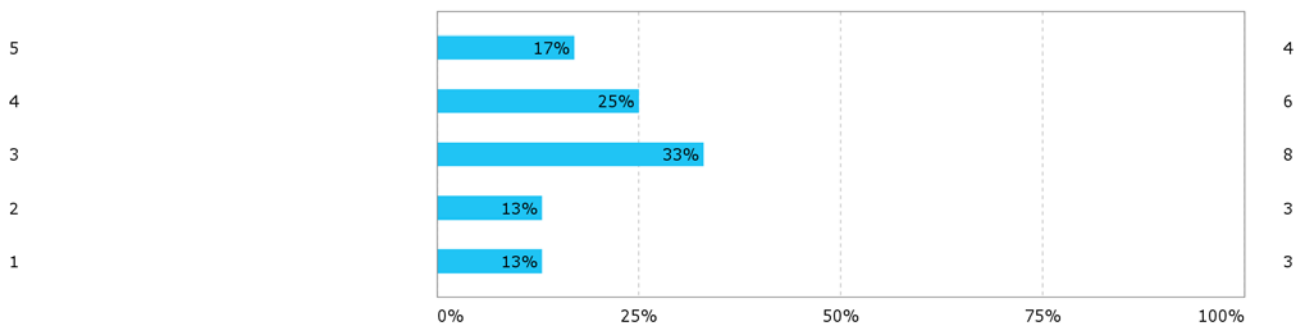
Brug af sociale medier mv. - Webinar - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



Brug af sociale medier mv. - Crowdsourcing - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er landmænd.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



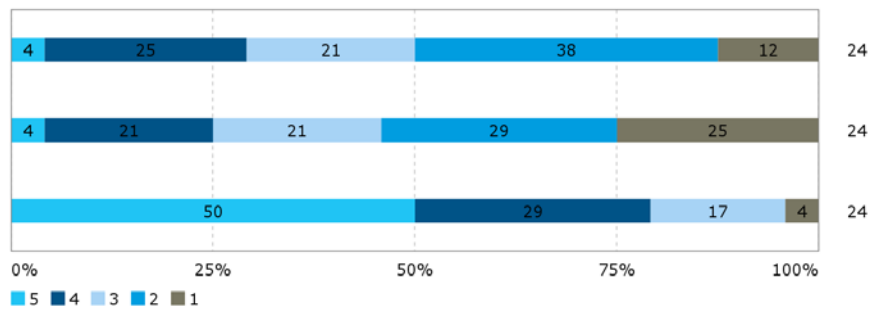
Brug af sociale medier mv. - Crowdsourcing - Min vurdering af nytteværdien, når målgruppen er kollegaer og rådgivere.
Skala 5 til 1, hvor 5 er det højeste.



Din vurdering af hvad der fungerer bedst som dialogredskab mellem deltagerne i workshoppen og projekt...

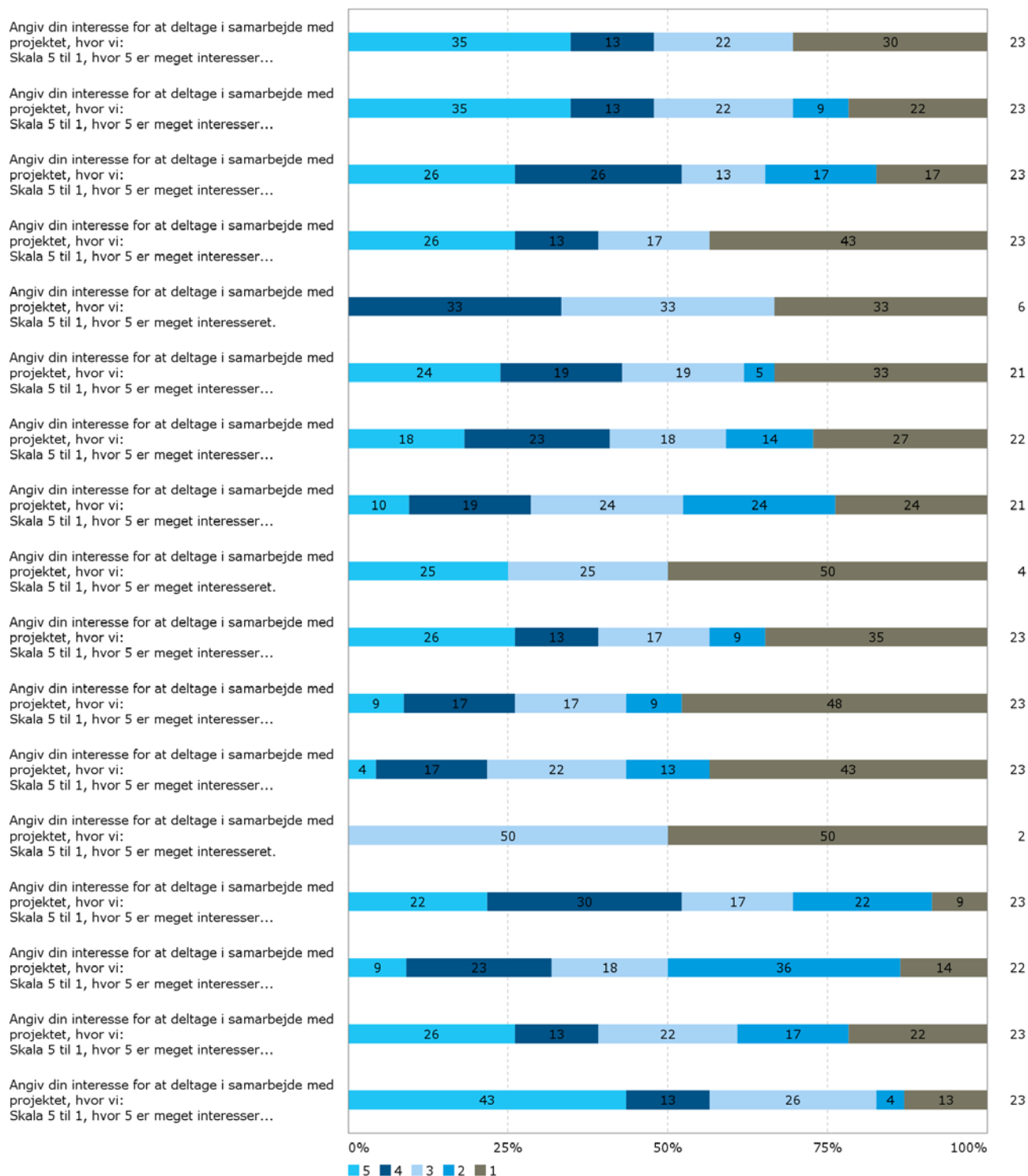
Din vurdering af hvad der fungerer bedst som dialogredskab mellem deltagerne i workshoppen og projekt...

Din vurdering af hvad der fungerer bedst som dialogredskab mellem deltagerne i workshoppen og projekt...



Har du andre forslag?

- LinkedIn er god, da mange bruger platformen i forvejen, men gruppens indhold er ikke så overskueligt.
- Gruppe på FB - det har jeg mest kendskab til
- Lige her udgør jeg selv et svagt led i kæden...
- Har desværre ingen erfaring med nogle af dem.
- Jeg vil klart foretrække Facebook.
3 mio danskere er på facebook og mange kommer der for andre ting også. Derfor er dialogen nemmest at lægge hvor man er i forvejen.
- Kan udvalget af mediet gøres omvendt:
hvilke krav har vi til mediet?
- åben kontra lukket
- kommer ny input automatisk til brugeren, eller skal den opsøges
- kan brugerne selv melde sig ind, eller skal de godkendes
osv... der findes mange flere :-)



Hvilke muligheder synes du at vi skal prioritere højt i projektet? Du må gerne komme med andre forslag end de ovennævnte.

- Høj prioritet (efterspørges af både rådgiver og landmand):

1)Lukkede erfagrupper med facilitator

2)Få rutinerne ud i stalden

Andre ideer indenfor emnet (letter hverdagen for både rådgiver og landmand):

1)Online rådgivning

2)Hurtigere deling af nye initiativer ude i rådgivningscentre ved brug af de sociale medier.

Eksempelvis branding af specialkonsulenter, deling af nye, praktiske metoder eller fysiske redskaber.

3)Webinars

- Socialt forum for lukket faglig erfa-gruppe
Rå rutinerne ud i stalden for medarbejderne og landmand
- "Urban Farming": Bynær fødevarerproduktion
- Erfagruppe for deltagere med specifik faglig fælles interesse.
- Erfagruppe med interesse for video
- ovenstående rækkefølge er ok
- Socialt forum for lukket erfa-gruppe
Få rutinerne ud i stalden
Urban Farming
- Få rutinerne ud i stalden for medarbejderne
"Urban Farming": Bynær fødevarerproduktion
- Lukket faglig erfagrupe.
- * nye rådgivningsmetoder mellem konsulenter og landmænd, ikke blot formidling af et budskab.
* metoder til at lytte, mere end metoder til at fortælle om sig selv
- Få rutinerne ud i stalden for medarbejdere, letomsættelig praktiske løsninger for kvæglandmænd.
- Socialt forum for lukket faglig erfa-gruppe
Erfa-gruppe for deltagere med specifik fælles faglig interesse eks. Video, eller fagligt område
(landdistrikter og tilskud :-))

Som nævnt før, synes jeg, at sammenligning af forskellige medier med hensyn på egntehed til faglige formål, kunne være interessante.

Dvs. det kunne være en idé, hvis der er fælles møder/workshop omkring opstart af pilotprojekterne. Hvis hver deltager vidste hvilke medie der skulle arbejdes med, og der så i fællesskabet formuleres målet, delmål osv.

Det kunne sikre en sammenligning bagefter.

(Og måske skulle tovholderne i pilotprojekterne forpligtes til at være i en lukket gruppe hvor der kunne drøftes erfaringerne med de enkelte medier løbende.

Men det kræver et fælles opstart, så alle kender til hinandens ideer/arbejde.

(I må ringe, hvis i vil have ideen uddybbet :-))

- Urban farming konceptet vil kunne rumme flere af de forslåede muligheder for samarbejde; fx Socialt forum for lukket faglig erfa-gruppe, At skabe et netværk (med kendt mål) og med rådgiver som tovholder og Erfa-gruppe for deltagere med specifikke fælles faglig interesse.
Stort set al faglig viden på VFL kan konverteres, så det med dette bynære fokus også kan anvendes i andre sammenhænge. Kaldes vist optimering;) Samtidig med at konceptet kan medvirke til at sælge den faglige noget nørdede viden på en appetitlig og letforståelig måde. Connecting people og skaber identifikation osv. Blev det ikke sagt på workshoppen, at dem der vil formå at få deres produkter solgt, er dem, som kan fremstille det nørdede, så det er lige til at gaffe ?! Jeg uddyber gerne;) Bedste hilsner
Trine tbs@vfl.dk 41593445