

## FOKUS PÅ DIN UDVIKLINGSVEJ VIA SOCIALE MEDIER

Den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikterne:  
Danmark og Europa investerer i landdistrikterne



Miljø- og Fødevarerministeriet  
NaturErhvervstyrelsen



**LDP 2020**



Se '[EU-kommissionen, Den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikterne](#)'

Har du overvejet at bruge de sociale medier til at få sparring med andre, når du skal gå nye veje med din virksomhed?

Når du skal holde fokus på din vej mod udvikling, er det vigtigt, at du har nogle at sparre med. Det var bl.a. et af de råd, som "Løverne" i Løvens Hule II, gav til de deltagende landmænd. Løverne lagde vægt på, at det er vigtigt, at man har nogle at tale med, som kan støtte en i at have fokus på de næste skridt mod udviklingen af forretningen. Det kan være en rådgiver, eller en der har erfaringer med selv at gå nye veje. Familiemedlemmer kan være aktuelle, men er ikke altid de bedste til at stille de udfordrende og kritiske spørgsmål. Her kan det, som et supplement til en egentlig sparring, være nyttigt at dele sine erfaringer i en netværksgruppe på Facebook.

### Erfaringsudvikling i en facebookgruppe

I en facebookgruppe har alle gruppens medlemmer har mulighed for at dele deres erfaringer og stille spørgsmål, og samtidig har alle mulighed for at "like", kommentere og svare på de andre medlemmers opslag. Gruppen kan være åben, lukket eller hemmelig. I en åben gruppe kan alle

deltage. I en lukket eller hemmelig gruppe er kun for de inviterede, hvilket giver størst mulighed for at være åben overfor de andre medlemmer. Medlemmerne kan være såvel landmænd som rådgivere.

Eksempler på, hvordan man kan benytte en gruppe:

- At stille spørgsmål til de andre medlemmer f.eks. i form af at bede om en vurdering af emballage og markedsføringsmateriale
- At vise produkter og fortælle om processen frem mod den nye forretning
- At fortælle om møder mellem landmænd og rådgivere samt fortælle om resultater af rådgivning
- Informere om arrangementer så som åbent hus mm.
- Som kommunikationskanal i stedet for mails.

Du kan også via en facebookside for dit landbrug eller virksomhed engagere dine kunder i udvikling af nye produkter eller lade dem vide, at et nyt spændende produkt er på vej. Du kan lave opslag af samme slags som i en lukket gruppe, blot med den forskel at det nu er kunder og alle andre, du er i kontakt med. Indholdet i opslagene skal derfor tilpasses målgruppen, og du skal være opmærksom på, at konkurrenter og samarbejdspartnere også kan læse dine opslag.

### **Erfaringerne fra projekter om brug af sociale medier i landbruget**

Erfaringer fra projekt "Nye bæredygtige veje til at skabe vækst i landbruget" om brug af en facebookgruppe til erfaringsudveksling kan du læse om i [dette notat](#). Erfaringer fra projekt "Nye bæredygtige veje til at skabe vækst i landbruget" om brug af en facebookside til at skabe opmærksomhed og fokus på udviklingsveje kan du læse om i [dette notat](#).

Facebooksiden finder du her: [www.facebook.com/vejetilvaekstilandbruget](http://www.facebook.com/vejetilvaekstilandbruget)

Du finder erfaringer med og brug af erfagrupper på nettet her: [Dyrk relationer](#) og ikke mindst via linket [Netværksdannelse og erfaringsudveksling i 2 potens: Erfagruppe 2.0 matchen](#)

Du finder flere erfaringer og viden om facebooksider til at profilere din bedrift, landmandslivet og forretningsudviklingen på de sociale medier her: [Landmand - Så viden](#)

Vil du se de deltagende landmænd i Løvens Hule II og høre løvernes råd til landmændene, kan du finde liveoptagelser fra facebooksiden Veje til vækst [her](#).