

Arbejds møde i LandboNord

22. september 2011

Den Europæiske Union ved Den Europæiske
Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet
for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget
i finansieringen af projektet.

Birgit Winther Sørensen

Fra: Birgit Winther Sørensen
Sendt: 27. februar 2012 13:39
Til: Birgit Winther Sørensen
Emne: Landbo Nord
Vedhæftede filer: 110922_jen_Dagsorden_LandboNord_kampagneplan.docx

Hej Jesper,

Kan vi sige d. 22. september kl. 11. Så kan vi slutte af med frokost??

Med venlig hilsen

Merete L Andersen

Fra: Jesper Klintebjerg Fuglsang [<mailto:JEN@vfl.dk>]
Sendt: 31. august 2011 13:25
Til: Merete L Andersen
Emne: Kampagneplan Landmandens Bundlinje NU

Hej Merete

Du har snakket med Dorte omkring noget sparring på jeres kampagneplan for Landmandens Bundlinje NU. I den forbindelse vil jeg meget gerne kikke forbi LandboNord den 22. eller 23. september omkring kl. 10 og de timer det tager – hvordan passer det med jeres tidshorizont, jeg kan forstå på Dorte, at du er i den heldige situation og skal holde ferie i 14 dage).

Du må meget gerne melde tilbage med, hvilken dato det passer ind i din kalender eller om der er en alternativ dato?

Med venlig hilsen

Jesper Klintebjerg Fuglsang
Virksomhedskonsulent (MSc, International Business Development)
DLBR Management, Udvikling
T +45 8740 5112 | M +45 2916 3145 | E jen@vfl.dk
VIDENCENTRET FOR LANDBRUG
Agro Food Park 15, Skejby, DK 8200 Århus N
www.vfl.dk

Denne mail er blevet scannet af <http://www.comendo.com> og indeholder ikke virus!



Merete L. Andersen, LandboNord
Morten Elkjær, LandboNord
Jesper Fuglsang, Videncentret for Landbrug

12. september 2011

Dagsorden

Hermed fremsendes dagsorden for mødet hos LandboNord omkring udarbejdelse af kampagneplan for Landmandens Bundlinje NU!

**LandboNord, Erhvervsparken 1, 9700 Brønderslev
22. september 2011, kl. 11.00 – 15.00**

- Velkomst
- Status på Bundlinje aktiviteter
- Brainstorm
- Udarbejdelse af kampagneplan
- Frokost
- Udarbejdelse af kampagneplan
- Opsamling
- Eventuelt

Jeg ser frem til et godt møde med fokus på jeres kampagneplan.

Venlig hilsen

Jesper Klintebjerg Fuglsang
Virksomhedskonsulent
Salg & Marketing, Udvikling

T +45 8740 5112 (direkte)
M +45 2916 3145
E jen@vfl.dk

Projektets hovedformål:

- XX
- XX

Markedspotentiale: (identifikation og beskrivelse af markedets størrelse. Hvor mange)

- XX
- XX

Projektets leverance / målsætning: (Hvilket produkt ender projektet ud i?)

- XX
- XX
- XX

Målgruppe: (Hvem er kunde til produktet?)

- XX
- XX

Kundebehov: (hvilke behov dækker produktet hos kunden)

- XX
- XX

Udbytte og effekt: (Hvilken nytte skaber leverancen for målgruppen, Kr. og øre, besparelser, bedre udnyttet tid, mere fritid ect.)

- XX
- XX

Implementering: (Hvorledes skal projektet implementeres og driftes)

Projektforudsætninger, risici, begrænsninger: (Hvad skal projektet ikke tilføjer målgruppen, og hvem henvender produktet sig ikke til?)

Strategisk fit: (Hvordan understøtter dette projekt DLBR-virksomhedens strategi?)

- Xx
- xx

Business case

	2011	2012	2013	Total
DB (kr)				
Omkostning (kr)				
Break-Even (stk)				
Return on Investment (ROI)				

Leveranceplan

Landmandens Bundlinje NU!^e

LandboNord^a



Version 2

Dato

1. sept. 2011

Mål:

Planlagt og gennemført kampagne for rådgivning – med fokus på løft af bundlinje hos landmand og på centret. Planlagt og gennemført forløb om effekt af rådgivning med udgangspunkt i en aktivitet i kampagnen. En gruppe af landmænd er involveret i aktiviteten.

Opnået pr.: 31.12.2011

Dokumenteret: I forhold til krav ifølge leveranceaftale.

Leverance og aktiviteter		Ansvar/ backup ^b	Deadline	<input checked="" type="checkbox"/>	1.000 Kr.	vfl
1.	Deltagelse i fælles møde om "Hvad er effekt?"		07.09.11			5782
	Tilbud fra backup: Forbedrende workshop til arbejdet i "effektgrupper"	EVG			5	
2.	Kampagneplan. Aktiviteter – internt og eksternt ^c . Ejerskab hos LandboNord's medarbejdere. Skal være godkendt i LandboNord's ledelse.		15.09.11		15	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på kampagneplanen. Planlægningsworkshop.	JEN				
3.	Plan for "Effektgruppe" med udgangspunkt i en aktivitet – fokus: økonomistyring - i kampagnen. Minimum to møder i Effektgruppen/grupperne.		01.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Deltagelse i planlægningsmøde. Deltagelse i møde i Effektgruppen.	MRJ EVG				
4.	Materiale intern markedsføring – sådan skaber LandboNord ejerskab blandt medarbejderne.		15.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.	ASK				
5.	Materiale eksternt markedsføring – sådan fortæller LandboNord landmændene om indholdet i kampagnen - fra logo, over kuvertfyld til pressemeddelelser og artikler.		15.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst.	ASK				
6.	Erfaringerne fra 1. møde i "Effektgruppen"		01.11.11		7	5782
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG				
7.	Ledelsens opfølgning – tilbagemelding på kampagnen og dens forløb.		01.11.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen.	JEN				
8.	Materiale eksternt markedsføring – sådan fortæller LandboNord de gode historier fra aktiviteterne i kampagnen – pressemeddelelser, artikler m.m.		15.11.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst. Artikler "opløftet" til landsdækkende.	ASK				
9.	Erfaringerne fra 2. møde i "Effektgruppen"		10.12.11		8	5782
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG				
10.	Ledelsens evaluering af kampagnen – og den forretning, der blev opnået og kan opnås. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?		10.12.11		5	9712
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Udarbejdelse af Business Case under deltagelse af "eksternt konsulent" ^d .	JEN				
11.	Sådan gik det ... i 2011		15.12.11		10	5782
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.	JEN				
					75	

NOTER

Note	Bemærkninger
a	Der er fem centre LRØ, LMO, LandboNord, SLF og Østdansk LandbrugsRådgivning med en parallel leveranceplan.
b	Projektgruppen på VFL: JEN (opfølgning), ASK (markedsføring), EVG (effekt) og DOM (kampagne) står "altid" til rådighed.
c	For gode ideer til aktiviteter kan henvises til: Posters " Implementering af rådgivning med effekt " indeholder følgende projekter: DLBR Mark Online Light-versionen, Forbedret klovsundhed, Manualer - Best practise i svinestalden, Mellemafgrøder - Et alternativ, der betaler sig, Modernisering af mastitisbekæmpelsen, Sænk sodødeligheden, Arbejdsplanlægning Kvæg, Dynamisk Strategi, Helhedsorienteret risikostyring, Proaktiv og Integreret Produktionsrådgivning, Virksomhedssekretær og Økonomistyring.
d	For at få fokus på forretningen er der ud over de 75.000 kr. sat 10.000 kr. (9712) af til betaling af en virksomhedskonsulent fra VFL, Udvikling, der skal bidrage til udarbejdelsen af Business Case. At have en ekstern konsulent er et vigtigt signal om at det er LandboNord's egen Business Case. Og ikke en opgørelse der er lavet af en projektmedarbejder fra projektet "Løft Landmandens Bundlinje NU!"
e	Det interne kampagnesite er: lbnu.dlbrblog.dk

Log 2011

Dato	Int.	Bemærkninger
11.06.11	DOM	Version 1 – brugt ved møde på centret
29.08.11	DOM	Version 2 – Intern plan – samler planerne for flere delaktiviteter.