Planlægningsmøde af Landmandens Bundlinje NU!

18. maj 2011 afholdt på Koldkærgård

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

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

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

DLBR Sekretariatet
Agro Food Park 15, Skejby
DK 8200 Århus N
www.dlbr.dk

Telefon 87 40 50 00
Mail info@dlbr.dk

9. maj 2011

Planlægning af Landmandens Bundlinje NU!
18. maj 2011

Fra projekt til forretning - løft bundlinjen hos landmænd og virksomhed

I 2011 vil vi være bedre til at tilrettelægge landsdækkende aktiviteter i en kampagnen for rådgivningen i DLBR, så de understøtter de aktiviteter og tiltag, I har planer om at gennemføre i 2011. En tilrettelæggelse der skal medvirke til, at de projekter I er involveret i hurtigt bringer effekt hos landmændene

Formål og mål:
Med hjem fra mødet vil du få:

- Overblik over aktiviteter, der kan indgå i din kampagne eller støtte dit projekt i 2011
- Netværk og kontakter, der kan udfordre og støtte dig i rollen som kampagne- eller projektleder
- Inspiration til hvordan I kommer ud med jeres budskab i en kampagne og med resultaterne i jeres projekter
- Ideer til hvordan kampagnen og projekter bliver en succes internt

Deltagerne får skærpet fokus på hvilke aktiviteter, der skal sættes i gang såvel internt overfor kolleger og ledelse som overfor landmanden for at få succes med kampagne og projekter. Deltagerne bliver klædt på til at argumentere og diskutere med ledelse og kollegaer om kampagnens mål og indhold.

Målgruppe: Kampagneledere fra Din Bundlinje NU!, markedsføringsansvarlige, forretningsudviklingsansvarlige, projektdeltagere/ledende konsulenter på relevante projekter og fagområder.

Sted: Koldkærgård Konferencecenter

Tilmelding: Marianne Borg, mab@vfl.dk, 8740 5502 senest 16. maj. Deltagelse er gratis.

Venlig hilsen

Dorte Marcussen
Projektleder, Landmandens Bundlinje NU!

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

Program for Planlægningsdag Landmandens Bundlinje NU! den 18. maj

Kl.	Programpunkt	
9.00	Kaffe og ankomst	
9.20	**Velkomst, formål, forventninger og dagens forløb** *v. Dorte Marcussen, projektleder på Landmandens Bundlinje NU!*	
9.30	**Landmandens Bundlinje NU! – hvorfor nu det?** *v. Ivar Ravn, udviklingsdirektør Videncentret for Landbrug*	
9.45	**Hvad skal en kampagneplan indeholde – og hvordan skabes energi mellem projekter, aktiviteter og kampagne** - Anbefalinger til interne kampagneaktiviteter *v. Dorte Marcussen* - Energi via en aktivitet som BundlinjeMatchen *v. Jacob Hvalkof, Heden & Fjorden* - Anbefalinger til den gode kampagneplan *v. Dorte Marcussen*	
10.30	**Pause**	
10.45	**Effekt af rådgivningen** Hvordan måler vi effekten af rådgivningen? *v. William Schaar Andersen, projektleder i Dynamisk Strategi, Torben Ulf Larsen Projektleder i Risikostyring og Eva Gleerup, projektleder i LBNU – effekt af rådgivning*	
11.15	**Spor A Projektmøde**: *DLBR-projektdeltagerne og Projektlederne Torben Ulf Larsen og William Schaar Andersen* Hvordan vil vi som projekt gøre os "lækre" overfor kampagnelederen i vores DLBR-virksomhed, så vores projekt kommer i rampelyset og bliver profileret overfor landmanden. Og hvad forventer vi os af en kampagneleder	**Spor B Cafemøde Projekter i Fokus** (6x10 min) *Kampagnelederne og Markedsføringsansvarlige samt projektlederne* Præsentation af mulighederne i • Nominerede projekter. *Se Skab forretning på årets projekt* • Økonomistyring og Benchmarking v. *Merete Jensen og Lene Bruun* • Virksomhedssekretær + virksomhedsrådgiver. *v. Karen Teglund* • Proaktiv Integreret Produktionsrådgivning og/eller arbejdsplanlægning Kvæg *v. Ulrik Toftegaard* • VFL-svin. *Posters v. Heidi Hunderup*
12.15	**Frokost**	
13.00	**Plenum:** Projektdeltagernes tilbud og forventninger til kampagnelederne + diskussion	
13.30	**Gruppearbejde: Landmandens Bundlinje NU! – succes og forretning** - Hvilke projekter fra Projekter i Fokus vil I anbefale jeres ledelse at gennemføre i en kampagne og hvilke andre aktiviteter har I i gang over for landmænd som kan "løftes" over i en kampagne - Hvordan vil I sikre succes af kampagnen og indfri de muligheder, der er i projekter, aktiviteter og udvikling af medarbejderne via en kampagne. Prioritering af interne aktiviteter *Diskussion i grupper på baggrund af input fra arbejdet i de to spor og diskussionen i plenum. Som forberedelse bedes deltagerne læse blogposten. Posters – DLBR-virksomhedens aktiviteter,* - Der er kaffepause undervejs	

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

14.30	**Plenum:** Landmandens Bundlinje NU! – succes og forretning + diskussion
15.00	**Et tilbud til DLBR-virksomhederne** Projektledelsen ønsker • et formaliseret samarbejde med 3-4 kampagnecentre, der er interesserede i at arbejde med handlingsplaner, forretningsplaner, mål og resultater og stille denne viden til rådighed for andre i DLBR. • et formaliseret samarbejde med to rådgivere, der er interesserede i at arbejde med effekt af rådgivning og tilbyde landmænd at deltage i læringsgrupper om effekt af rådgivningen
15.15	**Opsamling og det videre forløb** Dagen rundes af med en kort drøftelse om forventninger til det videre forløb
15.30	**Tak for i dag**

Det Europæiske Fællesskab og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet.

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

Dansk Landbrugsrådgivning

Deltagerliste 17. maj 2011

Titel: Landmandens bundlinje nu - Projekter med effekt!

Nummer K4066
Kode: , AO-82
Dato: 18. maj 2011

Kursusleder:

Tilmeldt antal: 26

Sted: Koldkærgård Konferencecenter
Agro Food Park 10
Skejby
8200 Aarhus N

Deltager	Adresse	Telefon
Torben Ulf Larsen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N tul@vfl.dk	87405000
Jacob Hvalkof	Heden & Fjorden Birk Centerpark 24 7400 Herning jhv@hflc.dk	96296666
Søren Hansen	Heden & Fjorden Birk Centerpark 24 7400 Herning sha@hflc.dk	96296666
Per Kristensen	Kolding Herreds Landbrugsforening Niels Bohrs Vej 2, Box 399 6000 Kolding pek@khl.dk	76341700
Pernille Ræbild Olsen	LRØ Erhvervsbyvej 13 8700 Horsens pro@lro.dk	70154000
Bjarke Lassesen	LRØ Erhvervsbyvej 13 8700 Horsens bjl@lro.dk	70154000
Pia Nielsen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N pin@vfl.dk	87405000

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

Deltager	Adresse	Telefon
Jørgen Katholm	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N jka@vfl.dk	87405000
Merete L. Andersen	LandboNord Erhvervsparken 1 9700 Brønderslev mla@landbonord.dk	96242424 □□
Ulrik Toftegaard Jensen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N utj@vfl.dk	87405000
Karen Tegllund	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N kat@vfl.dk	87405000
Dorte Marcussen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N dom@vfl.dk	87405000
Birgit Winther Sørensen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N bws@vfl.dk	87405000
Eva Gleerup	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N evg@vfl.dk	87405000
William S. Andersen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N wis@vfl.dk	87405000
Merete Jensen	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N mrj@vfl.dk	87405000

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

Deltager	Adresse	Telefon
Hans Boding	Østdansk LandbrugsRådgivning Center Allé 6 4683 Rønnede hbo@landbocenter.dk	56791900
Trine Leerskov	Østdansk LandbrugsRådgivning Center Allé 6 4683 Rønnede trl@landbocenter.dk	56791900
Søren Greve Olesen	Sønderjysk Landboforening Billundvej 3 6500 Vojens sgo@slf.dk	73202600 23214193
Erik Bendix Jensen	Djursland Landboforening Føllevej 5 8410 Rønde ebj@landboforening.dk	87912000
Flemming Nielsen	LandboThy Industrivej 7 7760 Hurup Thy fln@landbothy.dk	96185700
Lene Bruun Siriwadhananuraks	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N LKB@vfl.dk	87405000
Ellen Møller Hansen	Syddansk Svinerådgivning Billundvej 3 6500 Vojens emh@sdsr.dk	73202600
Anne Skov	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N ask@vfl.dk	87405000
Jesper Klintebjerg Fuglsang	Videncentret for Landbrug Agro Food Park 15 8200 Aarhus N jen@vfl.dk	87405000

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

Deltager	Adresse	Telefon
Susanne Klausholm Dolleris	Heden & Fjorden Birk Centerpark 24 7400 Herning skd@hflc.dk	96296666

Jan Winther LMO
%

Kom kl. 10.20

+ Ivar Ravn - ivr@vtt.dk

+ Kirsten Klitgaard - kk@vtt.dk

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

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

Landmandens Bundlinje NU!

Planlægningsmøde 18. maj 2011
Koldkærgaard Konferencecenter

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

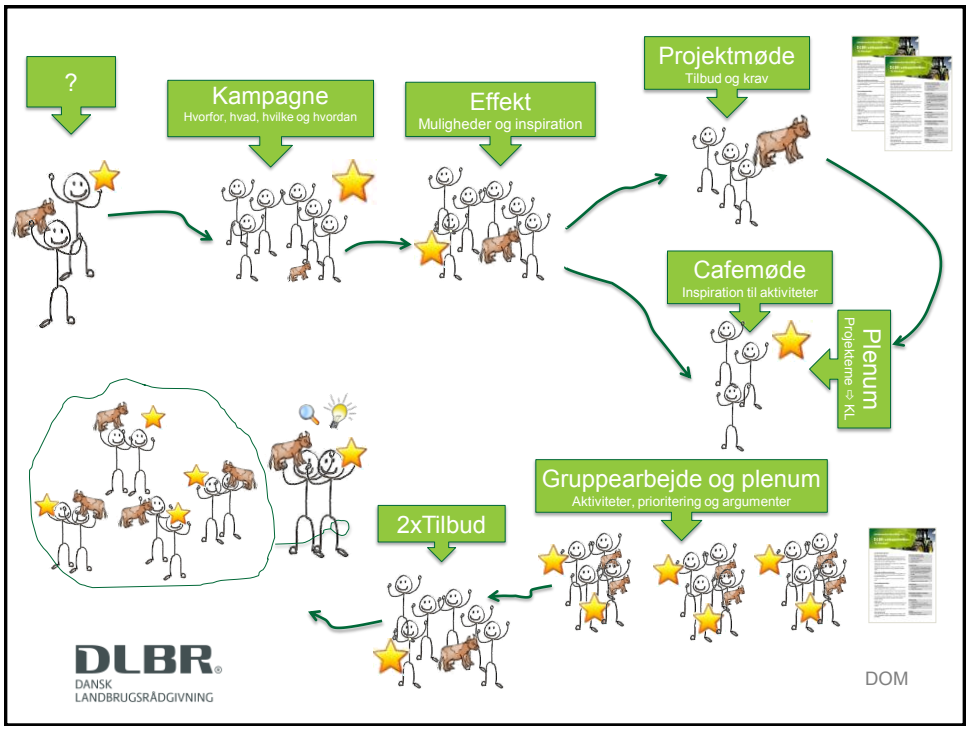
Den Europæiske Union ved Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet.

Formål med dagen

- Overblik over aktiviteter, der kan indgå i din kampagne eller støtte dit projekt i 2011
- Netværk og kontakter, der kan udfordre og støtte dig i rollen som kampagne- eller projektleder og -deltager
- Inspiration til hvordan I kommer ud med jeres budskab i en kampagne og med resultaterne i jeres projekter
- Ideer til hvordan kampagnen og projekter bliver en succes internt

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM



Dagens deltagere

- Kampagneledere fra DLBR-virksomhederne
- Projektdeltagere fra DLBR-virksomhederne
  - Landdistrikts-demonstrations-projekter
- Projektledere fra:
  - Fem LD-projekter
    - Risikostyring, Dynamisk Strategi, Virksomhedsrådgiver, LBNU-Kvæg, LBNU-effekt
  - Fem nominerede projekter til årets projekt
    - DL-Mark Online - light, Mellemafgrøder, Virksomhedssekretær, Klovsundhed, Mastitis-bekæmpelse
- Projektgruppen på VFL

Alle er de vigtige aktører for at LBNU bliver en succes ...

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

Succeskriterier for LBNU
- kampagnendelen

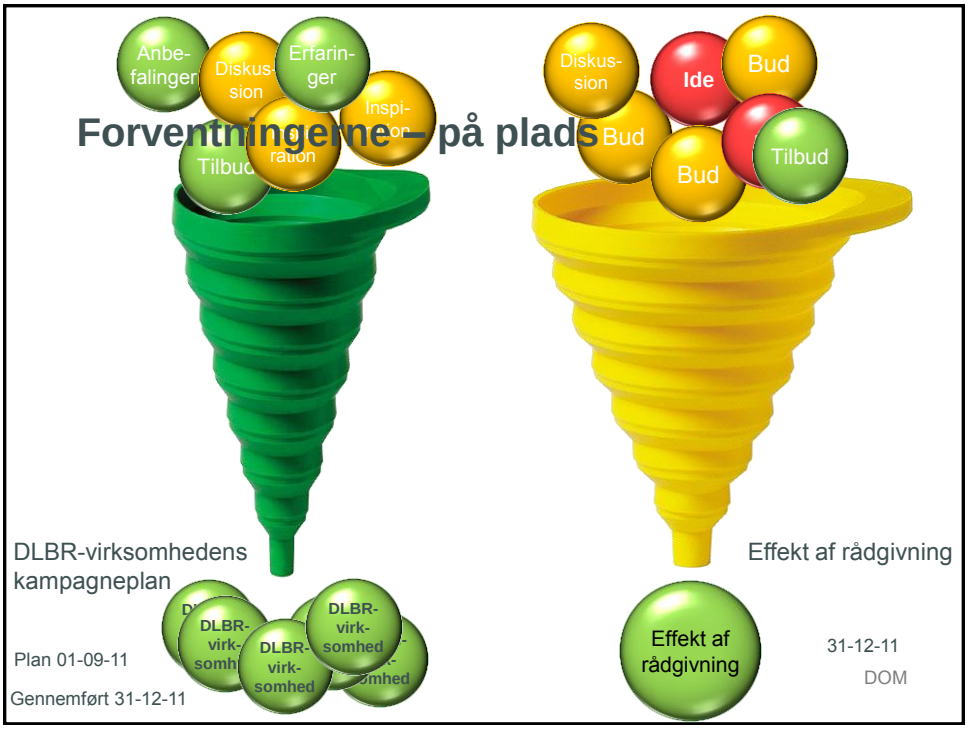
DBNU ⇔ LBNU

- 3-4 DLBR-virksomheder, der er virkelig engageret og ser aktiviteten som en mulighed for at udvikle forretningen bredt
- 7-10 DLBR-virksomheder, der deltager engageret i specifikke projekter. Ser aktiviteterne som en mulighed for at udvikle forretningen og/eller medarbejdernes kompetencer på specifikke områder
- 5-6 DLBR-virksomheder, som bruger elementer fra aktiviteterne

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

Forventningerne – på plads



Plan 01-09-11

Gennemført 31-12-11

31-12-11

DOM

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

Landmandens Bundlinje NU!
- Hvorfor NU det!

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

Hvad skal en kampagneplan indeholde –
og hvordan skabes energi mellem projekter, aktiviteter og kampagne

- Anbefalinger til interne kampagneaktiviteter
  - Erfaringer fra Din Bundlinje NU! og bud på prioritering i LBNU
- Energi via en aktivitet som BundlinjeMatchen
  - Erfaringer fra Heden & Fjorden
- Anbefalinger til den gode kampagneplan
  - Hvad skaber succes
    - Hvordan skabes forretning

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

Oplevelsen i Din Bundlinje NU!

I hvor høj grad har du (kampagnelederen) oplevet:	m. høj grad Høj grad %	I nogen grad %	I mindre grad Slet ikke %	Ikke relevant Ved ikke %
Ejerskab til kampagnen på dit center	14	36	43	7
Gennemslagskraft som kampagneleder	21	50	14	14
At dine kolleger involverer sig i kampagnen	14	29	50	14
At få involveret fagafdelingerne i kampagnen	14	50	29	7
At temasiden om DBNU på jeres hjemmeside har været et nyttigt redskab i virksomhedens kampagne	14	29	43	14
At kampagnen på din DLBR-virksomhed er en succes	14	36	36	14

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

Prioritering i Landmandens Bundlinje NU!

Kampagneledernes prioritering	Meget høj %	Høj %	Hverken eller %	lav Meget lav %	RANK
Ejerskab til DLBR-virksomhedens kampagne internt	36	29	21	7	**3**
Gennemslagskraft som kampagneleder	29	29	29	7	**4**
Kollegernes involvering i kampagnen	36	36	14	7	**2**
Alle fagafdelinger deltager i kampagnen	21	21	21	28	**6-7**
At I når bredt ud med kampagnen	14	29	29	21	**5**
At de kunder der deltager får effekt af rådgivningen	72	21	0	0	**1**
Temaside som nyttigt redskab	7	36	36	7	**6-7**

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

1. Kunderne får effekt af rådgivningen

- *Næste punkt på dagsorden*
- Mål for medarbejderudvikling
  - Forståelse for effekt af rådgivning
  - En fælles systematik i rådgivningsforløb

Landmandens Bundlinje NU!

DLBR-virksomheden

- Et eksempel

Landmandens gevinst

Det oplever landmanden
Landmanden får via vores egen Bundlinjematch og Dynamisk strategi en mulighed for at komme rundt om alle indsatsområder på virksomheden/bedriften og løfte bundlinjen, der hvor det er nemt og/eller der, hvor der er flest penge at hente.

Landmanden og hans rådgivere bliver motiveret for indsatserne og opfølgningen via økonomistyring.

Mælkeproducenterne vil opleve, at vi har speciel fokus på Klovsundhed, et indsatsområde der kan løfte bundlinjen i mange bedrifter.

Sådan måler vi effekten hos landmanden
Landmanden skal sætte sine mål. Vi udfordrer ham og sikrer os, at de er klare og målbare. Vi tør godt give bud og overslag på, hvad den økonomiske gevinst er.

Vi følger op på målene og de bud, vi har givet på økonomisk gevinst.

Forretningspotentialet

Antallet af kunder
I vores egen bundlinjematch vil vi i første omgang nå 10 kunder (vi sætter 5 rådgiverteam med hver 2 kunder).

Dynamisk strategi vil vi gennemføre hos 5 % af de større bedrifter.

Vi vil gennemføre en minikampagne, hvor vi når ud til 50 % af alle mælkeproducenter og sælger et sambesøg med dyrlægen hos 5 %.

Vi forventer endvidere, at deltagerne i vores egen bundlinjematch og i dynamisk strategi vil købe et sambesøg om klovsundhed. Anslået 10 besøg.

Salg pr. kunde
Vi forventer et salg pr. kunde i vores egen Bundlinjematch, der giver en fakturering på 15.000 kr. Herudover et forventet krydssalg på 5.000 kr.

Salget pr. kunde i de øvrige aktiviteter estimerer vi til det bud, der er givet fra projekterne.

Krydssalg og mersalg
Vi har sat et mål, der betyder, at rådgiverne der deltager i aktiverne i kampagnen skal nå et mersalg på 5% og et krydssalg på 5.000 kr.

Aktiviteter mod landmanden
- Vores egen Bundlinjematch
- Dynamisk strategi
- Forbedret Klovsundhed
- Økonomistyring

Ledelsens fokus
1. En forretningsplan for kampagnen indholdene mål og plan for udadrettede aktiviteter. Ledelsens fokus i øvrigt er de interne aktiviteter, den ønskede medarbejderudvikling og markedsføringen ogressourceforbrug.
2. Kampagneledererens gennemslagskraft
3. Alle fagafdelinger bliver en del af kampagnen
4. Eng[illegible]jen

Interna[illegible]
- Punkt i nyhedsmail / interne møder
- Ki[illegible]
- På skærmen i forhallen

Medarbejderudvikling via kampagnen
- Mersalg og krydssalg
- Samarbejde tværfagligt

Markedsføring
- Kampagnesite
- Artikler i hvert nummer af GRONYT
- To artikler fra medlemsbladet "opløftet" til landdækkende medier
- Kuvertfyld

Kontakt
Kampagneleder Kaj Kajsen.
T: 6666 6666 E: kkgdlbrvirksomhed.dk

Diskussion
Prioritering
Argumenter
"Aftale"

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

2. Kollegernes involvering i kampagnen

- Mål for medarbejderudvikling
  - (Tvær)faglig samarbejde, fælles opgaver, overlevering af opgaver …
- Involvering i planlægningen
  - Tag udgangspunkt i det der er på "hylderne" eller projekter man er involveret i
- Følge op undervejs
  - Inspiration, konstruktiv kritik og ros, ~~kontrol~~
- Fejre succesen for aktiviteten

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

3. Ejerskab

- Mål for medarbejderudvikling
  - Kryds- og mersalg, kunde- og produktkendskab og fokus på forretning
  - Lederudvikling: uddelegering af ansvar, udvikling og ressourcer, styregruppe for projekter og kampagner og vedholdenhed
- Synliggør mål og gennemførsel
  - Kick-off-dag, medarbejdermøder, tavle og nyhedsmail …
  - Fejre succeserne i kampagnen
- Gør kampagnen synlig som kampagne
  - Møder, temaside på nettet, tema i blad, logo og gadgets…

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

4. Gennemslagskraft som kampagneleder

- Bliv udpeget
  - *Ledelsens* opbakning
- Lav en plan
  - Få den godkendt af *ledelsen*
- Involvere kolleger, lav projektgruppe
  - Få ressourcer til det af *ledelsen*
- Vær leder
  - Del af ledergruppen, organisere en styregruppe

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

Anbefalinger – Intern

5. Alle fagafdelinger deltager i kampagnen
   - Se aktivitet og projekt som virksomhedens og ikke som afdelingens

6. At I når bredt ud med kampagnen
   - I når det I vil – hvis I følger (nogle af) de andre anbefalinger

7. Temaside som nyttigt redskab
   - ”Visitkort” eller aktiv side?

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

Energi via en aktivitet som BundlinjeMacthen

- Succes kræver energi
  - Energien kommer fra ejerskab
    - Ejerskab kommer af engagement
      - Engagement kommer af eget initiativ eller ”fordybelse” i projekt

DLBR-virksomhedens eget initiativ – gerne i samarbejde med andre DLBR-virksomheder – er projektgruppen meget interesseret i at blive engageret i. Det skyldes ikke mindst erfaringerne fra BundlinjeMatchen

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

BundlinjeMacthen som kampagneaktivitet

- Jacob Hvalkof – Heden & Fjorden

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

Erfaring fra BundlinjeMatchen

På fire bedrifter

- Potentielle forbedringsmuligheder knap 1 mio. kr.
- Realiseret knap 800 tkr.
  - Det højeste var 340 tkr.

SÅ HER BLEV OPNÅET EFFEKT

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Hvordan lykkes det

- Klare mål med ejerskab hos landmand
  - Bud på økonomisk gevinst ved opnåelse af produktionsmål
- Konkrete handlingsplaner som løftets af et team
  - Et team der består af landmænd og hans rådgivere
  - At opgaven er konkret
  - At ansvaret er placeret
  - At der følges op
- At man gør resultatet op og fejrer succesen
  - Den økonomiske gevinst er ikke opgjort med decimal

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

Hvordan lykkes det

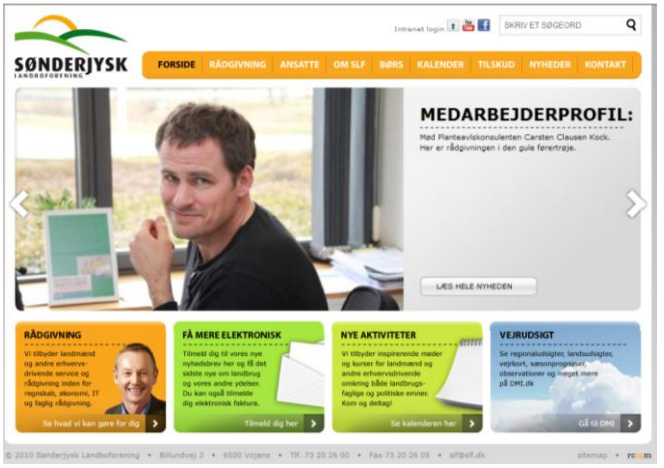
- I rådgivningsforløbet
  - At man er innovativ og udfordrende i sin tilgang til mål og i løsningen af opgaven
  - At man tør give bud og prioriterer
  - At man arbejder systematisk og dokumenterer rådgivningsforløb
  - At man kan følge den røde tråd fra mål og prioritering til handling og resultat

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

BundlinjeMacthen

Besøg
også
www.slf.dk



DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

Kampagneplanens indhold

- Udgangspunkt: en forretningsplan

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

DOM

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

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Indhold forretningsplan

- Beskrivelse af forretningside
- Baggrund og strategi
- Produkter
- Marked i dag og fremtiden
- Kunder
- Finansieringsmodel
- Forretningsmodel & salgsorganisation
- Markedsføringsplan

Kampagneplanens indhold

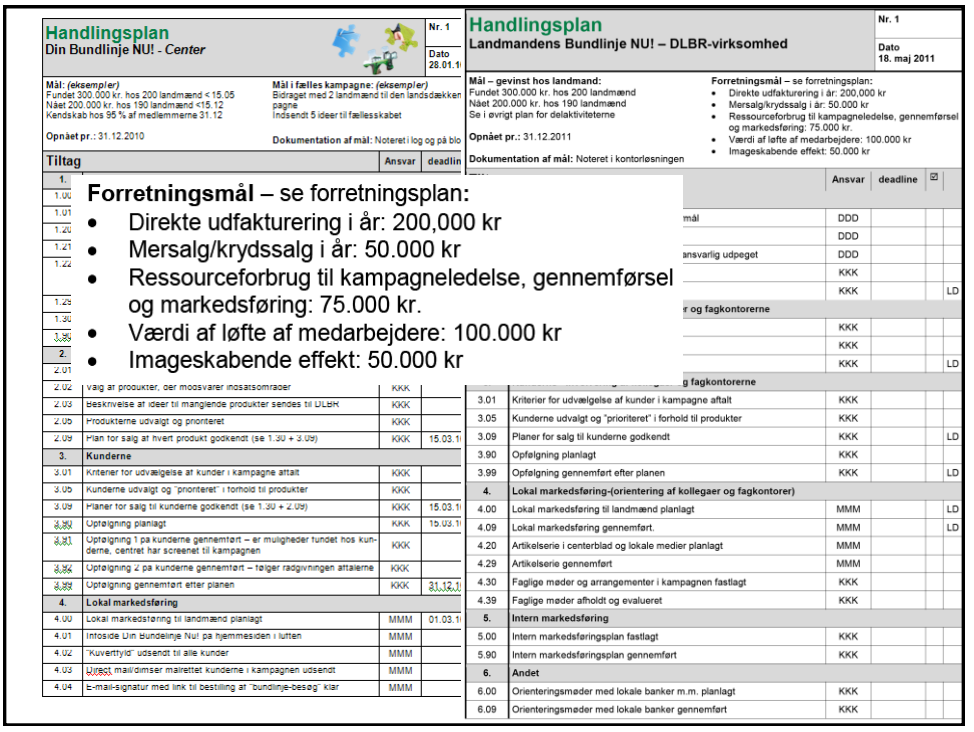
- Udgangspunkt i virksomhedens forretningsplan
  - Centret som en målgruppe
    - Understøtter et eller flere produkter

og/eller

- Udgangspunkt i målgruppe: Løft Bundlinjen!
  - Understøtter aktiviteter, projekter og produkter, der kan løfte Landmandens Bundlinje
    - Hvad skaber kampagne af direkte indtægt
    - Hvad skaber kampagne af "afledte effekter"
      - Kryds- og mersalg, kompetenceløft, image …
    - Hvad koster det at gennemføre kampagnen
      - Udviklingsomkostninger, kampagneledelse, tilrettelæggelse og markedsføring …

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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



Handlingsplan
Din Bundlinje NU! - *Center*

Nr. 1
Dato 28.01.1

Mål: *(eksempler)*
Fundet 300.000 kr. hos 200 landmænd < 15.05
Nået 200.000 kr. hos 190 landmænd <15.12
Kendskab hos 95 % af medlemmerne 31.12

Mål i fælles kampagne: *(eksempler)*
Bidraget med 2 landmænd til den landsdækken pagne
Indsendt 5 ideer til fællesskabet

Opnået pr.: 31.12.2010

Dokumentation af mål: Noteret i log og på blo

Tiltag		Ansvar	deadlin
1.			
1.00			
1.01			
1.20			
1.21			
1.22			
1.29			
1.30			
1.39			
2.			
2.01			
2.02	Valg af produkter, der moosvarer insatsområder	KKK	
2.03	Beskrivelse af ideer til manglende produkter sendes til DLBR	KKK	
2.05	Produkterne udvalgt og prioriteret	KKK	
2.09	Plan for salg af hvert produkt godkendt (se 1.30 + 3.09)	KKK	15.03.1
3.	**Kunderne**		
3.01	Kriterier for udvælgelse af kunder i kampagne aftalt	KKK	
3.05	Kunderne udvalgt og "prioriteret" i forhold til produkter	KKK	
3.09	Planer for salg til kunderne godkendt (se 1.30 + 2.09)	KKK	15.03.1
3.90	Opfølgning planlagt	KKK	15.03.1
3.91	Opfølgning 1 på kunderne gennemført – er muligheder fundet hos kunderne, centret har screenet til kampagnen	KKK	
3.95	Opfølgning 2 på kunderne gennemført – følger rådgivningen aftalerne	KKK	
3.99	Opfølgning gennemført efter planen	KKK	31.12.1
4.	**Lokal markedsføring**		
4.00	Lokal markedsføring til landmænd planlagt	MMM	01.03.1
4.01	Infoside Din Bundelinje Nu! på hjemmesiden i luften	MMM	
4.02	"Kuvertfyld" udsendt til alle kunder	MMM	
4.03	Direct mail/dimser mairettet kunderne i kampagnen udsendt	MMM	
4.04	E-mail-signatur med link til bestilling af "bundlinje-besøg" klar	MMM	

Forretningsmål – se forretningsplan:
- Direkte udfakturering i år: 200,000 kr
- Mersalg/krydssalg i år: 50.000 kr
- Ressourceforbrug til kampagneledelse, gennemførsel og markedsføring: 75.000 kr.
- Værdi af løfte af medarbejdere: 100.000 kr
- Imageskabende effekt: 50.000 kr

Handlingsplan
Landmandens Bundlinje NU! – DLBR-virksomhed

Nr. 1
Dato 18. maj 2011

Mål – gevinst hos landmand:
Fundet 300.000 kr. hos 200 landmænd
Nået 200.000 kr. hos 190 landmænd
Se i øvrigt plan for delaktiviteterne

Opnået pr.: 31.12.2011

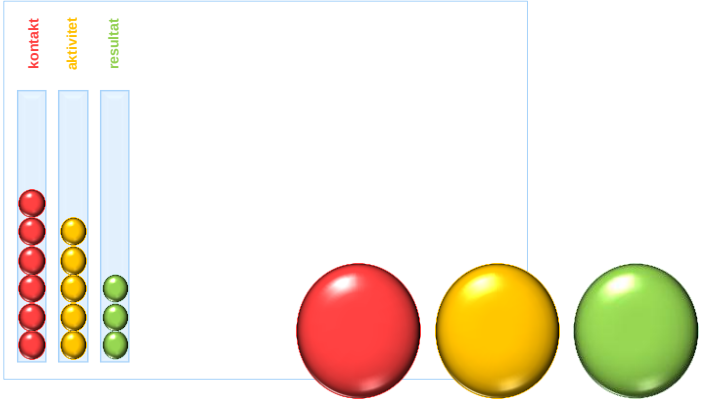
Dokumentation af mål: Noteret i kontorløsningen

Forretningsmål – se forretningsplan:
- Direkte udfakturering i år: 200,000 kr
- Mersalg/krydssalg i år: 50.000 kr
- Ressourceforbrug til kampagneledelse, gennemførsel og markedsføring: 75.000 kr.
- Værdi af løfte af medarbejdere: 100.000 kr
- Imageskabende effekt: 50.000 kr

		Ansvar	deadline	☑	
	mål	DDD			
		DDD			
	ansvarlig udpeget	DDD			
		KKK			
		KKK			LD
	r og fagkontorerne				
		KKK			
		KKK			
		KKK			LD
	g fagkontorerne				
3.01	Kriterier for udvælgelse af kunder i kampagne aftalt	KKK			
3.05	Kunderne udvalgt og "prioriteret" i forhold til produkter	KKK			
3.09	Planer for salg til kunderne godkendt	KKK			LD
3.90	Opfølgning planlagt	KKK			
3.99	Opfølgning gennemført efter planen	KKK			LD
4.	**Lokal markedsføring-(orientering af kollegaer og fagkontorer)**				
4.00	Lokal markedsføring til landmænd planlagt	MMM			LD
4.09	Lokal markedsføring gennemført.	MMM			LD
4.20	Artikelserie i centerblad og lokale medier planlagt	MMM			
4.29	Artikelserie gennemført	MMM			
4.30	Faglige møder og arrangementer i kampagnen fastlagt	KKK			
4.39	Faglige møder afholdt og evalueret	KKK			
5.	**Intern markedsføring**				
5.00	Intern markedsføringsplan fastlagt	KKK			
5.90	Intern markedsføringsplan gennemført	KKK			
6.	**Andet**				
6.00	Orienteringsmøder med lokale banker m.m. planlagt	KKK			
6.09	Orienteringsmøder med lokale banker gennemført	KKK			

Sæt mål og følg op

- Forretningsmål for kampagnen – en samlet kampagneplan
- Mål for aktiviteterne - og en handlingsplan for hver



DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Effekt af rådgivning

- Kort præsentation af to LD-projekter, der har planlagt at demonstrere effekt af rådgivningen i 2011

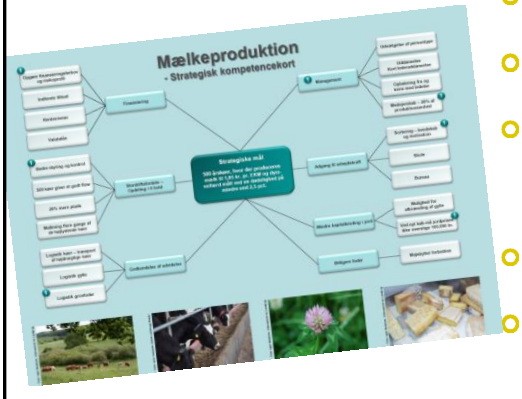
Dynamisk strategi	William Schaar Andersen	Agri Nord, Djursland Landboforening, Østdansk Landbrugsrådgivning
Helhedsorienteret Risikostyring	Torben Ulf Larsen	AgriNord, Agrovi, Østdansk, Landbo-Syd, LRØ, Centrovice, LandboNord

- Effekt af rådgivning - hvorfor og hvordan
  - Eva Gleerup – projektleder på Landmanden Bundlinje NU! – effekt af rådgivningen

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Dynamisk Strategi



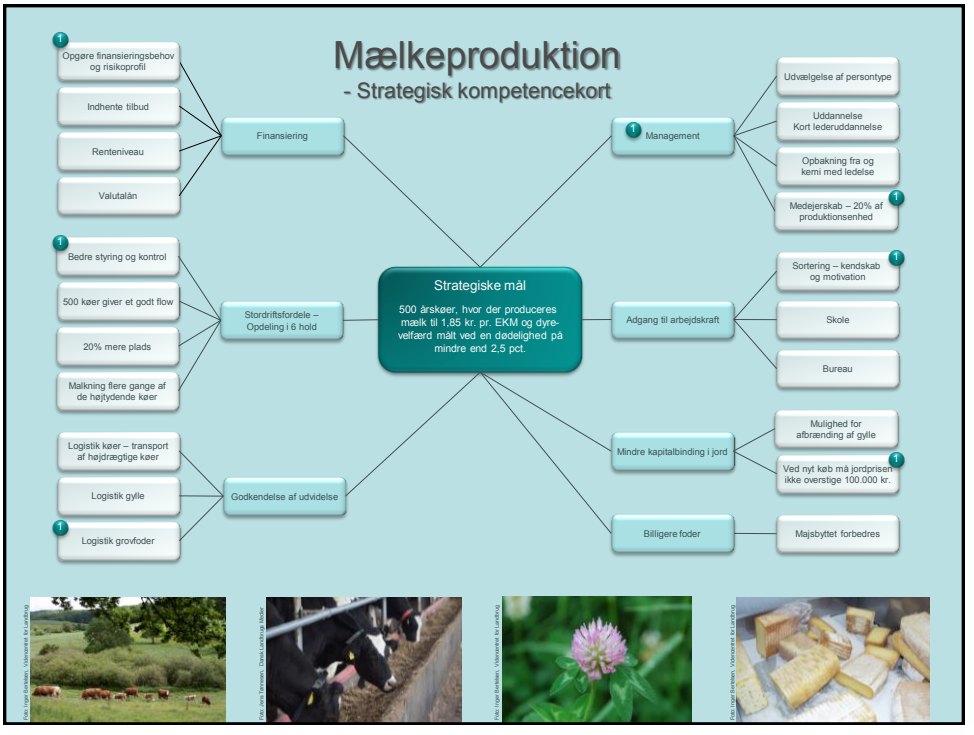
- Unikt ejerskab fra landmandens side
- Et håndgribeligt overblik på få sider
- Kommunikationsredskab til kreditgivere, konsulenter, medarbejdere, ERFA-grupper mv. der giver en fælles platform
- Løbende tilpasning der foretages af landmanden
- Dynamisk strategi er fremadrettet og supplerer årsrapporten, som er historiske tal

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

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Dynamisk Strategi

- Et håndgribeligt strategisk overblik på få sider – Let at kommunikere
- God platform til en givende dialog med banken
- Få et overblik over de strategiske muligheder

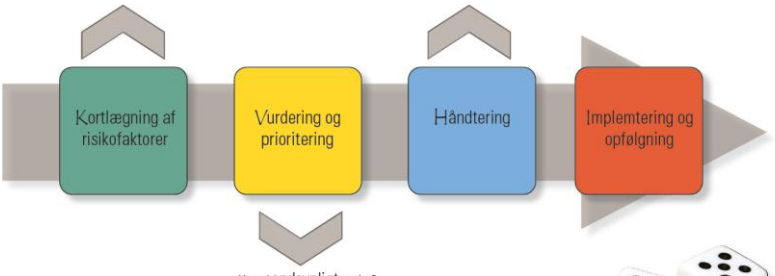


Den Europæiske Union ved Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet

Risikostyring skal fokusere på usikkerhed, ikke på illusionen af forudsigelighed

Hvilke risici er der?
- Marked - afsætning og indkøb
- Finansiering - rente og valuta
- Produktion
- Humane
- Omverden

Hvad kan vi gøre ved risici?
- Acceptere
- Undgå
- Dele, sprede, forsikre
- Reducere



Hvor sandsynligt er det?
Hvor væsentligt er det?

Projektmødets to opgaver

- Poster (30 min.)
  - Effektmål?
  - Forretningen?

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

Landmandens Bundlinje NU!

Dynamisk Strategi

Landmandens gevinst

Indledning
Med Dynamisk Strategi får landmanden et håndgribeligt overblik over sin strategiske situation på få sider, hvilket giver en god situation for kommunikation men eksterne såvel som interne. Processen i Dynamisk Strategi sikrer at der er fokus på de strategiske indsatsområder, som landmanden vægter mest. Det er således landmandens banehalvdel der spilles på, hvorved landmandens ejerskab sikres.

Hvad kræver det
Et godt udbytte via Dynamisk Strategi kræver, at landmanden forbereder sig på de udsendte skabeloner, samt at konsulenten via god spørgeteknik sætter rammen for et åbent forum for strategiske tanker. Disse tanker konkretiseres og skaber baggrund for en aktivering af konsulentens faglige håndværk i anden fase.

Hvordan måles effekten?
Det giver stor motivation at synliggøre hvilke bundlinjeeffekt konkrete handlingsplaner forventes at medføre samt en opfølgning der synliggøre om det er opnået f.eks. tre måneder efter.

Vi vil konkretisere dette på mødet.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder
Det vil vi konkretisere på projektmødet.

Salg pr kunde
Det vil vi konkretisere på projektmødet.

Rådgivernes kompetencer
- Proceskonsulent
- Strategisk indsigt
- Stærk i spørgeteknik og dialog

Kom godt fra start
Få kendskab til Processen i Dynamisk Strategi via kontakt til Videncentret for Landbrug.
Udpeg to konsulenter, ofte driftsøkonomikonsulenter, som ansvarlige for processen.
Sæt et ambities mål for hvor mange forløb der skal udføres i opstarts/oplæringsperioden.
Synliggøre produktet internt såvel som eksternt.

Hent mere viden
Faglig viden findes på:
www.landbrugsinfo.dk/dynamiskstrategi

Kontakt
William S. Andersen T: 8740 5179 E: wisgvfl.dk

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

Projektmødes anden opgave

- Bud på samarbejdet mellem et projekt og en kampagne (30 min.)
  - Handlingsplanen
  - Involvering
  - Giv og tag

DLBR®
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

Handlingsplan
Landmandens Bundlinje NU! – DLBR-virksomhed

Nr. 1
Dato 18. maj 2011

Mål – gevinst hos landmand:
Fundet 300.000 kr. hos 200 landmænd
Nået 200.000 kr. hos 190 landmænd
Se i øvrigt plan for delaktiviteterne

Ordnanter: 13.12.2011

Dokumentation af mål: Noteret i kontorløsningen

Forretningsmål – se forretningsplan:
Direkte udfakturering i år: 200,000 kr
Mersalg/krydssalg i år: 50.000 kr

Ressourceforbrug til kampagneledelse, gennemførsel og markedsføring: 75.000 kr.

Værdi af løfte af medarbejdere: 100.000 kr (se virksomhedsplan)

Tiltag		Ansvar	deadline	☑	
1.	**Kampagneplan og styring**				
1.00	Ledelsen har skitseret indhold og sat formål	DDD			
1.01	Styregruppe er nedsat	DDD			
1.02	Kampagneleder og evt. markedsføringsansvarlig udpeget	DDD			
1.21	Arbejdsgruppe nedsat	KKK			
1.29	Overordnet kampagneplan godkendt	KKK			LD
2.	**Produkterne – involvering af kollegaer og fagkontorerne**				
2.01	Ideer til aktiviteter	KKK			
2.05	Produkterne udvalgt og prioriteret	KKK			
2.09	Plan for salg af hvert produkt godkendt	KKK			LD
3.	**Kunderne - involvering af kollegaer og fagkontorerne**				
3.01	Kriterier for udvælgelse af kunder i kampagne aftalt	KKK			
3.05	Kunderne udvalgt og "prioriteret" i forhold til produkter	KKK			
3.09	Planer for salg til kunderne godkendt	KKK			LD
3.90	Opfølgning planlagt	KKK			
3.99	Opfølgning gennemført efter planen	KKK			LD
4.	**Lokal markedsføring-(orientering af kollegaer og fagkontorer)**				
4.00	Lokal markedsføring til landmænd planlagt	MMM			LD
4.09	Lokal markedsføring gennemført.	MMM			LD
4.20	Artikelserie i centerblad og lokale medier planlagt	MMM			
4.29	Artikelserie gennemført	MMM			
4.30	Faglige møder og arrangementer i kampagnen fastlagt	KKK			
4.39	Faglige møder afholdt og evalueret	KKK			
5.	**Intern markedsføring**				
5.00	Intern markedsføringsplan fastlagt	KKK			
5.90	Intern markedsføringsplan gennemført				
6.	**Andet**				
6.00	Orienteringsmøder med lokale banker m.m. planlagt				
6.09	Orienteringsmøder med lokale banker gennemført				

Cafemødet

Projekt		DLBR-virksomhed
Light-ver. DLBR Mark Online	*Jens Bligaard*	?
Mellemafgrøder	*Kirsten Klitgaard*	?
Virksomhedssekretær	*Karen Tegllund*	KHL, LMO, Odsherreds LF[1)] LRØ, H&F, Gefion [2)] Agri Nord, JLBR [3)]
Forbedret klovsundhed	*Pia Nielsen*	JLBR, ?
Modernisering af mastitisbekæmpelse	*Jørgen Katholm*	?
Økonomistyring og Benchmarking	*Merete Jensen og Lene Bruun*	HFLC, Vestjysk
PIP og Arbejdsplan - Kvæg	*Ulrik Toftegaard*	?
VFL-svin	*Poster*	
Virksomhedsrådgiver	*Karen Tegllund*	LandboSyd, JLBR, LRØ, LandboNord, Gefion, Centrovice, SLF, HFLC

DLBR®
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Gruppeinddeling – cafemødet:

RUNDE 1 Start-position:		Tre flyt
Light-ver. DLBR Mark Online	*Jens Bligaard*	Søren Hansen, Per Kristensen, Bjarke Lassesen, Eva Gleerup og Jørgen Katholm
Mellemafgrøder	*Kirsten Klitgaard*	
Virksomhedssekretær	*Karen Tegllund*	Merete L. Andersen, Trine Leerskov, Søren Greve Olesen, Jesper Klintebjerg Fuglsang og Merete Jensen
Forbedret Klovsundhed	*Pia Nielsen*	Erik Bendix Jensen, Flemming Nielsen, Jacob Hvalkof, Lene Bruun Siriwadhananuraks og Ulrik Toftegaard

RUNDE 2 Start-position:		Tre flyt
Modernisering af mastitisbekæmpelse	*Jørgen Katholm*	Søren Hansen, Merete L. Andersen, Erik Bendix Jensen og Kirsten Klitgaard
Økonomistyring og Benchmarking	*Merete Jensen og Lene Bruun*	Per Kristensen, Trine Leerskov, Flemming Jensen og Karen Tegllund
PIP og Arbejdsplan -kvæg	*Ulrik Toftegaard*	Bjarke Lassesen, Søren Greve Olesen, Jacob Hvalkof og Pia Nielsen

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

Gruppeinddeling

- Projektmødet:
  - Torben Ulf Larsen
  - Pernille Ræbild Olsen
  - Hans Boding
  - William S. Andersen
  - Ellen Møller Hansen
  - Susanne Klausholm Dolleris
  - (Jacob Hvalkof)

DLBR DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

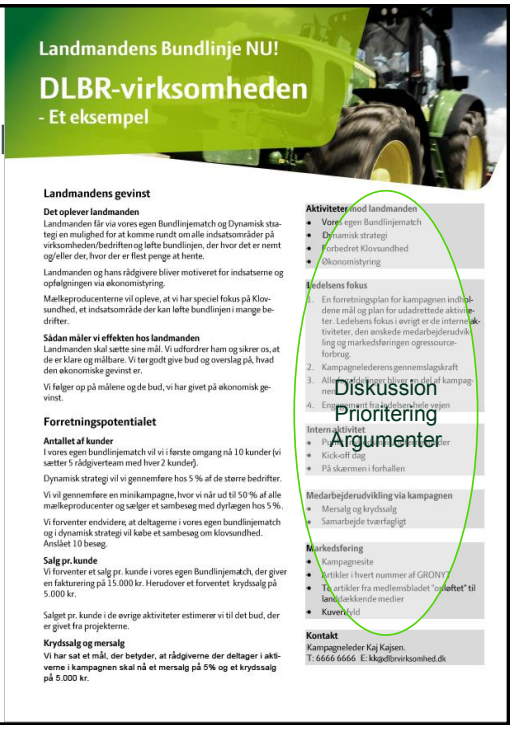
Den Europæiske Union ved Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet

Eftermiddagens gru

- Anbefaling til aktiviteter
  - Projekter
  - Egne
- Prioritering af interne aktiviteter

Diskussion i grupper på baggrund af input fra arbejdet i de to spor og diskussionen i plenum og fra indlæggene i formiddags.

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING


Landmandens Bundlinje NU!

DLBR-virksomheden
- Et eksempel

Landmandens gevinst

Det oplever landmanden
Landmanden får via vores egen Bundlinjematch og Dynamisk strategi en mulighed for at komme rundt om alle indsatsområder på virksomheden/bedriften og løfte bundlinjen, der hvor det er nemt og/eller der, hvor der er flest penge at hente.

Landmanden og hans rådgivere bliver motiveret for indsatserne og opfølgningen via økonomistyring.

Mælkeproducenterne vil opleve, at vi har speciel fokus på Klovsundhed, et indsatsområde der kan løfte bundlinjen i mange bedrifter.

Sådan måler vi effekten hos landmanden
Landmanden skal sætte sine mål. Vi udfordrer ham og sikrer os, at de er klare og målbare. Vi tør godt give bud og overslag på, hvad den økonomiske gevinst er.

Vi følger op på målene og de bud, vi har givet på økonomisk gevinst.

Forretningspotentialet

Antallet af kunder
I vores egen bundlinjematch vil vi i første omgang nå 10 kunder (vi sætter 5 rådgiverteam med hver 2 kunder).

Dynamisk strategi vil vi gennemføre hos 5 % af de større bedrifter.

Vi vil gennemføre en minikampagne, hvor vi når ud til 50 % af alle mælkeproducenter og sælger et sambesøg med dyrlægen hos 5 %.

Vi forventer endvidere, at deltagerne i vores egen bundlinjematch og i dynamisk strategi vil købe et sambesøg om klovsundhed. Anslået 10 besøg.

Salg pr. kunde
Vi forventer et salg pr. kunde i vores egen Bundlinjematch, der giver en fakturering på 15.000 kr. Herudover et forventet krydssalg på 5.000 kr.

Salget pr. kunde i de øvrige aktiviteter estimerer vi til det bud, der er givet fra projekterne.

Krydssalg og mersalg
Vi har sat et mål, der betyder, at rådgiverne der deltager i aktiverne i kampagnen skal nå et mersalg på 5% og et krydssalg på 5.000 kr.

Aktiviteter mod landmanden
- Vores egen Bundlinjematch
- Dynamisk strategi
- Forbedret Klovsundhed
- Økonomistyring

Ledelsens fokus
1. En forretningsplan for kampagnen indholdene mål og plan for udadrettede aktiviteter. Ledelsens fokus i øvrigt er de interne aktiviteter, den ønskede medarbejderudvikling og markedsføringen ogressourceforbrug.
2. Kampagnelederens gennemslagskraft
3. Alle [illegible] af kampagnen
4. Engagement fra ledelsen hele vejen

Intern aktivitet
- [illegible]
- Kick-off dag
- På skærmen i forhallen

Medarbejderudvikling via kampagnen
- Mersalg og krydssalg
- Samarbejde tværfagligt

Markedsføring
- Kampagnesite
- Artikler i hvert nummer af GRONYT
- To artikler fra medlemsbladet "os løftet" til landdækkende medier
- Kuverdyld

Kontakt
Kampagneleder Kaj Kajsen.
T: 6666 6666 E: kkgdlbrvirksomhed.dk

Diskussion
Prioritering
Argumenter

Gruppeinddeling

- Gruppeinddeling
  - Søren Hansen, Jacob Hvalkof, Susanne Klausholm Dolleris, Trine Leerskov, Hans Boding og Ulrik Toftegaard, Merete Jensen og William S. Andersen
  - Per Kristensen, Søren Greve Olesen, Ellen Møller Hansen, Erik Bendix Jensen, Pia Nielsen, Lene Bruun Siriwadhananuraks, Jesper Klinteberg Fuglsang og Torben Ulf Larsen
  - Bjarke Lassesen, Pernille Ræbild Olsen, Merete L. Andersen, Flemming Nielsen, Jørgen Katholm, Karen Tegllund og Eva Gleerup

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

3 centre

Demonstration af kampagne

Mål: At der gennemføres en kampagne som når de mål der er opstillet i DLBR-virksomhedens kampagneplan

Opgaven er:

1. At udarbejde en kampagneplan. Ved tilrettelæggelse af kampagnen deltager en ekstern konsulent
2. Gennemførsel og opfølgning på kampagneplanen inden udgangen af 2011
3. Kampagnelederen deltager i minimum to møder med deltagelse af team for de to-tre andre rådgivningscentre
4. Deltagelse i en workshops, hvor erfaringerne videregives til andre kampagneledere og projektledeer i DLBR. Denne aktivitet er budgetteret til 5 timer

70 timer med en timepris på 750 kr. svarende til 52.500 kr. samt et honorar på 15.000 kr. til den eksterne konsulent. Kørselsgodtgørelse på op til 3.000 kr.

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

2 rådgivere

Demonstration af effekt

Mål: At der gennemføres et forløb, hvor en gruppe af landmænd og deres rådgiver får et fælles billede af hvad effekten af rådgivningen er, og hvad der skal til for at effekten skabes

Opgaven er:

1. At udarbejde en plan for aktivitet i samarbejde med en projektmedarbejder. Der skal indgå mindst to møder med gruppen af landmænd i forløbet
2. Gennemførelse og opfølgning på planen inden udgangen af 2011
3. Rådgiver deltager i minimum to møder med deltagelse af projektmedarbejder og andre rådgivere der er involveret i denne aktivitet
4. Deltagelse i afrapportering og artikelskrivning

60 timer med en timepris på 750 kr. svarende til 45.000 kr. Kørselsgodtgørelse på op til 3.000 kr.

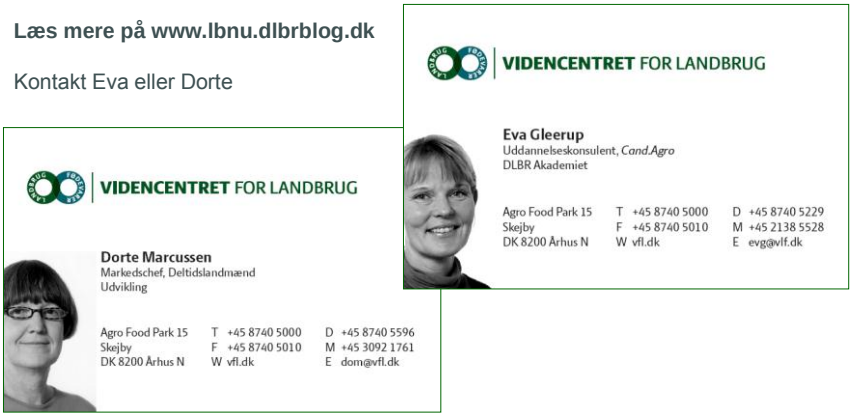
DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Interesseret

Læs mere på www.lbnu.dlbrblog.dk

Kontakt Eva eller Dorte



DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

Det videre forløb

- ?

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Tak for i dag

- Kom godt hjem

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Handlingsplan

Landmandens Bundlinje NU! – DLBR-virksomhed

Nr. 1

Dato
18. maj 2011

Mål – gevinst hos landmand:
Fundet 300.000 kr. hos 200 landmænd
Nået 200.000 kr. hos 190 landmænd
Se i øvrigt plan for delaktiviteterne

Opnået pr.: 31.12.2011

Dokumentation af mål: Noteret i kontorløsningen

Forretningsmål – se forretningsplan**:**

- Direkte udfakturering i år: 200,000 kr
- Mersalg/krydssalg i år: 50.000 kr
- Ressourceforbrug til kampagneledelse, gennemførsel og markedsføring: 75.000 kr.
- Værdi af løfte af medarbejdere: 100.000 kr
- Imageskabende effekt: 50.000 kr

Tiltag		**Ansvar**	**deadline**	☑	
1.	**Kampagneplan og styring**				
1.00	Ledelsen har skitseret indhold og sat formål	DDD			
1.01	Styregruppe er nedsat	DDD			
1.02	Kampagneleder og evt. markedsføringsansvarlig udpeget	DDD			
1.21	Arbejdsgruppe nedsat	KKK			
1.29	Overordnet kampagneplan godkendt	KKK			LD
2.	**Produkterne – involvering af kollegaer og fagkontorerne**				
2.01	Ideer til aktiviteter	KKK			
2.05	Produkterne udvalgt og prioriteret	KKK			
2.09	Plan for salg af hvert produkt godkendt	KKK			LD
3.	**Kunderne - involvering af kollegaer og fagkontorerne**				
3.01	Kriterier for udvælgelse af kunder i kampagne aftalt	KKK			
3.05	Kunderne udvalgt og ”prioriteret” i forhold til produkter	KKK			
3.09	Planer for salg til kunderne godkendt	KKK			LD
3.90	Opfølgning planlagt	KKK			
3.99	Opfølgning gennemført efter planen	KKK			LD
4.	**Lokal markedsføring-(orientering af kollegaer og fagkontorer)**				
4.00	Lokal markedsføring til landmænd planlagt	MMM			LD
4.09	Lokal markedsføring gennemført.	MMM			LD
4.20	Artikelserie i centerblad og lokale medier planlagt	MMM			
4.29	Artikelserie gennemført	MMM			
4.30	Faglige møder og arrangementer i kampagnen fastlagt	KKK			
4.39	Faglige møder afholdt og evalueret	KKK			
5.	**Intern markedsføring**				
5.00	Intern markedsføringsplan fastlagt	KKK			
5.90	Intern markedsføringsplan gennemført	KKK			
6.	**Andet**				
6.00	Orienteringsmøder med lokale banker m.m. planlagt	KKK			
6.09	Orienteringsmøder med lokale banker gennemført	KKK			

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

NOTER

Note	Bemærkninger
0	DDD: Direktør KKK: Kampagneleder. MMM: Markedsføringsansvarlig 3 centre har mulighed for at indgå et tættere samarbejde med projektet om forretningsmål og, demonstration af kampagne der skabe effekt hos landmanden
1	
2	
3	
4	Den lokale markedsføring vil projektgruppen på VFL gerne understøtte med pressemeddelelser, e-mailsignatur, ideer til hjemmesider osv, der må deles i fælleskabet
5	Projektgruppen på VFL understøtter med bud på diverse materiale m.m..
6	

Log 2011

Dato	Int.	Bemærkninger
110118	DOM	Første udgave.

Landmandens Bundlinje NU!
Implementering af rådgivning med effekt

Planlægningsmøde 18. maj

Program planlægningsdag 18. maj.

Du finder Ivar Ravns Indlæg her : Ivar Ravns dias
Du finder Dortes Dias her: Dias fra planlægningsmøde (pptx) og (ppt)

Se også siderne

- Projektmøde Her finder du et eksempel på en handlingsplan
- Cafemøde Her finder du de posters der beskriver projekterne
- Gruppearbejde Her finder du posters for en DLBR-virksomhed

En Kommentar til *Planlægningsmøde 18. maj*

Pingback: *Invitation til projektmessen 6. februar | Landmandens Bundlinje NU!*

Landmandens Bundlinje NU!
Drevet af WordPress.

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

Landmandens Bundlinje NU!
Implementering af rådgivning med effekt

Projektmøde

Fremlæggelse i plenum fra projektmødet:

Du kan se gruppesammensætningen her: gruppe-projektmøde
Her finder du et eksempel på en poster: Dynamisk strategi
Her finder du et bud på en overordnet handlingsplan: Handlingsplan

William, VFL:	■ Fokus på de forskellige produkter ■ Legitimere forretningen ■ Inddrag ledelsen
Torben Ulf, VFL:	Effektmåling hvad er det? – kr. og øre både for centret og landmanden

Jan Winther,
LMO:
	■ Der skal redegøres for forretningen – når ellers ikke gennem filtret til direktøren
	■ Produktet som implementeres – skal være centrets produkt
	  ■ Skabe ejerskab
	  ■ VFL skal lægge som meget som muligt – markant mere ud
	  ■ Klart mere forståelse – hvis "DLBR-virksomhed X" er afsenderen af et budskab end såfremt VFL er afsenderen

Merete, LandboNord:	■ Deltage i færre projekter ■ Støtte hinanden som kampagneledere ■ Gå efter den gode historie
Jacob, Heden & Fjorden:	En medarbejders finasiering skal ikke kun skaffes via deltagelse i LD-projekter.
Ulrik, VFL:	LD-midlerne giver nogle muligheder. Der er to til at betale – landmanden og LD-midlerne.
Bjarke, LRØ:	Projekterne skal give bud på, hvilke grundprincipper sparring kører efter, hvordan gives kritik, hvor kan jeg forbedre mig
Søren, Sønderjysk:	■ Projekterne skal være med til at skabe cool cash i rådgivningsdelen ■ Mange af vores opgaver (service eks. hektarstøtte) er en anden del af forretningen
Jan Winther, LMO:	■ Projekterne skal have folk med som kan byde ind med noget ■ Der skal være mulighed for at sætte eget logo og mærke på

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

Landmandens Bundlinje NU!
Implementering af rådgivning med effekt

Cafemøde

Posters præsenteret på cafémødet findes her:

- Arbejdsplanlægning Kvæg
- Dynamisk strategi
- Helhedsorienteret risikostyring
- Klovsundhed
- Mark Online
- Mellemafgrøder
- Proaktiv Integreret Produktionsrådgivning
- Virksomhedssekretær
- Økonomistyring

BEMÆK disse posteres er opdateret med dem du finder i indlægget:

Posteres – gevinst, effekt og potentiale

VFL-Svin deltog også med deres managementmanualer og staldskole :

Der var et ønske fra centrene om hvilke og hvor mange projekter en DLBR-virksomhed er med i – et samlet overblik, som samler alle fagafdelinger i ét overblik. Det blev foreslået, at der er én person på VFL – som har det overblik.

En Kommentar til *Cafemøde*

Pingback: *DLBR-nyhedsmail – Projektmesse 2012 | Landmandens Bundlinje NU!*

Landmandens Bundlinje NU!
Drevet af WordPress.

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

Landmandens Bundlinje NU!

Dynamisk Strategi

Landmandens gevinst

Indledning

Med Dynamisk Strategi får landmanden et håndgribeligt overblik over sin strategiske situation på få sider, hvilket giver en god situation for kommunikation men eksterne såvel som interne. Processen i Dynamisk Strategi sikrer at der er fokus på de strategiske indsatsområder, som landmanden vægter mest. Det er således landmandens banehalvdel der spilles på, hvorved landmandens ejerskab sikres.

Hvad kræver det

Et godt udbytte via Dynamisk Strategi kræver, at landmanden forbereder sig på de udsendte skabeloner, samt at konsulenten via god spørgeteknik sætter rammen for et åbent forum for strategiske tanker. Disse tanker konkretiseres og skaber baggrund for en aktivering af konsulentens faglige håndværk i anden fase.

Hvordan måles effekten?

Det giver stor motivation at synliggøre hvilke bundlinjeeffekt konkrete handlingsplaner forventes at medføre samt en opfølgning der synliggøre om det er opnået f.eks. tre måneder efter.

Vi vil konkretisere dette på mødet.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder

Det vil vi konkretisere på projektmødet.

Salg pr kunde

Det vil vi konkretisere på projektmødet.

Rådgivernes kompetencer

- Proceskonsulent
- Strategisk indsigt
- Stærk i spørgeteknik og dialog

Kom godt fra start

Få kendskab til Processen i Dynamisk Strategi via kontakt til Videncentret for Landbrug.

Udpeg to konsulenter, ofte driftsøkonomikonsulenter, som ansvarlige for processen.

Sæt et ambitiøs mål for hvor mange forløb der skal udføres i opstarts/oplæringsperioden.

Synliggøre produktet internt såvel som eksternt.

Hent mere viden

Faglig viden findes på:

www.landbrugsinfo.dk/dynamiskstrategi

Kontakt

William S. Andersen T: 8740 5179 E: wis@vfl.dk

DLBR®
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

Helhedsorienteret risikostyring

Landmandens gevinst

Indledning

Stærkt svingende priser på landbrugets produkter og usikkerhed om rente- og valutakursudvikling er nogle af de forhold, som skaber usikkerhed om bedriftens fremtid. Med helhedsorienteret risikostyring får driftslederen overblik over risikofaktorerne på bedriften, vurdering af deres konsekvens og sandsynlighed. Hermed skabes et godt udgangspunkt for at tage stilling til håndteringen af risikofaktorerne: Accept eller afdækning.

Hvad kræver det

Den systematiske tilgang omfatter risikofaktorer inden for følgende områder:

- Finansiering
- Produktion
- Priser
- Humane
- Omverden

Rådgiveren skal derfor kunne håndtere spørgsmål inden for alle områderne.

Hvordan måles effekten?

- Antal handlingsplaner?
- Ændret adfærd?
- Relationer til bank?
- Eller hvad?

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder?

Risikostyring er principielt rettet mod alle landmænd, men der vil være forskel på, hvem der efterspørger risikostyring som et selvstændigt produkt eller som en del af anden rådgivning. Hvor mange er der?

Salg pr kunde og krydssalg

Salget vil udover selve kortlægningen og vurderingen også omfatte følgeydelser i form af afdækning og handlingsplaner. Det tager vi på mødet.

Andet?

Rådgivernes kompetencer

- Overblik
- Spørgeteknik
- Sparring
- Strategisk indsigt

Kom godt fra start

Risikostyring kan gennemføres som et selvstændigt rådgivningsprodukt eller som en del af anden rådgivning (investeringer, generationsskifte, budget etc.). Det er under alle omstændigheder vigtigt, at rådgiveren gør det klart for landmanden, at der ikke skabes løsninger i første omgang, men primært overblik og aktiv stillingtagen til risikofaktorerne.

På centret skal der være en eller to tovholdere, som kan holde processen i gang i organisationen.

Motivation for krydssalg skal være til stede.

Hent mere viden

På Landbrugsinfo kan du få flere oplysninger under Ledelse og Helhedsorienteret risikostyring.

Kontakt

Torben Ulf Larsen T: 8740 5170 E: tul@vfl.dk

DLBR®
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

Forbedret klovsundhed

Landmandens gevinst

Gode klove – er god bundlinje og godt håndværk

Landmanden får minimeret antallet af klovlidelser. Det betyder lavere kodødelighed, større ydelse og et løft af bundlinje. Det er en tilfredsstillelse for landmanden og hans medarbejder nå køerne har det godt og velfærden i besætningen er høj.

Hvad kræver det

For at landmand, rådgiver og dyrlæge kan udarbejde og følge op på en handlingsplan for bedre klovsundhed må de kende besætningens klovsundhedstilstand og de må kunne følge udviklingen over tid. Det betyder at landmand og klovbeskære skal registrere klovdata.

Hvordan måles effekten?

Den økonomiske gevinst er udregnet i to af de involverede besætninger og viste efter et halvt år et øget dækningsbidrag pr. årsko på 788 - 1.228 kr. ved nedsættelse af DD frekvensen. Tilsvarende beregninger kan gennemføres i andre besætninger.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder

Langt de fleste mælkeproducenter kan have gavn af at have fokus på klovsundheden. Udgangspunktet for en kampagne kunne være at nå 1/3 af kvægbrugerne med et rådgivningsforløb omkring forbedret klovsundhed.

Salg pr kunde

Et rådgivningsforløb vil betyde udarbejdelse af en handlingsplan for klovsundhed og opfølgning på denne. Det vil ofte ske i samarbejde med bedriftens dyrlæge. Med en KlovRisk gennemgang vil rådgiverens samlede tidsforbrug være 5-10 timer.

Krydssalg og mersalg

Kvægrådgiveren vil på sit besøg have mulighed for mersalg af rådgivning af kvægfaglig karakter samt omfange signaler om behov for rådgivning fra andre af DLBR-virksomhedens afdelinger.

Et godt samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer kan betyde mersalg af kvægrådgivning via "ambassadørvirkning"

Tilbyder man sine kunder "Dynamisk Strategi" og lign. vil det være en oplagt mulighed for rådgiverne i dette rådgivningsforløb at gøre opmærksom på mulighederne for at forbedre klovsundheden.

Rådgivernes kompetencer

- Dataforståelse, systematik og opfølgning
- Samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer
- Økonomisk indsigt og et godt samarbejde med bedriftens økonomiske rådgiver
- Dialog med bedriftsejere og medarbejdere

Kom godt fra start

Lad Klovsundhed være en del af en kampagne i 2011.

Udpeg en ansvarlig kvægrådgiver og driftsøkonomikonsulent, - involvér evt. en dyrlæge.

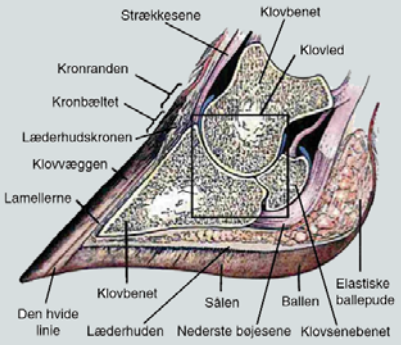
Få lavet en plan for aktiviteten med mål og ressourcekrav.

Godkend mål og ressourcer i ledergruppen.

Informerer om "Forbedret klovsundhed" til alle ansatte i rådgivningsvirksomheden. Gør det til et fælles mål at få solgt produktet til mælkeproducenterne.

Hent mere viden

Faglig viden findes på: www.sundklov.dk



Læs også om Jysk Landbrugsrådgivnings erfaringer på http://lbnu.dlbrblog.dk/?p=34

Kontakt

Pia Nielsen T: 87405286 E: pin@vfl.dk

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

Arbejdsplanlægning Kvæg

Landmandens gevinst

Indledning

Store penge er på spil når det handler om arbejdsressourcer. Arbejdsplanlægning Kvæg er et rådgivningsprodukt med en række værktøjer, hvor fokus er på at arbejde mere effektivt og løbende lave forbedringer i produktionen til gavn for landmandens bundlinje.

Hvad kræver det

Helt centralt for udbyttet af værktøjerne, er at lederen er motiveret og at medarbejderne aktiveres. Til denne proces er der en kreds af certificerede SOP og Lean-rådgivere som kan bistå dette.

Rådgivningsforløbet kan være bygget op af to til seks rådgivningsbesøg, hvor kunden udvælger og arbejder målrettet med de værktøjer som matcher udfordringerne.

Hvordan måles effekten?

På 30 Lean-besætninger i 2011 måles effekten på især de "bløde parametre" via en række kvalitative spørgsmål før og 6 måneder efter igangsætning. Derudover måles på traditionelle nøgletal.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder?

Det vurderes at 40% af alle kvægbrug kan have gavn af et eller flere af værktøjerne.

Salg pr kunde

Besøgene er i reglen opdelt i tre dele for hovedværktøjerne Værdistrømsanalyse, Tavlemøder, 5S og SOP.

1. Intro-besøg (1 time)
2. Igangsætnings-besøg (3 timer)
3. Opfølgnings-besøg (1 time)

Rådgivningsforløbet vil eksklusivt materiale beløbe sig på mellem xxx kr afhængig af antallet af værktøjer der implementeres.

Rådgivernes kompetencer

- Motivation og forandringsledelse
- Fokus på flow og spild
- Proces -og spørgeteknik
- Visualisering og målstyring

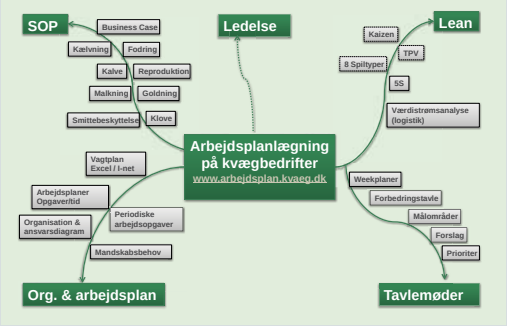
Kom godt fra start

Der er findes **25 SOP-certificerede** kvæg -og mælkerådgivere.

Der udover bliver 9 kvægrådgivere certificeret som **Lean-rådgivere** i juni 2011.

Hent mere viden

www.arbejdsplan.kvaeg.dk



Kontakt

Ulrik Toftegaard T:8740 5254 E: utj@vfl.dk

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

DLBR Mark Online Light-versionen

Landmandens gevinst

Indberetning af sprøjtejournalen

Det er nu lovpligtigt, at alle jordbrug over 10 ha skal indberette deres sprøjtejournal til Plantedirektoratet. Internetprogrammet Mark Online Light er et enkelt og billigt landmandsværktøj, der gør dette arbejde væsentligt lettere. Udover at være forberedt til indberetningen af data indeholder programmet også en kontrolfunktion, der automatisk *sikrer mod fejlregistreringer*.

Hvad kræver det

Programmet forudsætter en pc med en ADSL-internetopkobling – samt abonnement på Mark Online-programmet. Intet andet.

Hvad er effekten?

Landmanden vil altid have en ajourført og lovlig sprøjtejournal liggende klar i tilfælde af kontrolbesøg fra Plantedirektoratet. Endvidere vil landmanden selv – eller i samarbejde med planteavlskonsulenten – let kunne indberette data til Plantedirektoratet, når året er gået.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder?

Alle kunder, der driver mere end 10 ha med planteproduktion, vil kunne få glæde af at benytte programmet.

Salg pr kunde

Rådgivningsvirksomheder, der har indgået en samarbejdsaftale om salg og markedsføring af PlanteIT-programmer, modtager 100% af salgsindtægterne ved salg af Mark Online. Derudover er der mulighed for mersalg i form af rådgivningsydelser, kurser etc. i forbindelse med brugen af programmet.

Tættere samarbejde med kunden

Rådgivningsvirksomheden får mulighed for en langt tættere opfølgning på kundens virksomhed, eftersom både landmand, medhjælpere og konsulent altid sidder med de samme ajourførte data.

Rådgivernes kompetencer

- Rådgivningsvirksomhedens planteavlskonsu-lenter skal have et basalt kendskab til PlanteIT-produkterne
- Rådgivningsvirksomheden udpeger derudover en superbruger, der kender alt til PlanteIT-produkterne
- Hotline supporten på VFL sidder desuden altid klar ved telefonerne – hvis der kræves yderligere backup

Kom godt fra start

Book et besøg fra VFL's salgskonsulent Carl Aggerbo – og hør mere om salg og markedsføring af PlanteIT-programmerne.

Hent mere viden

Læs mere om DLBR's it-programmer på: www.dlbr.dk/it

Kontakt

Jens Bligaard T: 8740 5398 E: jeb@vfl.dk

DLBR®
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

Mellemafgrøder

Et alternativ, der betaler sig

Landmandens gevinst

Indledning

Ved at etablere mellemafgrøder i stedet for de pligtige efteraf-grøder kan et sædskifte med 100 pct. vintersæd opretholdes. Mellemafgrøder er en korsblomstret afgrøde som olieræddike eller gul sennep, der sås før høst af en kornafgrøde og nedpløjes før såning af den efterfølgende vintersæd. For at erstatte 1 ha efterafgrøde skal etableres 2 ha mellemafgrøde.

Hvad kræver det?

Mellemafgrøder sås med en eldrevet centrifugalspreder 2-4 uger før høst. Spredning kan evt. ske samtidig med kvikbekæmpelse før høst. Udgiften til spredere er ca. 10.000 kr. Der udsås 1-16 kg olieræddike eller 8-10 kg gul sennep. Det er vigtigt at marken er fri for bundukrudt.Halmen kan nedmuldes eller fjernes. Ompløjning af mellemafgrøden må først ske fra d. 20. september.

Hvordan måles effekten?

Mellemafgrøder er kun interessant på ejendomme, der ønsker at opretholde et større vintersædsareal, end kravet til efterafgrøder giver mulighed for. I den udstrækning, der er forårssåede afgrøder på ejendommen er det bedst at bruge traditionelle efterafgrøder forud for disse. Men specielt på svinebrug på lerjord vil vintersæd yde 20-30 pct. flere foderenheder end vårsæd, og økonomien i vintersæd er derfor bedre end i vårsæd. Derfor kan mellemafgrøder give retten til dyrkning af vintersæd. Det kan for landmanden betyde en merindtægt på op til 3.000 kr. pr. ha, ekstra vintersæd. Det samlede potentiale i mellemafgrøder anslås til at være ca. 50.mill. kr. årligt

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Muligheden for alternativer til efterafgrøder – herunder mellemafgrøder – giver landmanden mulighed for bedre at optimere bedriften. En optimering kræver ofte hjælp for en planteavlskonsulent. Planteavlskonsulenten får her mulighed for at dokumentere sin værdi ved at kunne sætte forskellige alternativer op for landmanden. Det vil være relevant i ca. 20.000 markplaner om året.

Rådgivernes kompetencer

- Rådgivningsvirksomhedens planteavlskonsulenter skal have godt kendskab til gødningsreglerne og alternativer til efterafgrøder
- Planteavlskonsulenten skal mestre hurtigt at regne på forskellige alternativer
- Planteavlskonsulenten skal have et godt kendskab til de praktiske forhold på den enkelte bedrift

Kom godt fra start

Følg med i fagpressen omkring efteafgrø-der/mellemafgrøder. Træn kompetencen i at regne på alternativer til efterafgrøder i regnearksprogrammet Kalkule Mark

Hent mere viden

Læs alt om efterafgrøder og mellemafgrøder på www.Landbrugsinfo.dk

Kontakt

Din lokale planteavlskonsulent

Vellykket mark med mellemafgrøder lige før ompløjning.

DLBR
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

Økonomistyring

Landmandens gevinst

Overblik kan give økonomisk råderum

Overblik over økonomien og sammenhæng med produktion medvirker til at fokusere der, hvor der skal handles. Sammenhæng mellem budgettering, opfølgning og regnskab giver fundamentet til at kunne reagere rettidigt, så økonomien kan understøtte landmanden i at nå de mål, der er sat for bedriften.

Hvad kræver det

- Økonomistyring handler om mennesker
- Det er mennesker, der beslutter, handler og iværk-sætter aktiviteter.
- Det er aktiviteterne, der medfører indtægter og omkostninger
- Så for at styre disse, må vi have fat i menneskerne
- Og til dette har vi brug for værktøjer

Hvordan måles effekten?

Effekt af overblik er ikke enkelt at måle. Er det måling på bundlinjen? Eller er det måling på kundens oplevelse i forhold til forventning. Kort sagt en aftale om mål.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

En stor del af de kunder, der i forvejen får lavet årsrapport eller budget vil være potentielle kunder til at I samler kendte ydelser til egentligt økonomistyringstilbud.

Salg pr kunde og krydssalg

Hos den enkelte kunde er der stor mulighed for at have fingeren på pulsen og øge samarbejde med fagrådgiveren. Kunden vil opleve større sammenhæng, og rådgivere vil lettere kunne sætte ind, hvor der er størst nyttevirkning.

Rådgivernes kompetencer

- Helhedsorienteret
- Kundefokus
- Driftsøkonomisk stærk
- Stærk i dialog og kommunikation

Kom godt fra start

Start med at gennemgå kundeaftaler for en udvalgt kundegruppe med de relevante rådgivere.

Forventningsafstemning med kunden: Hvad der giver overblik for ham/hende

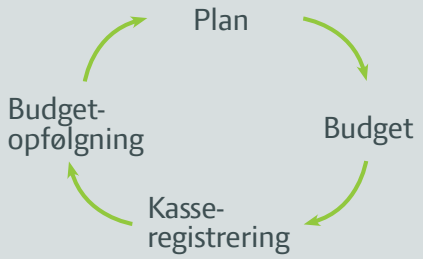
Den kundeansvarlige er løbende i dialog med kunden.

Den kundeansvarlige sikrer løbende sammenhæng i ydelser og rettidige giver tilbagemeldinger til relevante rådgivere.

Hent mere viden

Faglig viden findes på:

LandbrugsInfo > Økonomi
>Budget
>Regnskab og revision
>Benchmarking



Kontakt

Merete Jensen T: 8740 5168 E: mrj@vfl.dk

Lene Bruun Siriwadhananuraks
T: 8740 5139 E: lkb@vfl.dk

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

PIP - Proaktiv og Integreret Produktionsrådgivning

Landmandens gevinst

Indledning
En effektiv rådgivning viser sig gennem de opnåede resultater. For at komme dertil er nødvendigt at afstemme forventninger, roller og indsatsområder mellem rådgivere og landmand.

Hvad kræver det?
Det kræver at man sætter sig sammen og får afklaret hvilke forventninger man har til hinandenog hvilke roller man påtager sig i processen. Landmand og rådgivere planlægger arbejdsform sammen.

Hvordan måles effekten?
Når man bliver enige om indsatsområderne er det vigtigt at der opstilles realistiske mål for produktionsforbedringen, samtidig med at der er enighed om, hvordan disse forbedringer måles.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder?
I princippet alle landmænd der aktivt bruger rådgivningen.

Salg pr kunde
Mulighed for at afsætte længerevarende rådgivningsforløb frem for enkeltstående timer.

Rådgivernes kompetencer
- Kundefokus
- Åbenhed
- Kommunikationsevne
- Teamforståelse
- Evne til at lytte og stille de rigtige spørgsmål

Kom godt fra start
Få aftalt et møde mellem landmand og relevante rådgivere.

Brug to timer på at få afklaret indsatsområde, forventninger og mål - det skaber effekt.

Hent mere viden
Se artiklen *Integreret rådgivning rykker* i KvægNyt nr. 1 - 14.januar 2011

www.vfl.dk > Afdelinger > Kvæg > Nyhedsbrevet Kvæg Nyt

Kontakt
Peter Stamp Enemark T: 8740 5245 E: pse@vfl.dk
Helen U. Filskov T: 8740 5171 E: huf@vfl.dk
Bo Overgaard T: 8740 5516 E: boo@vfl.dk

DLBR®
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

VFL-Svin deltog også med deres managementmanualer og staldskole :

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

Landmandens Bundlinje NU!

Virksomheds-sekretær

Landmandens gevinst

Et skridt foran med virksomhedssekretær

Nogle landmænd oplever, at de administrative opgaver fylder alt for meget i hverdagen – de opgaver kan virksomhedssekretæren løse. Landmanden får dermed frigivet tid, som han f.eks. kan bruge på at deltage mere aktivt ude i selve produktionen og/eller til at lede og sparre med sine medarbejdere. Landmænd, der får løst opgaver af en virksomhedssekretær, får styrket sin ledelseskraft. Virksomhedssekretæren sikrer f.eks. opfølgning på økonomiske forhold og aftaler med medarbejdere samt sikrer, at dokumentation til myndigheder og referater fra møder m.m. altid er på plads.

Hvordan måles effekten?

Effekten kan måles ved at måle antallet af timer, som landmanden får frigivet, sætte disse til en værdi og fratrække honoraret, som virksomhedssekretæren skal have.

For nogle af de opgaver, som virksomhedssekretæren løser, vil det også være muligt at måle effekten. Eksempler kunne være, at fakturaer bliver betalt til tiden og dermed spares rykkergebyr.

Forretningspotentialet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder

Produktet henvender sig til større landbrugsvirksomheder og andre små og mellemstore virksomheder. I en spørgeundersøgelse i Sønderjysk Landboforening har man spurgt 40 landmænd, om de vil benytte en sekretær i fremtiden. 13 svarer, at det vil de 'helt sikkert' og 18 svarer 'måske'.

Salg pr kunde

En virksomhedssekretær arbejder oftest hele dage hos kunden. Der er stor spredning i antallet af dage – lige fra en dag pr. måned til flere dage om ugen. De direkte indtægter til DLBR generes via timeprisen, som kunden betaler for virksomhedssekretærens arbejde.

Mulighed for mersalg

Når virksomhedssekretæren er kommet godt i gang med arbejdet hos kunden, er det muligt at opfange yderligere behov for rådgivning og videregive disse til kolleger.

Rådgivernes kompetencer

- Administrative - systematik og opfølgning
- Økonomifaglige - bogføring, regnskabsopgørelse, budget og budgetopfølgning
- Produktionsfaglige – fagudtryk, dataindtastning, rapporter m.m.
- Personlige - fleksibel, nysgerrig, initiativrig samt løsningsorienteret

Kom godt fra start

Sikre engagement og ejerskab til "Virksomhedssekretær" i hele ledergruppen.

Informer om "Virksomhedssekretær" til alle ansatte i rådgivningsvirksomheden. Vær åbne om, hvorfor I etablerer ydelsen og om hvem og hvordan I rekrutterer medarbejdere til Virksomhedssekretær

Udpeg en tovholder, der sikrer fremdrift under implementering af funktionen

Hent mere viden

På www.dlbr.dk/virksomhedssekretaer

- Er dine kunder interesseret?
- Økonomi
- Kom godt fra start
- Virksomhedssekretærens opgaver
- Virksomhedssekretærens kompetencer
- Kompetenceudvikling
- Markedsføring
- Kontrakt og aftalebilag
- Hos kunden

Kontakt

Karen Tegllund T: 8740 5107 E: kat@vfl.dk

DLBR®
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!
Implementering af rådgivning med effekt

Gruppearbejde

Gruppearbejde: Landmandens Bundlinje NU! – succes og forretning

Du kan se gruppesammensætningen her: Gruppeinddeling

Du kan se skabelonen for en DLBR-virksomhed her: Skabelon DLBRvirksomhed
og et eksempel her: Eksempel DLBR-virksomhed

Gruppe 1: Heden & Fjorden og Østddansk	■ Få projekter som vi går videre med – benchmarking vil nok være det ene. ■ Internt løft (færre produktblade, samle "delprodukter" i fælles produkter) ■ Markedsføres i efteråret ■ Kampagne indadrettet – først derefter udadrettet ■ Hvordan fortæller vi det til direktøren?
Gruppe 2: Sønderjysk, KHL og Djursland	■ Søren fra SDJ fortalte om deres tre-trins raket med udgangspunkt i deres egen Bundlinjematch – konkurrence-elementet er væsentligt ■ Valg af elementer der kommer er vigtig ■ Synliggøre den gode historie ■ Ledelsens fokus/engagementet skal være tilstede ■ Har ikke meget tid og ofte bliver ting blot konfirmeret, uden reel stillingtagen ■ Aktivitet drives ofte af en ildsjæl med engagement ■ Bygger videre på det der allerede er sat i søen – det vil sige Budnlinjen fortsætter – overvejer at tage arbejdsplanlægning op ■ Måske det ikke skal hedde rådgivning med effekt, men rådgivningsproces med effekt – ihvertfald mere fokus på processen ■ Mangler rådgivningsteknik – nye kompetencer ■ Vi skal fange landmanden når han er klar – "det gyldne øjeblik"

Gruppe 3: LandboNord, LRØ og LandboThy	■ Det var svært at udfylde skabelonen for en DLBR-virksomhed – det er ikke sådan noget vi lige lærer
	■ Ikke bare vælge én kampagne
	  ■ lave et kampagnehjul
	  ■ fokus – el og energi
	  ■ fokus – grise
	  ■ fokus – klove
	  ■ …
	■ Et eksempel er at veje svin, der kan give 300.000 kr. på bundlinjen
	  ■ hvordan sælger vi budskabet

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

    - hvilken metode skal vi vælge
- Rådgivningsmetodelære
    - hvordan flyttes landmanden
    - rådgiverne føler sig klædt af og er frustrerede
- Private rådgivere uden meget faglig viden kan få succes – de kompetencer skal vi også have, foruden det faglige
    - vi skal arbejde med relationsskabelse
- LandboNord bruger også i år kampagnenavnet: Din Bundlinje NU! bl.a på dyrskuet
    - Hver afdeling skal komme med tre posters med produkter der kan løfte landmandens bundlinje
    - Et træ med lavthængende frugter med tekst på
        - Vind en Ipad
    - Kage med Bundlinje-tryk

Landmandens Bundlinje NU!
Drevet af WordPress.

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

Gruppeinddeling

- Gruppeinddeling
  - Søren Hansen, Jacob Hvalkof, Susanne Klausholm Dolleris, Trine Leerskov, Hans Boding, Ulrik Toftegaard og Merete Jensen
  - Per Kristensen, Søren Greve Olesen, Ellen Møller Hansen, Erik Bendix Jensen, Jan Winther, Jesper Klinteberg Fuglsang og Torben Ulf Larsen
  - Bjarke Lassesen, Pernille Ræbild Olsen, Merete L. Andersen, Flemming Nielsen, William S. Andersen, Lene Bruun Siriwadhananuraks

DLBR®
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

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

Landmandens Bundlinje NU!

[Navn på DLBR-virksomhed]

Landmandens gevinst

Det oplever landmanden
Giv et bud – se eksemplet

Sådan måler vi effekten hos landmanden
Giv et bud – se eksemplet

Forretningspotentialet

Antallet af kunder
Giv et bud – se eksemplet

Salg pr kunde
Giv et bud – se eksemplet. Det vigtigste her er bud på salg af en "ren" virksomhedsaktivitet

Andet
Giv et bud på, hvad det kan betyde, at medarbejderne får et kompetenceløft via aktiviteterne i kampagnen.

Aktiviteter mod landmanden
Hvilke aktiviteter vil du satse på i en kampagne

- ...
- ...
- ...
- ...

Ledelsens fokus
Hvad vil du prioritere, at din ledelse skal gøre, for at kampagnen bliver en succes hos jer.

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...

Intern aktivitet
Hvilke aktiviteter, til at sikre ejerskab blandt kollegerne, vil du anbefale

- ...
- ...
- ...
- ...

Medarbejderudvikling via kampagnen
Hvilke kompetencer synes du, en kampagne kan være med til at løfte

- ...
- ...
- ...

Markedsføring
Hvilke aktiviteter forestiller du dig, der skal gennemføres i kampagnen

- ...
- ...
- ...

Kontakt
Kampagneleder [navn]
T: 6666 6666 E: [ini]@[dlbrnavn].dk

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

Landmandens Bundlinje NU!

DLBR-virksomheden

- Et eksempel

Landmandens gevinst

Det oplever landmanden

Landmanden får via vores egen Bundlinjematch og Dynamisk strategi en mulighed for at komme rundt om alle indsatsområder på virksomheden/bedriften og løfte bundlinjen, der hvor det er nemt og/eller der, hvor der er flest penge at hente.

Landmanden og hans rådgivere bliver motiveret for indsatserne og opfølgningen via økonomistyring.

Mælkeproducenterne vil opleve, at vi har speciel fokus på Klovsundhed, et indsatsområde der kan løfte bundlinjen i mange bedrifter.

Sådan måler vi effekten hos landmanden

Landmanden skal sætte sine mål. Vi udfordrer ham og sikrer os, at de er klare og målbare. Vi tør godt give bud og overslag på, hvad den økonomiske gevinst er.

Vi følger op på målene og de bud, vi har givet på økonomisk gevinst.

Forretningspotentialet

Antallet af kunder

I vores egen bundlinjematch vil vi i første omgang nå 10 kunder (vi sætter 5 rådgiverteam med hver 2 kunder).

Dynamisk strategi vil vi gennemføre hos 5 % af de større bedrifter.

Vi vil gennemføre en minikampagne, hvor vi når ud til 50 % af alle mælkeproducenter og sælger et sambesøg med dyrlægen hos 5 %.

Vi forventer endvidere, at deltagerne i vores egen bundlinjematch og i dynamisk strategi vil købe et sambesøg om klovsundhed. Anslået 10 besøg.

Salg pr. kunde

Vi forventer et salg pr. kunde i vores egen Bundlinjematch, der giver en fakturering på 15.000 kr. Herudover et forventet krydssalg på 5.000 kr.

Salget pr. kunde i de øvrige aktiviteter estimerer vi til det bud, der er givet fra projekterne.

Krydssalg og mersalg

Vi har sat et mål, der betyder, at rådgiverne der deltager i aktiverne i kampagnen skal nå et mersalg på 5% og et krydssalg på 5.000 kr.

Aktiviteter mod landmanden

- Vores egen Bundlinjematch
- Dynamisk strategi
- Forbedret Klovsundhed
- Økonomistyring

Ledelsens fokus

1. En forretningsplan for kampagnen indholdene mål og plan for udadrettede aktiviteter. Ledelsens fokus i øvrigt er de interne aktiviteter, den ønskede medarbejderudvikling og markedsføringen ogressourceforbrug.
2. Kampagnelederens gennemslagskraft
3. Alle fagafdelinger bliver en del af kampagnen
4. Engagement fra ledelsen hele vejen

Intern aktivitet

- Punkt i nyhedsmail / interne møder
- Kick-off dag
- På skærmen i forhallen

Medarbejderudvikling via kampagnen

- Mersalg og krydssalg
- Samarbejde tværfagligt

Markedsføring

- Kampagnesite
- Artikler i hvert nummer af GRONYT
- To artikler fra medlemsbladet "opløftet" til landdækkende medier
- Kuvertfyld

Kontakt

Kampagneleder Kaj Kajsen.
T: 6666 6666 E: kk@dlbrvirksomhed.dk

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