

Hvad er effekt?

7. september 2011, kl. 10.00 – 15.00
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.

From: [Birgit Winther Sørensen](mailto:Birgit.Winther.Sorensen)
To: ["mla@landbonord.dk"](mailto:mla@landbonord.dk); ["trl@landbocenter.dk"](mailto:trl@landbocenter.dk); ["bjl@lro.dk"](mailto:bjl@lro.dk); ["sgo@slf.dk"](mailto:sgo@slf.dk); ["tov@lmo.dk"](mailto:tov@lmo.dk); [Eva Gleerup](#); [Dorte Marcussen](#); [Torben Ulf Larsen](#); [William Schaar Andersen](#); [Merete Jensen](#); [Ulrik Toftegaard Jensen](#); [Jesper Klintebjerg Fuglsang](#); [Karen Tegllund](#); [Birgit Winther Sørensen](#); ["ibj@lmo.dk"](mailto:ibj@lmo.dk); ["lih@landbocenter.dk"](mailto:lih@landbocenter.dk); ["hbo@landbocenter.dk"](mailto:hbo@landbocenter.dk); ["sol@landbocenter.dk"](mailto:sol@landbocenter.dk)
Subject: Møde - "Hvad er effekt"

Efter tilbagemeldinger på udsendt Doodle, har vi fundet datoen for mødet omkring Landmandens bundlinje nu – med effektmåling.

Mødet bliver afholdt den 7. september på Koldkærgård Konferencecenter kl. 10.00 – 15.00.

Dagsorden følger senere.

Venlig hilsen
Eva Gleerup

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

Dagsorden for Workshop om effekt

Mødet holdes den 7. september kl. 10.00-15.00 på Koldkærgård Konferencecenter

Program

Kl.	Programpunkt
9.45	Kaffe og ankomst
10.00	Velkomst, formål, forventninger og dagens forløb
10.15	Bordet rundt: Hvilket/hvilke områder har din rådgivningsvirksomhed tænkt på at vælge / har valgt at måle effekt på i LBNU-kampagnen? 10 minutter til: LMO, LRØ, SLF, Østdansk LandbrugsRådgivning samt LandboNord, til at præsentere jeres tanker.
11.05	Hvad er effekt? Projektets bud på hvorfor det er at vi "lige pludselig" kaster os over "effekt"! Kort præsentation af effektarbejdet i projektet. Sådan har vi planlagt at måle effekt i vores projekter. Ulrik Toftegaard: "Lean i kvægstalde" og William Andersen: "Dynamisk strategi" giver deres bud på hvordan der måles effekt i deres projekter. Landmand Søren Søndergaard præsenterer sig selv og svarer på spørgsmålene: Hvad skal der til for at du ville tage et nyt rådgivningsprodukt ind? For eksempel de to produkter der fortælles om på mødet: Lean i kvægstalde (som lige så godt kunne være svinestalde) og Dynamisk strategi. Hvilken effekt skulle produktet kunne stille dig i udsigt, for at du ville vælge at give dig i kast med det? Hvad skal du kunne "måle" efterfølgende, for at vide at du har fået effekt af forløbet? Du har anvendt rådgivning om budgettering, selskabsdannelse og finansiering. Oplevede du effekt af rådgivningen der? Hvad stod i vejen for opnåelse af effekt? Hvad førte til effekt?
12.00	Frokost
12.45	Hvad er effekt? - fortsat: R&D specialist, Bo Eskerod Madsen præsenterer 2 eksempler på hvordan man kunne måle effekt ude hos landmanden – set med en statistikers øjne. Bo står derefter til rådighed for den efterfølgende dialog. Diskuter på tværs at tilhørsforhold: Hvornår kan vi sige der er effekt af rådgivningen? Plenum præsentation af gruppernes svar, og herefter diskussion hen mod fælles definitioner af hvad effekt kan være, og hvordan vi kan måle effekt. Når vi vil måle effekt, hvilke konsekvenser har det så for den enkelte og for organisationerne? Hvad kan stå i vejen for at få effekt? For den enkelte og for organisationen?
14.00	Kaffe
14.15	"Effektgrupper" Hvorfor og med hvem? Hvordan kan de tilrettelægges?
14.45	Opsamling og det videre forløb
15.00	Tak for i dag

6. september 2011

DELTAGERLISTE: WORKSHOP "HVAD ER EFFEKT?" – onsdag den 7. september 2011

Landmand Søren Søndergaard
R&D specialist Bo Eskerod Madsen
Bjarke Lassesen, LRØ
Trine Leerskov, Østdansk LandbrugsRådgivning
Hans Boding, Østdansk LandbrugsRådgivning
Søren Greve Olesen, SLF
Morten Elkjær, LandboNord
Vibeke Fabricius, LMO

Helen Filskov
Dorte Marcussen
Torben Ulf Larsen
William Schaar Andersen
Merete Jensen
Ulrik Toftegaard Jensen
Rasmus Krarup
Jesper Klintebjerg Fuglsang
Karsten Bove
Birgit Winther Sørensen
(Eva Gleerup)

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

Velkommen til workshop om effekt


Landmandens
Bundlinje nu

Koldkærgaard,
7. September 2011



PARTNER I
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.



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Program I

Kl. 10.00 Velkomst, formål, forventninger og dagens forløb

Kl. 10.15 Bordet rundt: hvilket område har din virksomhed valgt at måle effekt på i LBNU-kampagnen?

Kl. 11.05 Hvad er effekt ?

- *Kort præsentation af effektarbejdet i projektet*
- *"Lean i kvægstalde" ved Ulrik Toftegaard*
- *"Strategi med dynamik" ved William Schaar Andersen*
- *Landmand Søren Søndergaard giver sit bud på hvad effekt er*

Kl. 12.00 Frokost

2 | 14. september 2011



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010



Program II

- Kl. 12.45 Hvad er effekt ? fortsat ...
- *"Hvordan kan man måle effekt ude hos landmanden?" ved Bo Eskerod Madsen*
- Kl. 14.00 Kaffe
- Kl. 14.15 Effektgrupper
- Kl. 14.45 Opsamling og det videre forløb
- Kl. 15.00 Tak for i dag

3 | 14. september 2011



Formål

- Formålet med dagens workshop er at udarbejde et fælles bud på:
 - Hvad er effekt?
 - Hvornår kan vi sige der er effekt af rådgivningen?
 - Hvordan vi kan måle effekten?
 - Inspiration til det videre arbejde med jeres aktiviteter

4... | 14. september 2011





Hvad er effekt? I

- Effekt = belastning (fysik)
- Effekt = virkning (Wikipedia)
- Effekt er defineret som energændring per tidsenhed (fysik)

5... | 14. september 2011



Hvad er effekt? II

- Drøft følgende spørgsmål i grupper og præsentér i plenum:
- Hvad er effekt?
- Hvornår er der effekt af rådgivningen?
- Hvordan kan vi måle effekt?
- Konsekvenser af effektmåling for den enkelte og for virksomhederne?
- Hvad kan stå i vejen for at skabe effekt?

6 | 14. september 2011



Kodødelighed

Fælles mål 1/12-2011:

- Kodødelighed 15% d. 31/12-11
- Kodødelighed 10% d. 1/7-2012

Spilleregler:

1. Max. 3 fokusområder
2. Kontaktinfo
3. Respekt for hinanden
4. Hvem gør hvad?
 - opfølgning
 - forberedelse



Hvordan opnås mål?

- Sygetransport
- Logbog: dødsårsag
- Klovbeskæring køer evt. kvier
- Færre foderskift

Hvordan fejre succes?

31/12-2011 15%

- Rose hinanden
- Se fremad

30/6-2012 10%

- Ros
- Kage
- Måske nå 5%



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Effektgrupper

- Effektgrupper er grupper af personer hvor der skabes læring omkring effekt
- Hvorfor?
- Med hvem?
- Hvordan kan de tilrettelægges?
- Hvordan når vi i mål?

8 | 14. september 2011



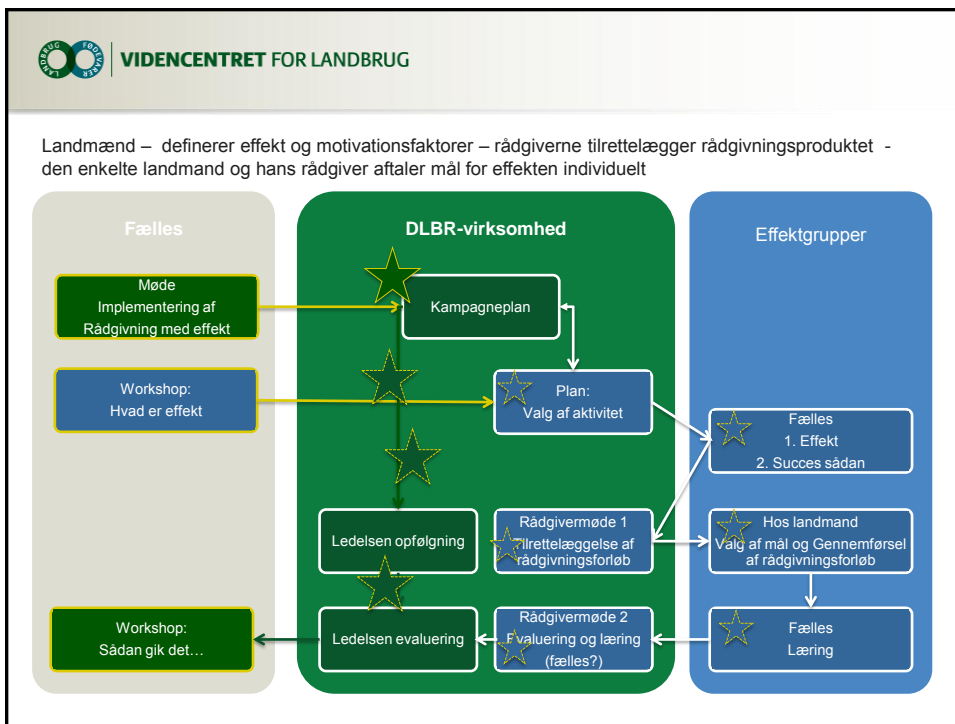
VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
 Skejby F +45 8740 5010

Leveranceplan		Version 2		
Landmændens Bundlinje NU! Sønderjysk Landboforening ²		SØNDERJYSK Landboforening		
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.		Dato 1. sept. 2011		
Opnået pr.: 31.12.2011		Dokumenteret: I forhold til krav ifølge leveranceaftale.		
Leverance og aktiviteter	Ansvar/backup?	Deadline	Ø 1.000 Kr.	nr
1. Deltagelse i fælles møde om "Hvad er effekt?" Tilbud fra backup: Forbedrede workshop til arbejdet i "effektgrupper"	EVG	07.09.11	5	5762
2. Kampagneplan. Aktiviteter – internt og eksternt. Ejerskab hos SLF's medarbejdere. Skal være godkendt i SLF's ledelse. Tilbud fra backup: Sparring på kampagneplanen. Planlægningsworkshop.	JEN	15.09.11	15	5762
3. Plan for "Effektgruppe" med udgangspunkt i en aktivitet – fokus: økonomistyring – i kampagnen. Minimum to møder i Effektgruppen/grupperne. Tilbud fra backup: Deltagelse i planlægningsmøde. Deltagelse i møde i Effektgruppen.	MJU EVG	01.10.11	5	5762
4. Materiale intern markedsføring – sådan skaber SLF ejerskab blandt medarbejdere. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.	ASK	15.10.11	5	5762
5. Materiale eksternt markedsføring – sådan fortæller SLF landmændene om indholdet i kampagnen – fra logo, over kuvertfyld til pressemeddelelser og artikler. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst.	ASK	15.10.11	5	5762
6. Erfaringerne fra 1. møde i "Effektgruppen" Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop – erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG	01.11.11	7	5762
7. Ledelsens opfølgning – tilbagemelding på kampagnen og dens forløb. Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen.	JEN	01.11.11	5	5762
8. Materiale eksternt markedsføring – sådan fortæller SLF de gode historier fra aktiviteterne i kampagnen – pressemeddelelser, artikler m.m. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst. Artikler "sollet" til landsdækkende.	ASK	15.11.11	5	5762
9. Erfaringerne fra 2. møde i "Effektgruppen" Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop – erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG	10.12.11	8	5762
10. Ledelsens evaluering af kampagnen – og den forretning, der blev opnået og kan opnås. Hvad var ressourcforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet? Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgundersøgelser via Survey/act. Udarbejdelse af Business Case under deltagelse af "eksternt konsulenter".	JEN	10.12.11	5	9712
11. Sådan gik det ... i 2011 Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.	JEN	15.12.11	10	5762
			75	

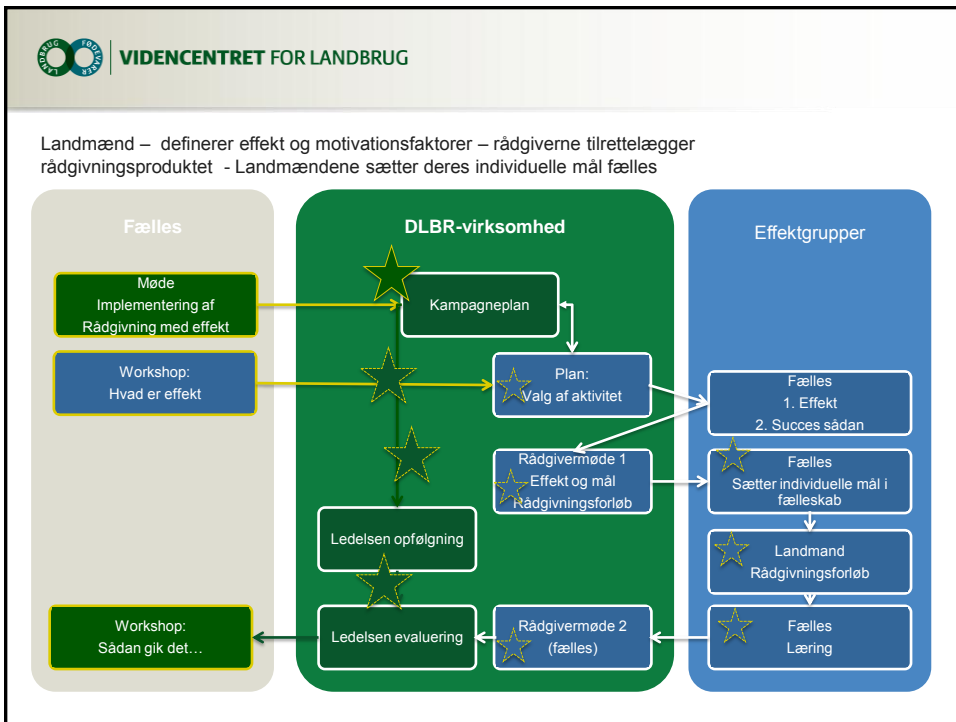
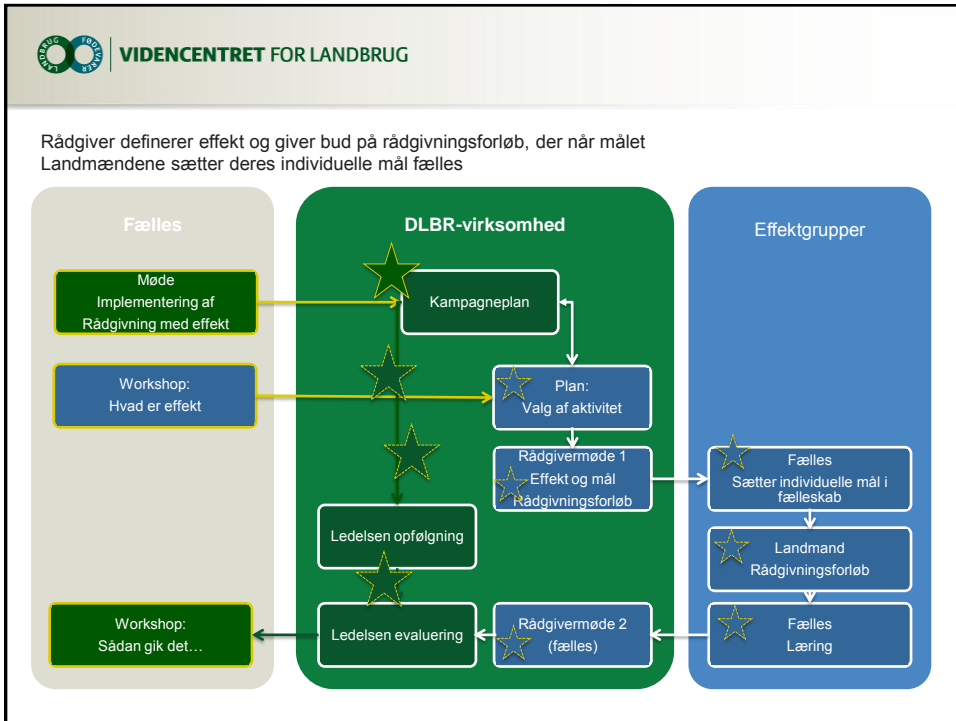
← Fælles?

← Fælles?



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Indhold i en Business Case

Økonomisk model

+

Tekst del

- Beregningsværktøj
 - Forventet økonomisk afkast til projektet
- Stærkt argumentationsværktøj i forbindelse med tekst delen
- Formål med produktet
- Fokus og styrker
 - Værdi for beslutningstager
- Kundegrundlag
- Risici
- Tid
- Synergi



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Projektets titel: xx

<p>Projektets hovedformål:</p> <ul style="list-style-type: none"> • xx • Xx • Xx <p>Markedspotentiale: (identifikation og beskrivelse af markedets størrelse, Hvor mange)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xx • Xx <p>Projektets leverage / målsætning: (Hvilket produkt ender projektet ud i?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xx • Xx • Xx <p>Målgruppe: (Hvem er kunde til produktet?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xx • Xx <p>Kundebehov: (hvilke behov dækker produktet hos kunden)</p> <ul style="list-style-type: none"> • xx • xx <p>Udbytte og effekt: (Hvilken nytte skaber leverancen for målgruppen, Kr. og are., besparelser, bedre udnyttet tid, mere fritid ect.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xx • Xx 	<p>Implementering: (Hvorledes skal projektet implementeres og driftes.)</p> <p>Projektforudsætninger, risici, begrænsninger: (Hvad skal projektet ikke tilføjer målgruppen, og hvem henvender produktet sig ikke til?)</p> <p>Strategisk fit: (hvordan understøtter dette projekt VFLs strategi?)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Xx • xx <p>Business case (i Kr., antal)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>År 0</th> <th>År 1</th> <th>År 2</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DB i Kr.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Omkostning i Kr.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Break-Even, antal</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Return on Investment (ROI)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		År 0	År 1	År 2	Total	DB i Kr.					Omkostning i Kr.					Break-Even, antal					Return on Investment (ROI)				
	År 0	År 1	År 2	Total																						
DB i Kr.																										
Omkostning i Kr.																										
Break-Even, antal																										
Return on Investment (ROI)																										



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010




Indlæg ved "Workshop om effekt"

**Erfaringer fra projektet
"Arbejdsplanlægning på store kvægbedrifter"**


v/ Projektleder Ulrik Toftegaard Jensen

Århus den 7 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.



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG



Indhold

- Indhold i projektet "Arbejdsplanlægning på store kvægbedrifter"
 - 5S -værktøjet
 - Tavlemøder -værktøjet
 - Værdistrømsanalyse-værktøjet
 - 36 Testlandmænd samt 10 rådgivere
- Effekt- hvorfor måler vi det?
- Effekt- hvordan måler vi det?

2 | 14. september 2011



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010



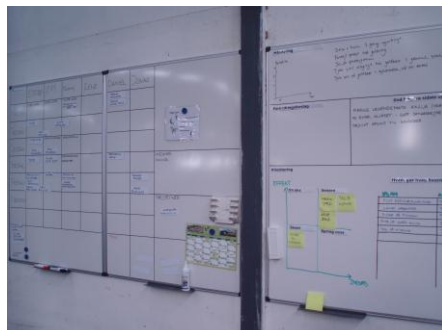
VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

5S – før og efter




VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Tavlemøder

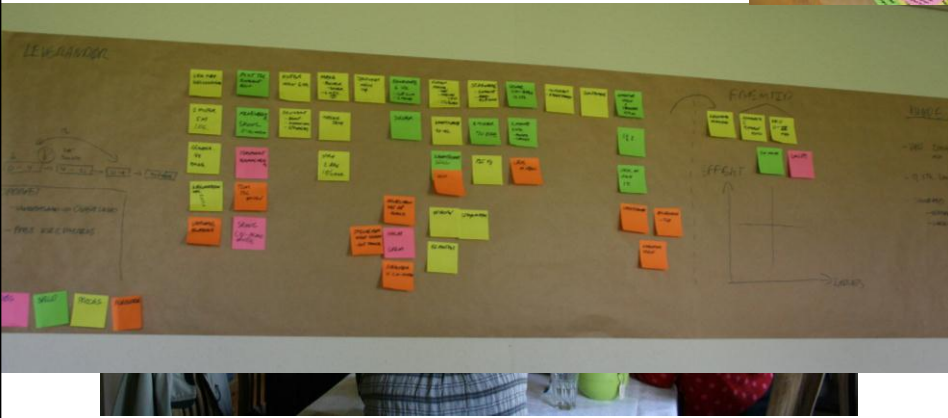


VIDENCENTRET FOR LANDBRUG


Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010

 VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Værdistrømsanalyse



5 | 14. september 2011

 VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

36 Deltagende testlandmænd

- Hver testlandmand har afprøvet 1-2 værktøjer fra maj 2011
- For hvert værktøj gælder:
 - Betalt ½ pris for værktøjet
 - Betalt 1 times rådgivning (870kr)
 - Fået 4 timers rådgivning (opstart, i gang sætning, opfølgning)
 - Udfyldt audits inden opstart
 - Opsamling af effekt ved bl.a. besøg 6 måneder efter opstart

6 | 14. september 2011



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Hvorfor måle effekt?



- For landmanden (og medarbejdere)
 - Indsats = effekt
 - Fastholde effekt ("før" måling)



- For rådgiverne
 - Markedsføring/salg samt motivation

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

- For projektet
 - Synliggørelse af Fondsmidler
 - Bedre bundlinje for landmanden

7 | 14. september 2011

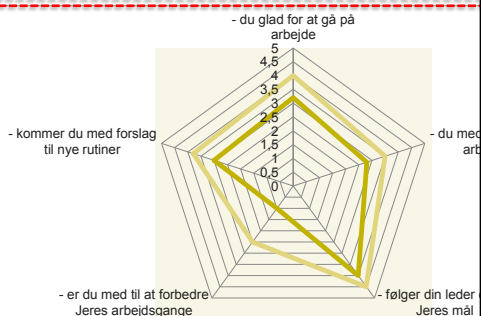


VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Hvordan måles effekt?

1. Fem spørgsmål (audits)
2. Samme spørgsmål 6 måneder senere
3. Sammenligning af audits og traditionelle nøgletal
 - Forskel mellem 1. og 2. runde er effekten
 - Hvis der har været en mærkbar effekt på produktionen, vil dette også skinne igennem i de traditionelle nøgletal.

Generel ledelse i hvor høj grad	1 – 10
På en skala fra 1 – 10 (10 højest) i hvor høj grad er	
I hvor høj grad er:	
- du glad for at gå på arbejde	
- du med til at planlægge arbejdsdagen	
- følger din leder op på Jeres mål	
- er du med til at forbedre Jeres arbejds gange	
- kommer du med forslag til nye rutiner	
Score	



8 | 14. september 2011



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
 Skejby F +45 8740 5010



Sammenligning af effekt

- Effekt er subjektivt
- Effekt kan ikke sammenlignes på tværs af bedrifter, men kan sammenlignes inden for bedriften.
- På tværs af bedrifterne måles om indsatsen har flyttet noget eller ej, ikke i hvilket omfang det har flyttet noget.
- Hvis der skal sammenlignes resultater, skal dette ske via sammenligning af traditionelle nøgletal.



Tak for ordet 😊

- Læs mere på www.arbejdsplan.kvaeg.dk eller kontakt din lokale Lean certificeret rådgiver





VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Effekt af Lean og arbejdsplanlægning



- - Trimmede arbejdsprocedurer
- - Færre fejl og misforståelser
- - Alle kender fordelingen af ansvarsopgave
- - Selvhjulpne glade medarbejdere, der tager ansvar

På bundlinjen vil det for en besætning med 300 køer betyde

- **Større arbejds effektivitet : 140.000 kr**
- **Bedre produktionsresultater : 300.000 kr**
- **I alt : 440.000 kr**



11 | 14. september 2011



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Effekt af projekt Arbejdsplanlægning

- **Gør det muligt for kvægbrugeren at løse de nye ledelsesmæssige udfordringer via:**
 - en række letanvendelige værktøjer og metoder,
 - ved i langt større grad end tidligere at involvere de ansattes viden og idéer i dagligdagens arbejdsopgaver.
- **Effekten vil være en bedre fastholdelse af kvægbrugets ansatte, samt at kvægbruget oplever et forbedret arbejdsmiljø og dyrevelfærd gennem mere sikre rutiner, færre uheld og en større dialog omkring arbejdsopgaverne til stor gavn for landmanden og medarbejderne.**

12



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
 Skejby F +45 8740 5010

 **VIDENCENTRET FOR LANDBRUG**

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

Dynamisk Strategi

Oplæg til effektmåling på Workshop d. 7 september.

Dynamisk Strategi
Få overblik over din virksomhed
- og lad andre kigge med



PARTNER I **DLBR**
DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING

 **VIDENCENTRET FOR LANDBRUG**

Dynamisk Strategi – kort fortalt

- Udarbejdelse af en ejendomsbeskrivelse
- Formulering af en vision
- Fokus på et strategisk mål
- Grafisk beskrivelse på en side omkring vejen den til målet
- Udarbejdelse af en omverdensanalyse
- Udarbejdelse af konkrete handlingsplaner
- At skabe grundlaget for en aktiv opfølgning

2 | 14. september 2011





Hvilket udbytte ønsker Dynamisk Strategi at opnå via effektmåling?

○ Vi ønsker

Produktet

1. Mere motiverede landmænd til det strategiske arbejde
2. Større udbytte på bundlinjen af vores indsats

Projektet

3. Skabe en god platform for markedsføring af Dynamisk Strategi
 - Indsigt i landmandens udbytte
4. Input til hvordan vi kan anbefale implementering af Dynamisk Strategi
 - Indsigt i DLBR-virksomhedens udbytte og barrierer



Hvordan har vi grebet det an!

○ Der opstår to situationer i Dynamisk Strategi

- A. Når målene er operationelle (EKS: Reducere celletal)
 - Synliggøre det i produktet
 - Vise det økonomiske potentiale
- B. Når målene ikke kan måles i kr. (EKS: Klar til 2013?)
 - Måle udbyttet via spørgeguide



Synliggørelse af effekt på taktiske mål

- Herudover effekten af strategiske mål.

Indsatsområde (Målsætning)	Effekt ved 12 mdr. målopfyldelse	Mål for de næste 3 måneder	Realiseret efter 3 måneder
Reducere celletal (maks. 200.000)	120.000 kr.	Ned på 225.000	
Reducere dødeligheden (Fra 7 % til 5 %) (20 køer pr. år)	112.000 kr.	5 stk.	
Reducere mælkefeber (32 stk. pr. år)	84.000 kr.	8 stk.	F.eks. 7 stk.
Dyrlæge (Ned på 245.000 kr. pr. år)	80.000 kr.	70.000 kr. på 3 mdr.	
I alt	396.000 kr.		

Udfyldes efter 3 mdr.







VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Når målene ikke kan måles i kr.

- 360 graders spørgeguide med 4 målgrupper
 - Forventes udsendt i november

1. Landmænd der er færdige med processen
2. Konsulenter der har stået for processen
3. Konsulenter med kundekontakt (forskellige afdelinger) der er kollega med 2)
4. Ledelsen på DLBR-virksomheden

6 | 14. september 2011



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
 Skejby F +45 8740 5010



Spørgeguide (udsendes i november)

- Eksempler på spørgsmål
 - **Landmændene, som har indgået i afprøvningen**
 - Spørgsmål omkring rådgiverens rolle
 1. Hvordan lykkes det rådgiveren at få dig til at overveje strategiske muligheder og trusler
 - Spørgsmål omkring produktets udformning
 1. Bruger du nogle tanker fra dette rådgivningsbesøg
 2. Hvilke ting gør du anderledes efter strategien er udarbejdet
 3. Hvor meget må Dynamisk Strategi koste

7 | 14. september 2011



Spørgeguide (udsendes i november)

- Eksempler på spørgsmål
 - **Kollegaerne på det pågældende center**
 1. Hvilke tre ting skal du vide for at kunne sælge Dynamisk Strategi ind hos en af dine kunder
 2. Hvilket mersalg kan du modtage fra din kollega efter landmanden har været igennem et forløb i Dynamisk Strategi
 3. Hvilket udbytte vil en af dine kunder typisk få ved at modtage et forløb i Dynamisk Strategi af din kollega

8 | 14. september 2011





Spørgeguide (udsendes i november)

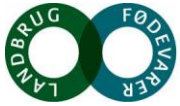
- Eksempler på spørgsmål
 - Ledelsen på det pågældende center
 1. Har I en forretningsplan for Dynamisk Strategi eller skal en sådan udarbejdes
 2. Er der fastsat salgsmål samt afsat ressourcer til understøtning, som f.eks. markedsføring og løbende kompetenceudvikling



Debat

- Vi har ikke løsningen
 - Vi starter her og bliver klogere dag for dag.
- Jeres kommentar





8. september 2011

Referat af møde fra workshoppen "Hvad er effekt?" – 7. september 2011

Til stede: Bjarke Lassesen, LRØ, Trine Lerskov, Østdansk LandbrugsRådgivning, Hans Boding, Østdansk LandbrugsRådgivning, Søren Greve Olesen, SLF, Morten Elkjær, LandboNord, Vibeke Fabricius, LMO, Torben Ulf Larsen, William Schaar Andersen, Merete Jensen, Ulrik Toftegaard, Rasmus Krarup, Jesper Klintebjerg Fuglsang, Karsten Bove, Helen Filskov, Dorte Marcussen og Birgit Winther.

Referent: Birgit Winther

Dagsorden:

1. Bordet rundt: hvilket område har din virksomhed valgt at måle effekt på i LBNU-kampagnen?
2. Hvad er effekt?
 - a. Kort præsentation af effektarbejdet i projektet
 - b. "Lean i kvægstalde" ved Ulrik Toftegaard
 - c. "Strategi med dynamik" ved William Schaar Andersen
 - d. Landmand Søren Søndergaard giver sit bud på hvad effekt er
 - e. "Hvordan kan man måle effekt ude hos landmanden?" ved Bo Eskerod Madsen
3. Effektgrupper
4. Opsamling og det videre forløb.

Helen Uglebjerg Filskov bød velkommen og bad deltagerne præsentere sig selv, og give deres bud på forventningerne dagen:

Forventninger fra deltagerne: ideer til effektmåling og til dokumentation, inspiration, diskussion og effekt af bløde værdier, dokumentation overfor fondene, effektmåling af risikostyring, survey exact, telefonmåling, indspil til effektmåling af helhedsorienteret risikostyring, noget til at rykke ude hos landmanden, fra papir til nytte, hvad får landmanden ud af de kr. de investerer hos os, effekt gennem hele kæden, netværke, netværke DLBR- virksomhederne i mellem, give inspiration, målemetode, 'sætte noget andet' end kr. fx antallet af opgaver ude hos kunden – handlingerne skaber kr., effekt af at man følger op på tingene, læring til brug af gentagelse af effekt, evaluere effekten (både bløde værdier og kr.), tættere på den enkelte kunde, flyttet for lidt (sidste år), færre skibe i søen, men synlig-

gjort projektet, kampagnestyling (input til det videre arbejde), synliggøre nytteværdien, fokusere på effektmåling (version 2.0), bygge effektmåling ind i vores eksisterende produkter.

Ad 1 Bordet rundt

Østdansk: ved Trine og Hans

- Benchmarking (sammenligningstal ud til kunden)
- Besøg – 1 time gratis, betaler for resten – landmanden vælger om besøg eller ej (print lille analyse med)
- 2 konkrete handlinger de (landmanden) selv ønsker
- 213 kunder, mål 250 skal have udskrifterne.
- Nye øjne, ikke kundens egne konsulenter
- Noget af det bedste vi har lavet
- Et lille område alle tænder på – succeskriterie
- Ikke kr.-beløb – antal handlinger
- Vigtigst: ændret adfærd hos kunden
- Kundetilfredshed – kemi landmanden/konsulent
- Mønster = kapacitetsomkostninger for høje

SLF: ved Søren

- 1-4-13 plan (1 x Bundlinjematchen 2010, 4 x intern bundlinjematch, 13 x bundlinjematch)
- Mål alle dr.øk. lave aftale med 30 landmænd
- Det ruller i tæt samarbejde – kvæg, svin og planter
- Sætter kr. på, landmanden vil gerne ofre penge på målet
- Til landmænd, banker og andre samarbejdspartnere
- Vi skal vise at det rykker, det vi laver
- Dokumentation af hardcore-tal
- Handling gør forskellen fx ro fra banken
- Fokus på handling
- 1 lavthængende frugt
- Potentiale 200 t – 2 mio. kr. hos landmændene

LMO: ved Vibeke

- Sikre bedre udbytteregistreringer – og optimere helheden på svinebedrifterne
- Hvordan skal projektet være, hvad skal vi måle på → afklares
- Normtal
- Udfordring: konkret overfor landmænd
- Hvordan måles effekten?
- Ledelsens fokus

LandboNord: ved Morten

- Fokus på udvejning af slagtesvin (konkret praksisnær)
- Erfa-grupper 6-7 deltagere landmænd/driftsledere
- Handlingsplaner, afprøvning, nyt erfa-møde
- Opfølgning og konkurrenceelement
- Tværfagligt planter/økonomi (kvæg/svin bundlinjematch)

LRØ: Bjarke

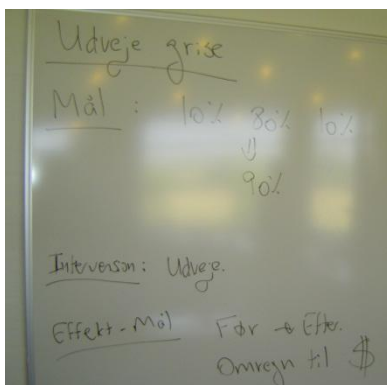
- Evaluering af bundlinjekampagne 2010

- Ud fra talmateriale på landmanden
- Effektmåling
- Bundlinjetjek
- Godt værktøj
- Landmanden til eksamen
- Banken tættere på kundens økonomi
- Motivation → de bløde værdier og prioritering
 - Hvem laver tjek og match
- Kr. er utrolig vigtige
- Skabe fremdrift hele tiden
- 14 rådgivere omkring 7 landmænd – træning
- Kunsten er at motivere landmanden til at samarbejde → forpligtende → skab ejerskab
- Tværfagligt
- Assistenten/regnskaber → tættere kontakt til kunden
- Intern effekt – videndeling.

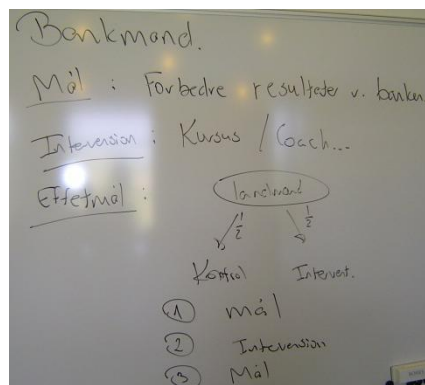
Ad 2 Hvad er effekt?

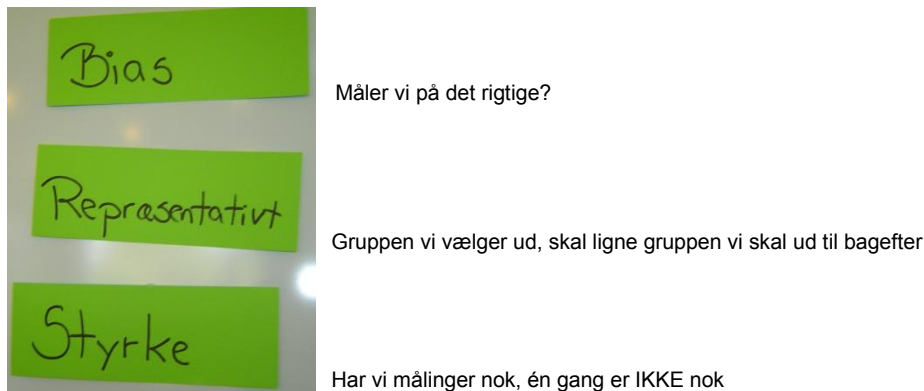
- a) Dorte Marcussen fortalte om status i projektet pt. Lige nu er projektet i spredningsfasen, projektet finansieres af henholdsvis Promilleafgiftsfonden (videndeling) og Landdistriktsmidler (demonstration) – herfra finansieres jeres arbejde. Den røde tråd til næste år er skabt, da projektet da hedder: "Løft din bundlinje nu", sæt din viden i spil og skab forandringer og nå dine mål
- b) Præsentation af "Lean i kvægstalde" ved Ulrik Toftegaard – se PowerPoint-præsentation.
- c) Præsentation af projektet "Dynamisk strategi" ved William Schaar Andersen – se PowerPoint-præsentation.
- d) Landmand Søren Søndergaard fortalte om hans bedrift – og om hvor, hvornår og hvorfor/hvorfor ikke han benytter rådgivning.
- e) Bo Eskerod Madsen, AgroTech (tlf. 8743 8455 eller 5130 3433, mail: bem@agrotech.dk) – fortalte ved hjælp af to eksempler (se nedenstående billeder) om mulige metoder til måling af effekt.

Eksempel 1



Eksempel 2





Herefter gruppearbejde og efterfølgende præsentation af grupperes svar i plenum. Følgende spørgsmål blev diskuteret:

1. Hvad er effekt?
2. Hvornår kan vi sige der er effekt af rådgivning?
3. Hvordan kan vi måle effekten?
4. Inspiration til det videre arbejde med jeres aktiviteter.

Gruppe 1: Bjarke, Hans, Jesper og Vibeke

1 + 2: Forbedring/virkning/adfærdsændring – positiv mavefølelse

3: Kan der sættes kr. på, så er det bedst ellers kvalitativ/kvantitativ

4: Vigtigt med fokus på effekten, men også vigtigt med god mavefølelse – skriver en case – succes ved én landmand, nemmere at komme ud til andre.

Gruppe 2: Merete, Torben, Vibeke og Rasmus

1 + 2: Do gruppe 1

3: Forventningsafstemning, opfølgning, evaluering, ramme for forløbet, mange effekter, effekt (fagligt i projektet og landmandens tilfredshed), måle effekt uden før-måling? Internt → eksternt, fokus.

Gruppe 3: William, Søren, Ulrik, Karsten, Morten og Dorte

1: 'noget' vi kan måle, når en handling er gennemført

2: når rådgivningen ændrer adfærd og processer på bedriften (hos landmanden)

3: biologiske nøgletal, økonomiske, gab-analyse (før/efter) og forsøgsplan

4: viser at du, (rådgiveren) gør en forskel eller produktet gør en forskel (ikke bare en mavefølelse). Tungt at følge op (tid), krav/forventninger, manglende fokus på effektmåling

Konsensus: hvad er effekt?(resultat af en handling – gruppe 3) - Ikke at forveksle med potentiale.

Konklusion:

Hvad er effekt?

- Målbar ændring/forandring

Bo: der behøver nødvendigvis ikke være en handling – for at der sker en effekt (uanset intervention)

Hvordan måler vi effekten?

- Før – nu (det ville være dejligt ellers bliver det mere 'fluffi')

- Over tid
- Over tid
- Kontrolgruppe
- Hvad er det vi måler?
- Biologiske nøgletal, gab-analyser

Hvornår er der effekt af rådgivningen?

- Rådgivningen medfører ændring (positiv)
- Tilfredse kunder (når de ringer igen)
- Effektens størrelse ? (faktorforhold)
- Merværdi væsentlig

Ad 3 Effektgrupper

Se dias nr. 8 til 12 i "Workshop om effekt"

Ad 4 Opsamling

- Konkretisering af effekt
- Flere ideer til effektmåling og dokumentation
- Effekt af bløde værdier
- Overfor fonde, landmænd, rådgivere og banker
- Indspil til projektet
- Fra papir til nytte
- Effekt til landmænd og rådgivere
- Godt netværk
- Praksisnær inspiration
- Målemetoder
- Fra økonomi til handlinger/aktiviteter
- Inspiration og diskussion
- Effekt af opfølgning (synlig) og læring til genbrug
- Evaluering af dette projekt
- Synliggøre nytteværdi
- Version 2.0 effektmåling.

Eva ringer ud til kampagnecentrene og spørger hvad I kan tænke jer fremadrettet – fx et fælles møde.



Landdistrikter.dk

Demonstration af Landmændens Bønderinge NBI

Formålet med projektet er, at styrke landmændenes økonomi og bundlinje på kort sigt, ved øget anvendelse og effekt af relevant viden, videnindsamling og vidensdeling. I projektet af der, samarbejde med rådgivere og landmænd, hvor demonstrationer og afprøvet metoder og værktøjer, der tjener landmændenes formål. Samarbejdet demonstreres hvordan viden oprettes og formidles optimalt og dermed skaber størst mulig effekt og vækst. Vi vil have fokus på at sikre, at der opnås mestværdi af viden og metoder gennem fortløbende samarbejde mellem landmænd og rådgivere.

WORKSHOP – "HVAD ER EFFEKT?"

Onsdag den 7. september 2011

Danmark og EU investerer i landdistrikter
Projektet er støttet af fødevarerministeriet og EU.

Evaluering af workshop "Hvad er effekt?" – 7. september 2011

Evalueret på baggrund af spørgsmålene:

Hvad synes du har fungeret godt i dag?

- God afveksling mellem plenum, indlæg og gruppearbejde. Lidt mere tid i "gruppearbejdet" gjorde ikke noget.
- Rigtig godt møde ;-)
- God dag, hvor vi/jeg er kommet tættere på at måle effekt.
- Jeg er forberedt på, at viderebringe det til de øvrige i gruppen, der arbejder med bundlinjen.
- Engagerede deltagere. God blanding af indlæg, status og diskussion. Korte indlæg/oplæg fra eksterne.
- Der har været stor inspiration fra både lokalcentre og fra VFL – det gav et godt samspil.
- Spændende, inspirerende indlæg. Godt at få konkretiseret ordet "effekt" – at det ikke absolut behøves at være "effekt i kr."
- Mange aspekter kom frem.
- Mange "indledere" – god diskussion.
- God mødeledelse.
- Svær problemstilling blev konkret.
- Gode indlæg.
- Indlæggene virkede rigtig gode (kort, præcist og inspirerende).
- Godt med gruppearbejde.
- God diskussion.
- Megen inspiration.
- God ledelse.
- Relevante emner.
- God sparring og inspiration fra Søren og Bo.
- God stram tidsplan – strukturen på mødet – erfaring/input.
- Meget godt med – den brede faglighed.
- Interessante diskussioner.
- Indspil udefra + vores engagement.

Hvad synes du kan videreudvikles til næste gang?

- Erfaringsudveksling af kundebesøg og evt. effektmåling af besøget.
- Jeg savner pt. ikke noget.
- Vi kunne godt have brugt viden syntese første udkast for at have noget med hjem.
- Når vi har arbejdet mere med vores egne kampagner, kan vi blive mere skarpe på muligheden for at måle effekt.
- For kort tid til gruppearbejde.
- At dele gruppearbejdet op efter:
 - VFL, effekt
 - DLBR, effekt.
- Klar måling med hjem (output).
- Næste gang kan vi differentiere mere mellem VFL og lokale rådgivningscentre.
- Mere sammenhæng mellem opstart og afrunding.
- Mere fokus konkrete opgaver.

Landmandens Bundlinje NU!

Implementering af rådgivning med effekt

Workshop om effekt 7. september

Vi havde en rigtig god dag med inspirerende indlæg og gode diskussioner.

Helene og Dorte indlæg "Velkommen til workshop om effekt": pdf [pptx](#)

Ulriks indlæg "Arbejdsplanlægning på store kvægbedrifter": pdf [pptx](#)

Williams indlæg "Dynamisk Strategi": pdf [pptx](#)

Referat fra dagen: [pdf](#)

Dynamisk strategi har temasiden: LandbrugsInfo > Ledelse > Strategi > Dynamisk strategi > Strategi: Økonomisk effekt på bundlinjen. Du kan også finde skabeloner til dynamisk strategi, der i blandt den side om effekt William præsenterede, her: [Skabeloner til dynamisk strategi \(627 kb\)](#)

Du finder mere om Lean på Landbruginfo.dk på temasiden "Arbejdsplanlægning i kvægbesætninger":

LandbrugsInfo > [Kvæg](#) > Arbejdsplanlægning på kvægbedrifter > [Hvorfor Lean i kvægbruget?](#)

Landmandens Bundlinje NU!

Drevet af WordPress.