

Leverance-/arbejds møde – LMO

24. oktober 2011

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

Birgit Winther Sørensen

Fra: Birgit Winther Sørensen
Sendt: 15. februar 2012 15:56
Til: Birgit Winther Sørensen
Emne: Oplæg til møde på mandag kl. 14.00 i Viborg angående "Landmandens Bundlinie NU"
Vedhæftede filer: 111006_dom_lmo_5782_5746_9712_leveranceplan_bilag_A.docx; Eksempler fra VFL på implementering af rådgivning med effekt.pdf; Foreløbig kampagneplan for Landmandens Bundlinie NU i LMO.doc

Fra: Vibeke Fabricius [<mailto:VIF@lmo.dk>]
Sendt: 22. oktober 2011 19:13
Til: Jan Bjørnkjær Jensen; Jacob Frey Hansen; Peter Mark Nielsen
Cc: Dorte Marcussen; Eva Glerup
Emne: Oplæg til møde på mandag kl. 14.00 i Viborg angående "Landmandens Bundlinie NU"

Kære "projektdeltagere"

Det ser ud til at lykkes, at vi alle kan mødes kl. 14.00 i Viborg på mandag. Fra VFL deltager Dorte Markussen (info om kampagnen) og Eva Glerup (info om effektmåling og implementering af effekt).

Jeg regner med, at vi begynder mødet med en fælles snak med Dorte og Eva og afslutter mødet med fastlæggelse af endelig kampagneplan og plan for effektmåling internt/eksternt samt køreplan for de næste par måneder. Vi skal også vurdere, om der er behov for et "kommisorium" foruden retningslinjerne i den her vedlagte (foreløbige) kampagneplan.

Vi mødes i receptionen i Viborg kl. 14.00 – så finder jeg et mødelokale inden da.

Jeg håber meget, at I kan finde tid til at læse vedhæftede dokumenter igennem inden mødet, så vi alle på mødet har tankerne "skruet" ind på kampagnens indhold og kampagnens overordnede formål "Implementering af rådgivning med effekt".

Vi ses.

Mvh. Vibeke

Med venlig hilsen



Vibeke Fabricius | Planteavlskonsulent

Asmildklostervej 11 | 8800 Viborg
Hoved tlf. 8728 2200 | Fax 8728 1823
Tlf. 8728 2412 | 2962 8105
Mail: vif@lmo.dk | Web www.lmo.dk

Denne e-mail kan indeholde fortroligt materiale, som kun er beregnet for adressaten, og som ikke må udleveres eller kopieres til uvedkommende. Har De ved en fejltagelse modtaget denne mail, bedes De venligst omgående returnere det. På forhånd tak.

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



Landmandens Bundlinje NU

Implementering af rådgivning med 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.

Landmandens Bundlinje NU!

Mellemafgrøder

Et alternativ, der betaler sig

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 efterafgrøder/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.

Landmandens gevinst

Indledning

Ved at etablere mellemafgrøder i stedet for de pligtige efterafgrøder 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 eldrebet centrifugalspreder 2-4 uger før høst. Spredning kan evt. ske samtidig med kvikbekæmpelse før høst. Udgiften til sprede 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 bundkrudt. Halmen kan nedmuldes eller fjernes. Ompløjning af mellemafgrøden må først ske fra den 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. mio. kr. årligt.

Forretningspotentialer 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.

Landmandens Bundlinje NU!

Manualer

Best practice i svinestalden



Landmandens gevinst

Fokus giver fremgang

Manualerne samler kendt viden og praktiske erfaringer i et overskueligt format. Sammen med målsatte rådgivningsforløb bliver det lettere for landmanden og hans medarbejdere at udnytte potentialet for forbedringer. Manualerne består af håndbogsblade med vejledninger og forklaringer; bilag og værktøjer, som rådgiveren kan bruge som hjælp eller udlevere til landmanden.

Hvad kræver det?

Succes med manualerne kræver at ejer, medarbejdere og rådgiver er motiverede og indstillede på at indgå i et rådgivningsforløb, hvor der arbejdes med mål, handlingsplaner og opfølgning. Succesfulde forløb kræver også, at rådgiveren er i stand til at tilpasse rådgivningen til modtagernes formåen.

Hvordan måles effekten?

Effekten måles i forbindelse med opfølgning på de opstillede mål. Målene er som oftest produktionsmål som f.eks. antal spildfoderdage, FE's/kg tilvækst, dødelighed mv.

Forretningspotentialiet i DLBR-virksomheden

Antallet af kunder

I princippet er alle svineproducenter målgruppen. Der er mulighed for at fokusere på et enkelt område eller et problem af gangen. I praksis er det som oftest svineproducenter med medarbejdere, der bruger manualerne og den tilhørende rådgivning.

Salg pr. kunde

Det gælder om at være fokuseret og demonstrere, at tiltagene nytter noget. Et succesfuldt forløb er motiverende, og sælger yderligere rådgivning. Valg af et bestemt fokusområde (leveringspris pr. slagtesvin/spildfoderdage pr. årsso/dødelighed i smågrisestalden) og udpegning af et antal producenter med potentiale for forbedringer, kan være en metode til at "sparke døren ind".

Rådgivernes kompetencer

- Kan opstille mål og handlingsplaner i samarbejde med landmanden
- Følger op og er vedholdende
- Faglig ekspertise på højt niveau
- Lytte til landmanden og medarbejderne
- Kunne kommunikere både mundtligt og skriftligt

Kom godt fra start

Udvælg et eller flere fokusområder

Udpeg et antal landmænd med forbedringspotentiale, som skal tilbydes rådgivning

Lav et salgspapir, hvoraf det fremgår, hvad I vil tilbyde (fakta) og hvad landmanden kan opnå

Opstil synlige mål for jeres indsats og afstem dem med ledelsen.

Hent mere viden

Faglig viden findes på:

www.vsp.lf.dk (håndbogsbladene)

DLBR Svinerådgivningerne har adgang til alle materialer på Sharepoint.

Kontakt

Heidi Hundrup T: 8740 5359 E: hhr@vfl.dk

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

Landmandens Bundlinje NU!

Sænk sodødeligheden!

Landmandens gevinst

Ned med sodødeligheden - sådan kan det gøres!

Hvad kræver det?

Succes kræver fokus og motivation. HR-rådgiveren og svinerådgiveren vil sammen med ejer og driftsleder gennemføre en analyse af personalet og so-besætningen og herefter sammen formulere målrettede handlingsplaner. Succes kræver at ejer, medarbejdere og rådgiver er indstillede på at indgå i et rådgivningsforløb, hvor der arbejdes med mål, handlingsplaner og opfølgning. Succesfulde forløb kræver også, at rådgiveren er i stand til at tilpasse rådgivningen til modtagernes formåen.

Hvordan måles effekten?

Sodødeligheden registreres ved start og følges undervejs. Trivselsundersøgelser for personalet ved start og slut.

Forretningspotentiallet i DLBR-virksomheden

Soholdere, der ønsker at sænke sodødeligheden, er målgruppen.

Staldskole

Hvis en rådgiver kan samle 6-8 driftsledere med det fælles mål at sænke sodødeligheden, kan disse sammen indgå i en staldskole, hvor de via systematisk håndtering af udfordringer i den enkelte bedrift kan blive i stand til at gennemføre betydningsfulde ændringer i deres egen besætning.

Udbytte for staldskoledeltagere:

- driftslederen får konkrete råd og handlingsplaner til at forbedre de to selvvalgte områder
- det særlige er, at rådene kommer fra ligesindede, der har prøvet det selv.

Udbytte for rådgiveren:

- indtjening for staldskoler
- tilknytning af kunder
- salg af individuelle forløb
- fidusflytteri
- lære en ny metode.

Rådgivernes kompetencer

- Kan opstille mål og handlingsplaner i samarbejde med landmanden
- Følger op og er vedholdende
- Faglig ekspertise på højt niveau
- Lytte til landmanden og medarbejderne
- Kunne kommunikere både mundtligt og skriftligt.

Kom godt fra start

Udvælg et eller flere fokusområder

Brug de nyligt udsendte breve fra DAKA den 18. maj 2011, hvori soholderen er blevet gjort opmærksom på deres aktuelle sodødelighed. Lav et salgspapir, hvoraf det fremgår, hvad I vil tilbyde (fakta) og hvad landmanden kan opnå.

Opstil synlige mål for jeres indsats og afstem dem med ledelsen.

Hent mere viden

Faglig viden findes på: www.vsp.lf.dk/soliv

Kontakt

Merete Studnitz T: 8740 5351 E: mes@vfl.dk

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.

Sådan måler vi effekten hos landmanden

- Antal handlingsplaner
- Ændret adfærd
- Relationer til bank
- Andet.

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 eksempelvis i forbindelse med investering eller ejerskifte.

Salg pr. kunde og krydssalg

Salget vil udover selve kortlægningen og vurderingen også omfatte følgerelationer i form af afdækning og handlingsplaner.

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

Landmandens Bundlinie NU – Kampagneplan LMO efterår 2011

Kampagneleder: Jan B. Jensen (JBJ)

Faglig tovholder: Vibeke Fabricius (VIF)

Arbejdstitel:

Bedre markøkonomi gennem bedre udbytteregistreringer hos svineproducenter med opfodring af egen avl.

Formål:

At opnå den bedste bundlinie i marken hos svineproducenter med opfodring af egen avl under den forudsætning, at DB i stalden ikke må forringes.

Forløb:

Trin 1 (efterår 2011): Trin 1 skal vise, hvordan det tværfaglige samarbejde i LMO på svineejendomme der opfodrer egen avl kan optimeres, og hvad såvel LMO som hjemmeblanderen opnår ved det.

Der beregnes markøkonomi for tre hjemmeblendere, der har målt udbytter i flere år. På baggrund af disse målinger og regnskabsoplysninger om omkostninger beregnes markøkonomien i nudrift og to alternative markplanvalg under forudsætning af, at DB i stalden ikke må forringes. Dette med henblik på at afdække potentialet i optimering af afgrødevalget hos svineproducenter der opfodrer egen avl på basis af bedriftsspecifikke data, herunder udbytteregistreringer. Der foretages følsomhedsanalyser af de indregnede udbytteneauer på de beregnede markplaner for at vise vigtigheden af bedre udbytteregistreringer.

Trin 2 (forsommer 2012): Flere rådgivere skal inddrages i optimeringen af afgrødevalget hos flere hjemmeblendere i forhold til fastsættelse af udbytteneauer, økonomi, grænser for iblanding af de enkelte kornarter og overholdelse af kvalitetskrav til foderet. Ved vurdering af økonomi skal der også tages hensyn til maskinkapacitet, arbejdsprofil i mark og stald og behov for ændringer i lageranlæg.

Aktiviteter:

7. september	Deltagelse i workshop "Hvad er effekt?" (VIF).
September	Foreløbig kampagneplan klar (JBJ / VIF).
23. september	Foreløbig kampagneplan præsenteres på internt møde for økonomi-, svine- og planteavlskonulenter med henblik på faglige indspil til kampagnens indhold (VIF). Der findes en deltager fra hhv. Driftsøkonomi og Svin til at indgå i intern rådgivereffektgruppe sammen med VIF.
1. oktober	Deltagerne i intern rådgivereffektgruppe er Jacob Frey Hansen fra Driftsøkonomi (JFH) og Peter Mark Nielsen fra Svin (PMN) og VIF fra planteavl.
24. oktober	Sparring fra backup (VFL) på kampagneplan og plan for effektmåling (Dorte Marcussen og Eva Glerup, VFL samt JBJ, JFH, PMN og VIF, LMO).
Oktober	Endelig kampagneplan klar til godkendelse i ledelse (VIF og JBJ) Plan for intern effektgruppe (JFH, PMN og VIF) og ekstern effektgruppe (de tre kampagnelandmænd / øvrige hjemmeblendere?) – der opsættes retningslinjer for, hvordan der måles effekt på trin 1 "Kampagnen internt" (tværfagligt samarbejde på svineejendomme i LMO) og trin 2 "Kampagnen eksternt" (hjemmeblendere) (JFH, PMN og VIF) (skal drøftes nærmere efter mødet den 24.10.)

November	VIF beregner økonomien i nudrift og i to alternative markplaner for de tre kampagnelandmænd med sparring og hjælp fra intern rådgivereffektgruppe. PMN opstiller staldens krav til kvalitet, grænser for iblandingsprocenter og priser på råvarer hos de tre kampagnelandmænd. Der sparres løbende med JFH om de produktionsøkonomiske beregninger.
November	Der udarbejdes infomateriale til intern markedsføring – sådan skaber LMO ejerskab til kampagnen blandt medarbejderne (hjemmeside, intranet, email, tværfagligt forum) (VIF med sparring fra JBJ, JFH og PMN).
Medio november	Intern rådgivereffektgruppe mødes for sparring af det overordnede forløb (JFH, PMN og VIF).
Ca. 1. december	Intern rådgivereffektgruppe mødes for at fastlægge potentiale og perspektiver i bedre udbytteregistreringer og optimering af afgrødevalget.
Primo december	Der udarbejdes "skuffeklare" infomaterialer til ekstern markedsføring (landbrugspresse, afgrødenyt, LMO-avis, kuvertfyld, hjemmeside). Kampagnen forventes først iværksat overfor landmænd i foråret 2012 (Vif med sparring fra JBJ, JFH og PMN samt hjælp fra LMO kommunikation).
Primo december	Der udarbejdes markedsføringsplan i LMO – hvordan skaber vi effekt hos så mange landmænd som muligt? – hvilken effekt opnår LMO? Evt. udarbejdelse af "Business Case" for LMO med hjælp fra virksomhedskonsulent fra VFL? (Torben Wiborg, Susanne Pagh, JBJ, JFH, PMN og VIF).
Inden jul	LMO-ledelsens evaluering af kampagnen (hvilken forretning kan der opnås, hvilket potentiale blev der hentet, hvad er perspektiverne fremadrettet m.v.?) (JBJ).
15. december	Afreportering (evt. fælles workshop på VFL?) (VIF - evt. JFH og PMN?).

Landmandens Bundlinje NU – Kampagneplan LMO efterår 2011

Kampagneleder: Jan B. Jensen (JBJ)

Faglig tovholder: Vibeke Fabricius (VIF)

Arbejdstitel:

Bedre markøkonomi gennem bedre udbyttere registreringer hos svineproducenter med opfodring af egen avl.

Formål:

At opnå den bedste bundlinje i marken hos svineproducenter med opfodring af egen avl, og samtidig den bedste bundlinje på bedriften som helhed.

Forløb:

Proceduren for det tværfaglige samarbejde i LMO på svineejendomme der opfodrer egen avl skal planlægges og optimeres, og det skal synliggøres, hvad såvel LMO som hjemmeblanderen kan opnå ved det.

Der beregnes markøkonomi for tre hjemmeblendere, der har målt udbytter i flere år. På baggrund af disse målinger og regnskabsoplysninger om omkostninger beregnes markøkonomien i nudrift og to alternative markplanvalg under forudsætning af, at DB i stalden ikke må forringes. De alternative markplanvalg opstilles i forhold til grænser for iblanding af de enkelte kornarter og overholdelse af kvalitetskrav. Der skal også tages hensyn til maskinkapacitet, arbejdsprofil i mark og stald og eventuelle behov for ændringer i lageranlæg. Dette med henblik på at afdække potentialet i optimering af afgrødevalget hos svineproducenter der opfodrer egen avl på basis af bedriftsspecifikke data, herunder udbyttere registreringer. Der foretages gerne følsomhedsanalyser af de indregnede udbyttene på de beregnede markplaner for at vise vigtigheden af bedre udbyttere registreringer.

Aktiviteter og tidslinje for arbejdsforløbet i kampagnen efterår 2011		
Tidspunkt	Arbejdsopgave	Ansvarlig
7. sep.	<ul style="list-style-type: none">• Deltagelse i workshop på VFL "Hvad er effekt?"	VIF
23. sep.	<ul style="list-style-type: none">• Foreløbig kampagneplan præsenteres på internt møde for økonomi-, svine- og planteavlskonsulenter med henblik på faglige indspil til kampagnens indhold (der findes en deltager fra hhv. Driftsøkonomi og Svin til at indgå i effektgruppe i LMO sammen med VIF).	VIF
1. okt.	<ul style="list-style-type: none">• Deltagerne i effektgruppen i LMO er Jacob Frey Hansen fra Driftsøkonomi (JFH), Peter Mark Nielsen fra Svin (PMN)	
24. okt.	<ul style="list-style-type: none">• Sparringsmøde fra backup på kampagneplan og plan for effektmåling (Dorte Marcussen, Eva Glerup og Jesper Fuglsang, VFL)• Møde i effektgruppen angående form, indhold og forløb af kampagnen herunder opstilling af effektmål	JBJ, PMN, JFH og VIF JBJ, PMN, JFH og VIF
Uge 43 – 44	<ul style="list-style-type: none">• Kampagneplan færdig til ledelse i LMO og til VFL• Info til kolleger om formålet med kampagnen på interne afdelingsmøder• Opsamling udbyttere registreringer fra 2011 og gerne også 2010 hos kampagnelandmændene• Opsamling af foderbehovet (råvarebudgettet) i nudriften hos kampagnelandmændene• Info til kampagnelandmændene om forløbet af kampagnen samt sikring af, at de vil stille data til rådighed, og være med i en ekstern	JBJ og VIF JFH, PMN og VIF VIF VIF VIF

	markedsføring af kampagnen	
Uge 45 – 46	<ul style="list-style-type: none"> Beregninger af markøkonomien i nudriften hos de tre kampagnelandmænd Koordinering af foreløbige data hos de tre kampagnelandmænd mellem Svin og Planteavl 	VIF (og JFH) PMN og VIF
Uge 47	<ul style="list-style-type: none"> Tværfagligt besøg hos de tre kampagnelandmænd med følgende formål: <ul style="list-style-type: none"> Få indtryk af landmandens ønsker til selvforsyningsgrad/risikostyring, afgrødevalg m.v. Gennemgå eksisterende siloanlæg og muligheder for indfodring på ejendommen. Arbejdsprofil i mark og stald Maskinkapacitet Ledelsesopfølgning på kampagnen 	PMN og VIF (JFH deltager hos Søren Brask Pedersen) JBJ
Uge 47 og 48	<ul style="list-style-type: none"> Optimering af to alternative markplaner og foderplaner i forhold til nudriften under hensyntagen til: <ul style="list-style-type: none"> 1) nuværende forhold/muligheder på ejendommene 2) forhold med tillægsinvesteringer på ejendommene Vurderinger af og konklusioner på beregningerne hos de tre kampagnelandmænd Plan for effektgruppe/måling i LMO færdig til VFL 	PMN, JFH og VIF PMN, JFH og VIF VIF
Uge 49	<ul style="list-style-type: none"> Afleveringsmøde hos de tre kampagnelandmænd med følgende formål: <ul style="list-style-type: none"> Præsentation af resultaterne Målsætning og handlingsplan i forhold til disse resultater Markedsføring af forløbet – resultaterne heraf (evt. samtidig med interview fra LMO-kommunikation) Landmændenes evaluering af vores arbejde/forløb i kampagnen Effektgruppens evaluering af forløbet og fremtidsperspektiverne – hvad er potentialet i udbytteregistreringer og optimering af afgrødevalget? 	PMN, JFH og VIF JBJ, PMN, JFH og VIF
Uge 50 – 51	<ul style="list-style-type: none"> Interne og eksterne markedsføringsmaterialer planlægges, forberedes og udarbejdes i videst muligt omfang (se nedenstående oversigt) Ledelsens evaluering af kampagnen – hvilket potentiale blev der hentet?, hvad er fremtidsperspektiverne? Der udarbejdes en endelig markedsføringsplan i LMO – hvordan skaber vi effekt hos så mange hjemmeblandere som muligt? 	JBJ, PMN, JFH og VIF JBJ VIF og JBJ

Foreløbig plan for intern og ekstern markedsføring af kampagnen		
Tidspunkt	Intern markedsføring	Ansvarlig
23. sep.	Intro til kampagnen ved tværfagligt møde mellem driftsøkonomi-, svine- og planteavlskonsulenter	VIF
Uge 43-44	Info til kolleger om formålet med kampagnen på interne afdelingsmøder	JFH, PMN og VIF
Januar 2012	Resultaterne af kampagnen præsenteres på "Tværfagligt Rådgiverforum" i LMO	JFH, PMN og VIF
Januar 2012	Resultaterne af kampagnen, herunder værktøjer anvendt/udviklet i kampagneforløbet, målrettet de enkelte afdelinger præsenteres på afdelingsmøder i hhv. Økonomi, Svin og Planteavl	JFH, PMN og VIF

Januar 2012	Der udarbejdes et kort notat om formålet, forløbet og resultaterne af kampagnen på LMO's intranet		VIF
Tidspunkt			
Ekstern markedsføring		Ansvarlig	
Udarbejdelse	Udsendelse		
December 2011	Februar 2012	Formål, forløb og resultater af kampagnen bringes i artikel i LMO-avis – gerne med interviews med kampagnelandmænd	VIF (med sparring fra JBJ, JFH og PMN)
Januar 2012	Forår 2012	Artikler om resultaterne af kampagnen til landsdækkende fagblade indenfor hhv. Økonomi, Svin og Planteavl vinklet i forhold til den enkelte faggren	JFH, PMN og VIF
Forår 2012	Maj 2012	Artikel i Landbrug NORD/SYD om fordelene/mulighederne ved udbytteregistreringer sammenholdt med resultaterne af kampagnen	VIF (med sparring fra JBJ, JFH og PMN)
Forår/forsommer 2012	Forår/forsommer 2012	Resultaterne af kampagnen skal præsenteres på LMO's forskellige landmandsmøder rettet mod svineproducenter/hjemmeblandere	JBJ, JFH, PMN og VIF
Forår/forsommer 2012	Forår/forsommer 2012	Direkte markedsføring til udvalgt målgruppe af det "produkt", der udvikles gennem kampagnen	JBJ, JFH, PMN og VIF

Leveranceplan

Landmandens Bundlinje NU!^e

LMO^a



Version 3

Dato
1. sept. 2011

Mål:

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

Opnået pr.: 31.12.2011

Dokumenteret: I forhold til krav ifølge leveranceaftale.

Leverance og aktiviteter		Ansvar/ backup ^b	Deadline	<input checked="" type="checkbox"/>	1.000 Kr.	vfl
1.	Deltagelse i fælles møde om "Hvad er effekt?"		07.09.11		5	5746
	Tilbud fra backup: Forbedrende workshop til arbejdet i "effektgrupper"	EVG				
2.	Kampagneplan. Aktiviteter – internt og eksternt ^c . Ejerskab hos LMO's medarbejdere. Skal være godkendt i LMO's ledelse.		15.09.11		15	5782 5746
	Tilbud fra backup: Sparring på kampagneplanen. Planlægningsworkshop.	JEN				
3.	Plan for "Effektgruppe" med udgangspunkt i en aktivitet i kampagnen – fokus: tværfaglighed svin-plante-økonomi, intern proces. Minimum to møder i Effektgruppen/grupperne.		01.10.11		5	5746
	Tilbud fra backup: Deltagelse i planlægningsmøde. Deltagelse i møde i Effektgruppen.	EVG				
4.	Materiale intern markedsføring – sådan skaber LMO ejerskab blandt medarbejderne.		15.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.	ASK				
5.	Erfaringerne fra 1. møde i "Effektgruppen"		01.11.11		7	5746
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG				
6.	Ledelsens opfølgning – tilbagemelding på kampagnen og dens forløb.		01.11.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen.	JEN				
7.	Materiale eksternt markedsføring – Markedsføringsplan i LMO for at nå effekt hos landmænd og den forventet effekt for LMO. Med eksempler pressemeddelelser, annoncer, artikler m.m.		15.11.11		10	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst..	ASK				
8.	Erfaringerne fra 2. møde i "Effektgruppen"		10.12.11		8	5746
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG				
9.	Ledelsens evaluering af kampagnen – og den forretning, der blev opnået og kan opnås. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?		10.12.11		5	9712
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Udarbejdelse af Business Case under deltagelse af "eksternt konsulent" ^d .	JEN				
10.	Sådan gik det ... i 2011		15.12.11		10	5746
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.	JEN				
					75	

NOTER

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

Log 2011

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

From: [Birgit Winther Sørensen](#)
To: [Birgit Winther Sørensen](#)
Subject: Opfølgning på mødet den 24/10 LB-nu!
Date: 31. oktober 2011 15:00:17

Kære Vibeke, Peter, Jan og Jacob

Tak for sidst, for et godt møde synes vi herfra Videncentret.

Jeg sender jer hermed link til LB- nu blokken som jeg har uploadet med links til artikler m.v. omkring effektmåling. I finder ind på bloggen her: <http://lbnu.dlbrblog.dk/>

Herunder links til det I kan finde omkring forpligtende rådgivning på Landbrugsinfo:

[http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-](http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Raadgivningsmetoder/Sider/Implementeringsplan.aspx)

[emner/Raadgivningsmetoder/Sider/Implementeringsplan.aspx](http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-raadgivning/Sider/Forpligtende_Raadgivning_5_Udviklingsp.aspx)

[http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-](http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-raadgivning/Sider/Forpligtende_Raadgivning_5_Udviklingsp.aspx)

[raadgivning/Sider/Forpligtende_Raadgivning_5_Udviklingsp.aspx](http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-raadgivning/Sider/Forpligtende_Raadgivning_5_Udviklingsp.aspx)

[http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-](http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-raadgivning/Sider/SMAKK_Vaerktoejer.aspx)

[raadgivning/Sider/SMAKK_Vaerktoejer.aspx](http://www.landbrugsinfo.dk/Tvaerfaglige-emner/Forpligtende-raadgivning/Sider/SMAKK_Vaerktoejer.aspx) Måske kan I finde dem nyttige i det arbejde som I skal i gang med.

Endvidere links til de undersøgelser som jeg refererede til på mødet. Kommer her:

http://vsp.lf.dk/Publikationer/Kilder/lu_erfa/2010/1002.aspx?full=1

http://vsp.lf.dk/Publikationer/Kilder/lu_erfa/2010/1020.aspx?full=1

http://www.landbrugsinfo.dk/Planteavl/Produktionsraadgivning-mark/Sider/pl_09_023.aspx

Vi glæder os til at følge jeres arbejde og støtter gerne op omkring dette, såfremt I finder behov. – Også hvis der dukker yderligere spørgsmål op vedrørende leverancerne fra kampagneplanen.

Venlig hilsen Jesper, Dorte og Eva

Eva Gleerup
Uddannelseskonsulent

DLBR Akademiet

T +45 8740 5229 (direkte) | M +45 21385528 | E evg@vfl.dk

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15, Skejby, DK 8200 Århus N

www.vfl.dk

OBS! DANSK LANDBRUGSRÅDGIVNING, LANDSCENTRET, hedder nu VIDENCENTRET FOR LANDBRUG.

Vejnavnet er også ændret, så Udkærvej 15 nu hedder Agro Food Park 15.

Videncentret for Landbrug er en faglig dattervirksomhed i Landbrug & Fødevarer. Vi er partner i DLBR (Dansk Landbrugsrådgivning), der leverer uvildig rådgivning til landmænd, gartnere og andre kunder.

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