

12. april 2012

Specialkonsulent Søs Ancker, Team Reproduktion & Avl, VFL Kvæg

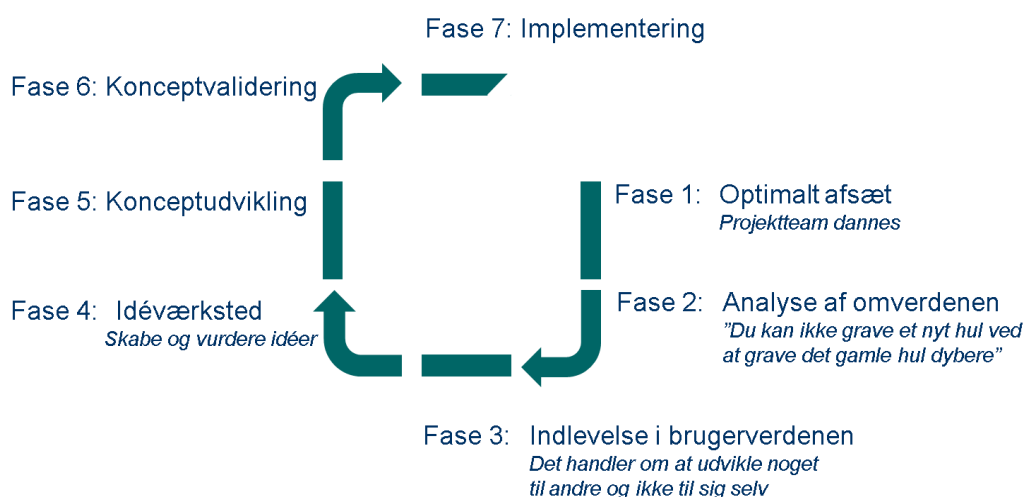
Nedenstående skal ses som inspiration for udvikling og implementering af materiale/værktøjer der er forankret i brugernes behov.

Uddrag af projektplan for udvikling af rådgivningskonceptet **ReproManagement – sund fornuft (2009)** samt projektet for **Implementering heraf (2010)**

Selve rådgivningskonceptet udvikles med følgende for øje:

- Et koncept beskriver løsningsmæssige helheder og sammenhænge
- Et koncept fokuserer på sammenhænge mellem forskellige faglige, organisatoriske og personlige udgangspunkter, hvilket er grundlaget for at skabe overblik og innovationshøjde.

Metodemæssigt udvikles rådgivningskonceptet efter en veldokumenteret skabelon, beskrevet af Merit & Nielsen (2007). Fremgangsmåden er skitseret ved hjælp af nedenstående figur 1.



Figur 1 Konzeptudvikling baseret på gennemførelse af 7 faser (kilde: Merit & Nielsen, 2007)

Referencer

Merit, S. & T. Nielsen. 2006. Vinderkoncepter, 1. Udgave, Børsens Forlag.

Fase 2-6: Hovedforløb (indhold)

Indsatsområde	Sådan løses opgaven
Analyse af omverdenen	<p><i>Der samles op på erfaringer med nedenstående:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Hvad gør svenskerne, som vi kan tage ved lære af • Hvad gør svinefolkene, som vi kan tage ved lære af • Tidligere projekter med fokus på tværfagligt samarbejde – hvad kan vi tage ved lære af / hvad skal vi undgå? • Fokusgrupper / erfagrunder • Erfaringer fra andre erhverv
Indlevelse i bruger-verdenen	<ul style="list-style-type: none"> • En del viden fra brugerne, som har deltaget i reproduktionsprojekterne 2006-2008, er fastholdt som resultater i en række spørgeundersøgelser. Disse resultater gennemgås og anvendes, så vi kan afdække om der er nogen huller i det vi har brug for at vide • En følgegruppe til projektet sammensættes. Følgegruppen skal bestå af 3-5 mælkeproducenter, og deres hold af rådgivere (inseminør, avlsrådgiver, kvægkonsulent og dyrlæge)
Idéværksted	<ul style="list-style-type: none"> • Projektgruppen skaber og vurderer idéer. Hele projektgruppen inddrages • Idégrundlaget for konceptet og plan for afprøvning beskrives • Idégrundlaget og plan for afprøvning præsenteres for følgegruppen • Der samles op på erfaringerne
Konceptudvikling	<ul style="list-style-type: none"> • Indholdet i konceptet beskrives • Indholdet i konceptet udvikles / udarbejdes
Konceptvalidering	<ul style="list-style-type: none"> • Konceptet afprøves ved hjælp af projektets følgegruppe • Der samles op på erfaringerne fra afprøvningen (skriftlig konklusion) • En plan for implementering af rådgivningskonceptet udarbejdes

Fase 7: Hovedforløb (indhold)

Man kan ikke få mennesker til frivilligt at gøre noget andet end det vante, hvis ikke man kan "flytte" dem inde i hovedet. Og man kan kun flytte dem mentalt, hvis mindst ét af to forhold er til stede.

- Enten skal de forstå, at den nuværende situation er uholdbar ("Den brændende platform")
- Eller også skal de synes, at det nye, når alt kommer til alt, er mere attraktivt end det gamle

Det har altså noget at gøre med at bryde vaner. Rådgiverne skal gøre noget andet, end de plejer – og det er utrygt. I virkeligheden frygter mennesker ikke forandringer – vi frygter "tab":

- Tab af tryghed. Pludselig har vi ikke kontrol over alt
- Tab af kompetence. At skulle gøre noget nyt betyder, at man ikke er god til det. I begyndelsen
- Tab af territorium. Indtil vi ser og forstår de nye grænser (muligheder)
- Tab af prestige. At være erfaren giver status, og at blive kastet ud i noget nyt, man ikke har erfaring i, betyder mistet status. Indtil der kommer nye succeser.

Så udfordringen bliver, at synliggøre, at rådgivningskonceptet skaber nogle rammer for at man kan tillade sig selv og de andre at lære noget nyt.

*"Lad være med at forklare, hvorfor det ikke kan lade sig gøre.
Find ud af, hvordan det kan lade sig gøre."*

MO TAO, 404-319 f.kr.

Ved "implementering" af rådgivningskonceptet forstås, at det virkeliggøres / sættes i drift på malkekvægbedrifter - HVORDAN?

Via "Motivation"

Mennesker arbejder bedst når de er motiverede, og for at være motiverede er der 4 grundlæggende ting der skal være til stede:

- Trygheden → viden om hvad konceptet indeholder
 Målet → her er dit ansvar, det har du kompetence til, sådan er forventningerne
 Feedback → fortæller vi nogle gode historier? lykkes det for nogle? er det sjovt at arbejde med?
 Konsekvenser → hvad er konsekvensen af at én ikke holder aftalerne, ikke lever op til målene?/ hvad er konsekvensen af at alle holder aftalerne, lever op til målene?

Projektet inddeles derfor i disse 4 indsatsområder.

Indsatsområde	Sådan løses opgaven
Trygheden (Viden om hvad konceptet indeholder)	<ul style="list-style-type: none"> • Indlæg ved Dansk Kvægs kongres • Orienteringsmøder <ul style="list-style-type: none"> - Inseminører og avlsrådgivere orienteres via kurser - Kvægkontorerne kontaktes, for at finde ud af, om de har haft materialet på dagsordenen på et medarbejdermøde. De der ikke har, tilbydes at Søs kommer og fortæller om materialet - Dyrlæger opfordres, via Aktuelt til dyrlæger, til at sætte materialet på dagsordenen hvis deres praksis afholder klientmøder. De tilbydes, at Søs eller Torben kommer og fortæller om materialet - Mælkeproducenter opfordres via Landmand.dk til at sætte fokus på materialet til deres erfamøder • Produktblad trykkes og sendes ud, som indstik i Dansk Kvæg Nyt og til kvægkontorer samt til Vikings kontorer • Bilagsmateriale trykkes til uddeling i erfagrunder m.v. (uddrag af ReproManagement – sund fornuft, bestående af Tjeklister, oversigt over Faktablade samt Handlingsplan) • Artikler i kvæg-fagblade • Agromek
Målet (her er dit ansvar, det har du kompetence til, sådan er forventningerne)	<ul style="list-style-type: none"> • Gennemførelse af et forløb med konceptet i 12-14 malkekvæg-besætninger, hvor 7 rådgivere er tovholdere (eksperterne), og forpligter sig til at opnå kendskab til materialet via følgende punkter, som gælder i hver af besætningerne <ol style="list-style-type: none"> a. Udvælg to besætninger, hvor eksperten har sikret sig, at mælkeproducenten er indstillet på, at arbejde med forbedring af reproduktionseffektiviteten i 2010 b. At orientere besætningens rådgivere om, at man er tovholder for denne opgave i besætningen i 2010 c. At orientere Søs Ancker, Dansk Kvæg om hvilke besætninger man skal arbejde

	<p>med</p> <p>d. At aftale med mælkeproducenten hvad reproduktionsstrategien er. Inddrag øvrige rådgivere i diskussionen, eller bed som minimum om deres indspil.</p> <p>e. På baggrund af diverse udskrifter, udpeges mulige indsatsområder for reproduktionen i besætningen i samarbejde med mælkeproducenten. Inddrag øvrige rådgivere i diskussionen, eller bed som minimum om deres indspil</p> <p>f. Alle reproduktionsresultater er direkte eller indirekte forbundet med Insemineringspct. eller Drægtigheds pct. hos køer eller kvier – det vil sige 4 overordnede indsatsområder. Disse indsatsområder prioriteres i samarbejde med mælkeproducent og øvrige rådgivere Ansatte orienteres om hvilke(t) indsatsområde(r), der skal arbejdes med i den efterfølgende periode.</p> <p>g. Der fastsættes mål for indsatsområderne i samarbejde med mælkeproducenten. Inddrag øvrige rådgivere i diskussionen eller bed som minimum om deres indspil. Ansatte orienteres om hvad målsætningen er, og hvornår man forventer den indfriet</p> <p>h. Der udpeges punkter til Handlingsplanen ved at gennemgå de Tjeklister, der har med det / de valgte indsatsområde(r) at gøre. Brug Faktablade efter behov. Alle parter skal have et eksemplar af de udfyldte Tjeklister</p> <p>i. Handlingsplanen (kap.6) udfyldes ved hjælp af de punkter, der er udpeget på baggrund af Tjeklister og Faktablade (kap. 5). Mælkeproducent, ansatte og øvrige rådgivere skal have mulighed for at give indspil til Handlingsplanen, og ekspertten skal sikre sig, at alle parter er klar over hvilke opgaver de er ansvarlige for. Alle parter skal have et eksemplar af Handlingsplanen</p> <p>j. Eksperten påtager sig ansvaret for opfølgning på Handlingsplanen. Der skal laves opfølgning på de aktiviteter og den kommunikation, som fremgår af Handlingsplanen, samt status på om målsætningen for indsatsområdet nås. Der er behov for opfølgning minimum hver 2. (2,5) måned, hvor Handlingsplanen opdateres og justeres med eventuelle nødvendige ekstra tiltag. Alle parter skal have et eksemplar af den opdaterede Handlingsplan.</p>
<p>Feedback (fortæller vi nogle gode historier? lykkes det for nogle? er det sjovt at arbejde med?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Videoklip med de personer, som var med til at afprøve materialet. Videoklippen tilgængeligt på Landbrugsinfo og i forhallen til Dansk Kvægs kongres • Tema i Dansk Kvæg Nyt om en af testbesætningerne • Løbende opfølgning på de enkelte besætningers (se ovenstående) reproduktionsresultater, og formidling heraf i fagmagasiner
<p>Konsekvenser (hvad er konsekvensen af at én ikke holder aftalerne / konsekvensen af at alle holder aftalerne?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Artikler med fokus på økonomi i forbedret reproduktion (produktionsøkonomipjecen + brev til banker og produktionsøkonomikontorer) • Artikelserie med udgangspunkt i kommunikationseksemplerne i kap. 1-6 • Artikel med udgangspunkt i et eksempel på en dårlig historie, der er blevet god

