

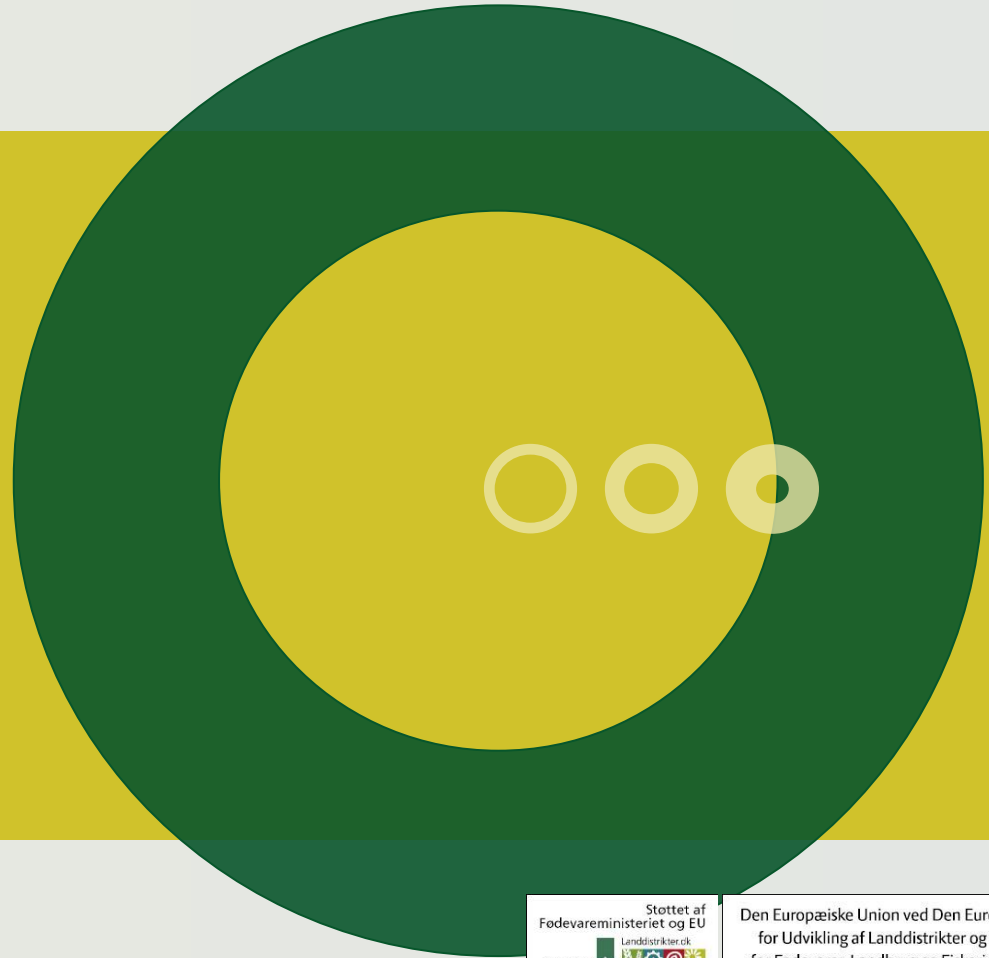


VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Værditilvækst - Projektets resultater

Workshop 1 d. 29. august 2012

Chefkonsulent
Gustaf Bock





VÆRDITILVÆKST

Highlights fra behovsanalysen

Virksomhedslandbrug og kundetyper

FOKUS

Værditilvækst

- Merværdi



'Entreprenør og landmand'
'Merværdi på afsætning'
Bygger egen salgskanal
Fokus: 'Høj DB og kvalitet'

Multi-brug
-Portefølje

'Direktør og landmand'
'Portefølje af aktiviteter'
Fokus: 'Afkast af kapital'

Bulk
-Stordrift

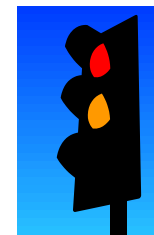
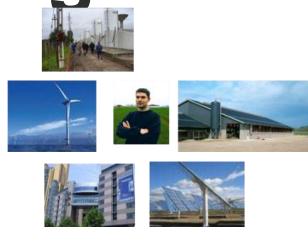


'Stor landmand'
'Mere af det samme'
Fokus: 'Omkostninger & stordrift*'



Virksomhedslandbrug

Arketypen bestemmer behovet!

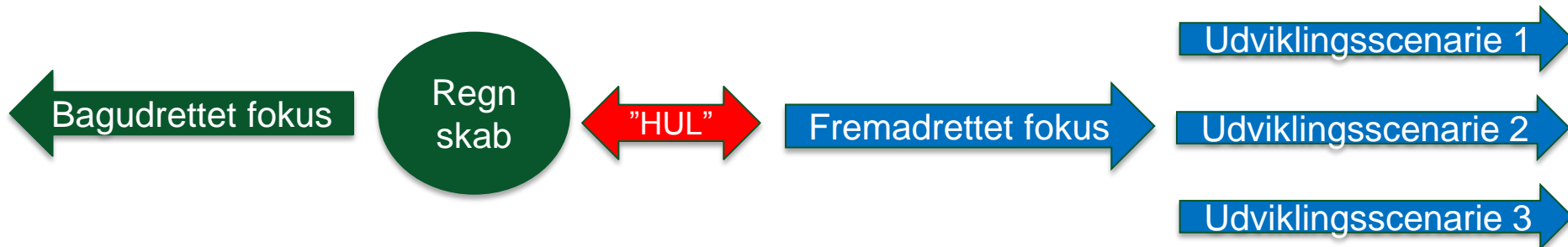


Specifikke rådgivningsbehov	Type 1: Bulk 'Stor landmand' 'Mere af det samme' Fokus: 'Omkostninger & stordrift*' (Bruger)	Type 2: Multibrug 'Direktør og landmand' 'Portefølje af aktiviteter' Fokus: 'Afkast af kapital' (Bruger)	Type 3: Værditilvækst 'Entreprenør og landmand' 'Merværdi på afsætning' Bygger egen salgskanal Fokus: 'Høj DB og kvalitet' (Bruger)	Non-user (Ikke-bruger)
Rådgiver adfærd	+	+	+	+
Personale-ledelse og rekruttering	+	+	+	+
Risikoledelse	+	+	+	+
Kundeansvarlig rådgiver	(+)	+	+	+
Forretningsudvikling		+	+	+
Generationsskifte	(+)	+		
Farmsekretær		+	+	(+)
Udlandsetablering	+	+		(+)
Selskabsrådgivning	(+)	+		+

Værditilvækst – fokus på forretningsudvikling

Kunden oplever et "hul" i DLBR´s ydelser :

- Indsigt i virksomhedsforhold – gerne fra andre brancher
- Kobling af status og driftsøkonomi som basis for forretningsudvikling
- Individuel sparring med kunden på forretningsudvikling i forhold til hans behov
- Gå fra at være konsulent til at være kundens inspirator, facilitator og forretningsudvikler
- DLBR skal kunne tænke ud af boksen



Kundens oplevelse med DLBR p.t.:

- God branchefokus
- Gode til serviceydelser
- Gode til status delen og skat
- Gode til driftsøkonomi

Kundens inspiration til forretningsudvikling p.t.:

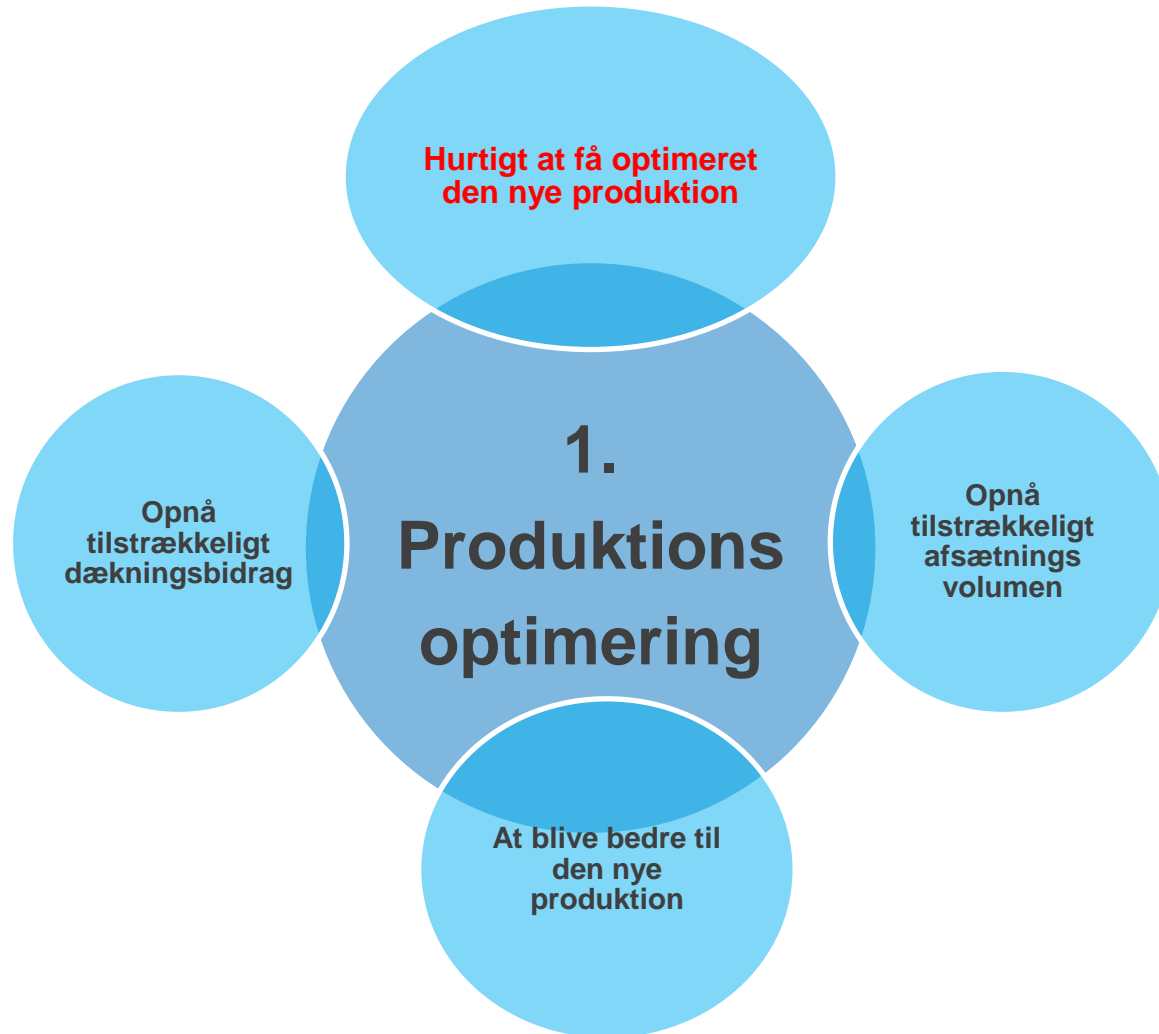
- Netværk
- Gårdråd/bestyrelser
- ERFA-grupper
- First movers

Værdi tilvæksterens behov

Behovene kan struktureres i nedenstående områder:

1. Produktionsoptimering
2. Marketing og salg
3. Produktudvikling
4. Distribution
5. Netværk, rådgivere og bestyrelser
6. Business case og forretningsplan

Værdi tilvæksterens behov



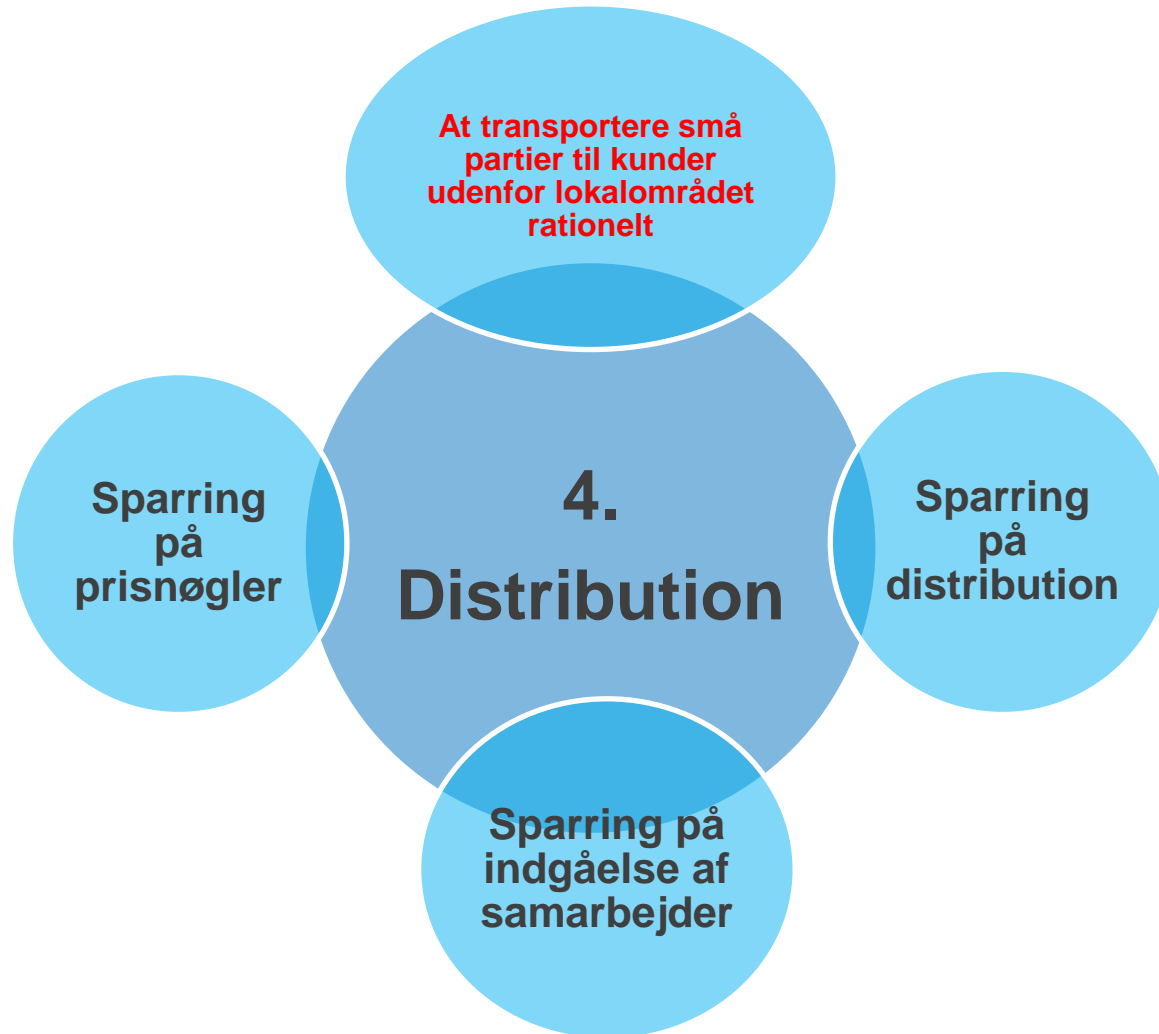
Værdi tilvæksterens behov



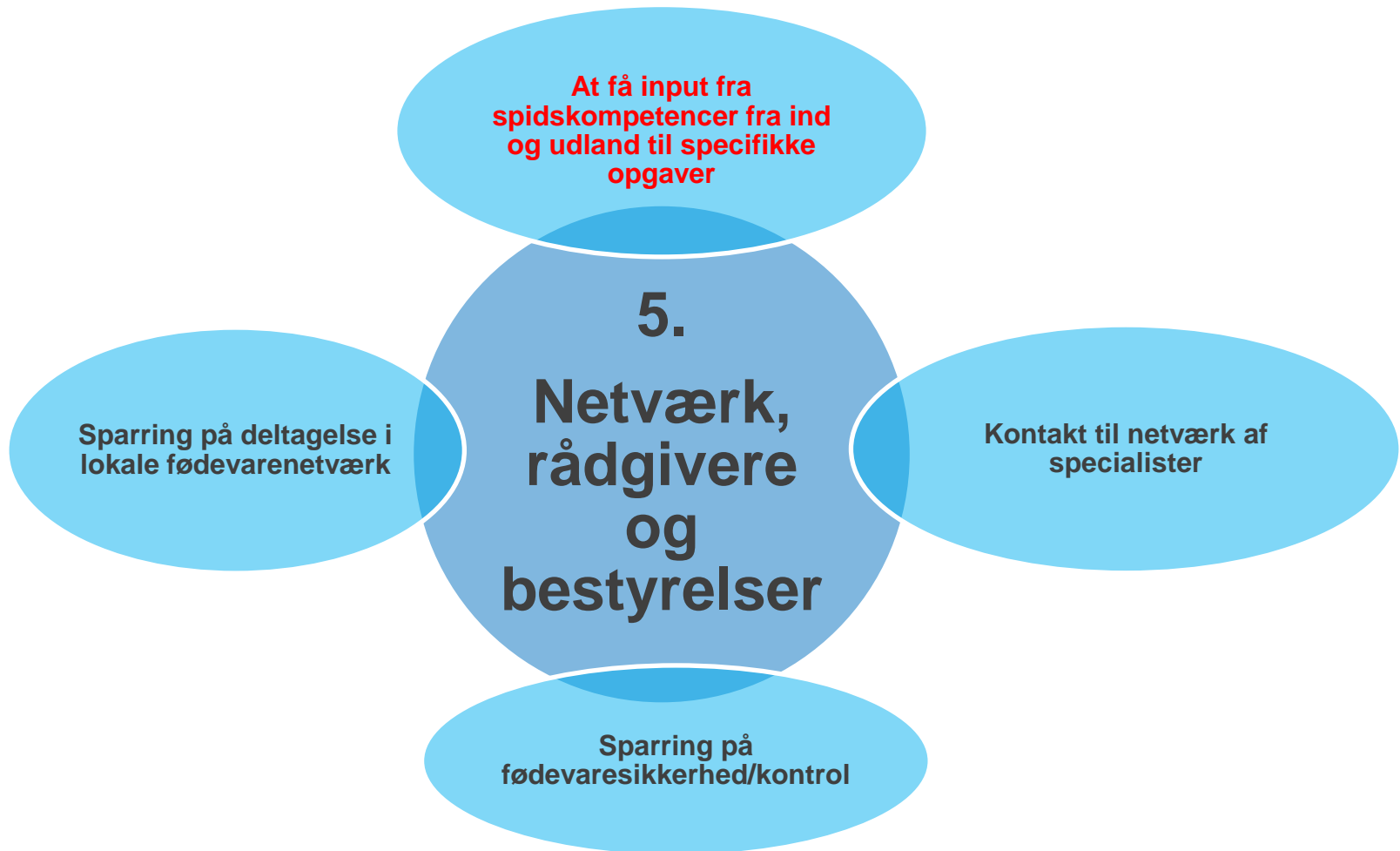
Værdi tilvæksterens behov



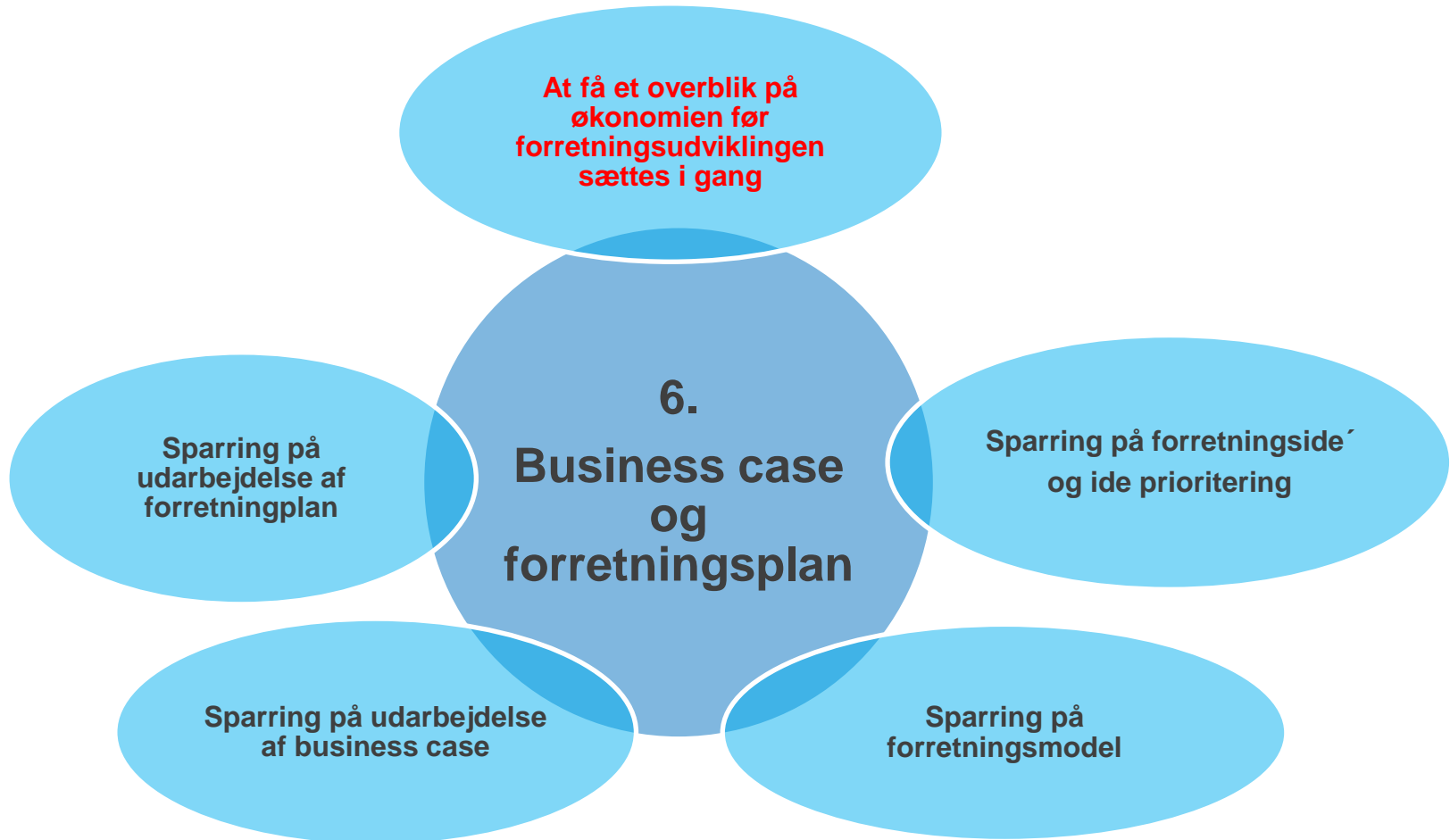
Værdi tilvæksterens behov



Værdi tilvæksterens behov



Værdi tilvæksterens behov

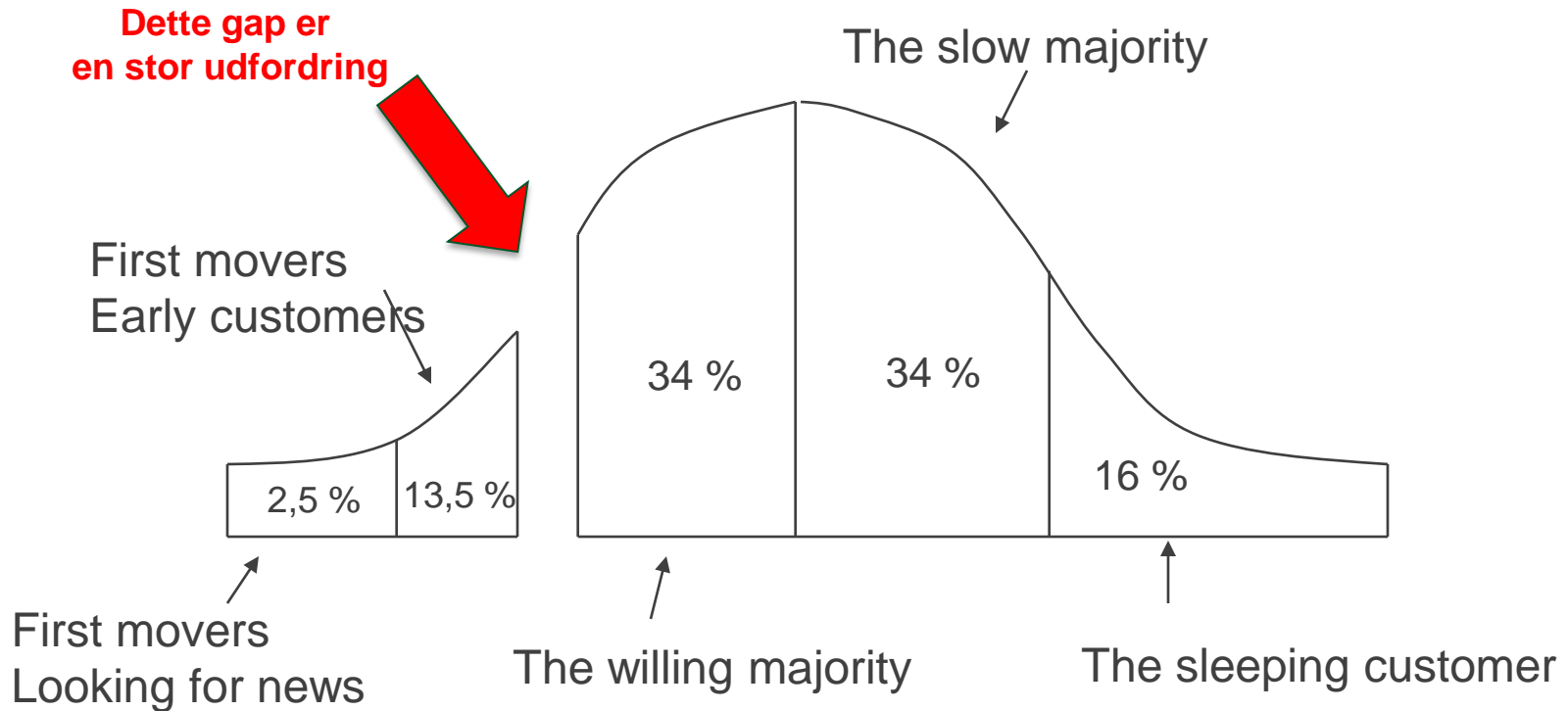


Værditilvækstere har ikke selv fokus på

- Nicheproduktets kvalitet har en højere markedsværdi
- Markedskræfter – muligheder og udfordringer
- Markedsorienteret produktudvikling
- Salg
- Markedsføring
- På forhånd helt at vide hvad de vil sælge/hvad de tilbyder
- Hvilke produkter der sælger/giver overskud og hvilke der ikke gør
- På forhånd at udarbejde business case og forretningsplan

Værditilvækst

Udfordring – fra first mover til hele markedet





DLBR Virksomheden

Hvilket fokus har DLBR virksomheden på værditilvækstere i dag og hvordan skal det være på sigt?

Hvilke forventninger har DLBR Virksomheden til projektet i at understøtte DLBR virksomhedens udvikling på området?