

				 Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)		
Tiltag	BESKRIVELSE	ANSVARLIG	RESSOURCE	TIDSPLAN		
1. Effekt og evaluering	Der drages konklusioner og evalueres løbende på erfaringer fra netværksgruppe, fokusgrupper, DLBR informationsmøder, erfaland.dk, LinkedIn, internt VFL. Statements produceres og bruges på landbrugsinfo.dk, ligesom relevante/GODE historier tilbydes diverse medier(vurderes fra gang til gang) Dokumentationen bruges desuden i projektafrapportering og i produktmateriale fremover	MRJ / Kommunikation	Redaktionsgruppe Kommunikation: 1/2 T/ statement 8 T / historie			
2. Ambassadører/ Fokusgrupper	Er etableret og skal inddrages ved udvikling af evt. nye produkter samt teste eksisterende. Statements fra gruppens medlemmer uddrages og bruges i markedsføringsmateriale af budskabet Debatforum oprettes på erfaland.dk (se tiltag 6), hvorfra der opfordres til erfaringsudveksling og præsenteres nye produkter Der følges op på interessetilkendegivelser fra Agromek og personer herfra inviteres til deltagelse i fokusgrupper/netværksgrupper	MRJ				
3. Netværksgruppe for banker, landmænd (evaluering)	Netværksgruppe: Gruppe med max 15 deltagere etableres og der køres kampagne vha. artikel i Landbrugsavisen og på Finansrådets hjemmeside for nødvendigheden af gensidig forståelse / nytteværdi. Der reklameres for netværksgruppen vha. bannerreklame på landbrugsavisen.dk (inkl. statement fra landmand) Gruppen bruges også som testgruppe på redskaber/værktøjer udviklet til økonomistyring hvis relevant.	MRJ	Se fællesplan og fælles udgivelsesplan			

Tiltag	BESKRIVELSE	ANSVARLIG	RESSOURCE	TIDSPLAN		
4. Markedsføring af målrettet økonomistyring	Til udlevering: Folder med oversigt produkter og muligheden for målrettet rådgivning (bl.a. til udlevering på økonomikonferencen og Agromek) samt QR koder til relevante sider på landbrugsinfo.dk Luksus produktkatalog: Produktblade til luksusmappe (til brug for Virksomhedsrådgivere og Værditilvækst) Elektronisk materiale : 1 video og præsentationsmateriale tilrettet tablet/PCer. Video præsenteres bl.a. på Agromek og Økonomikonference (se Fællesplan) ØogV's Nyhedsbrev: synliggørelse af relevante produkter og budskab samt invitation til: Informationsmøde: information om udvalgte produkter/budskabet: målrettet rådgivning (se fællesplan) LinkedIn: Produkter og budskab markedsføres overfor virksomhedsrådgivere og DLBR direktørerne i LinkedIn gruppe for virksomhedsrådgivere Intern involvering: Information om produkter på informationsmøder. VFL intranet: Det er vigtigt at målrette rådgivningen til den enkelte virksomhed (opfordring til debat)	MRJ/Kommunikation	Se Fællesplan			
5. Facebook	I forbindelse med artikler i Landbrugsavisen lægges op til debat - evt. på deres Facebook side. Du har ret til at stille krav! (se fælles udgivelsesplan)	Kommunikation	Se Fælles udgivelsesplan			
6. Erfaland.dk	Det påtænkes, at der laves fælles økonomisystem platform, som interesserede logger sig på. For at give mulighed for interaktion og øge synligheden for denne platform overfor ikke involverede, bruges erfaland.dk som blog, hvor brugere af platformen kan udveksle erfaringer, give gode råd osv..	MRJ	Udarbejdelse af strategi ca 8 T Gennemførelse, sikre aktivitetsniveau 1T/uge			
7. Præsentation af redskaber/værktøjer tilpasset tablet/PC	Relevante værktøjer / redskaber udarbejdes til præsentation på tablet / Pcer. Hvis relevant introduceres produktet via informationsvideo (se fællesplan). Korte, stramme præsentationer, så overblik og interesse bevares. Stort brug af grafer, diagram osv. Salgsargumenter inddrages som skjult tekst til rådgiver. Præsentation lægges på landbrugsinfo.dk inkl. salgsargumenter. Video: med budskabet målrettet økonomistyring produceres og bruges bl.a. af rådgivere, facebook, netværks- og fokusgrupper osv. Eksempel på værktøj: Samtaleark(?) Budskabet: målrettet økonomistyring SE FÆLLESPLAN	MRJ/IVD/Kommunikation	Se Fællesplan			

Tiltag	BESKRIVELSE	ANSVARLIG	RESSOURCE	TIDSPLAN		
8. Produktfolder Hovedbudskab: målrettet økonomistyring	Til udlevering på messer, kongres, agromek, markvandring via bl.a. Plante, DLBR informationsmøder. Overskuelig oversigt (punktform - grafisk understøttet) over relevante produkter, QR kode til aktuelle sider på landbrugsinfo.dk med nærmere beskrivelse Statements	MRJ/Kommunikation	Priseksempel magasin: 1000 stk. A4, 8 sider (inkl. Tekstproduktion, produktionsstyring, tryk, stockfotos) Kr. 23.000 (forudsætter overblik over struktur) Dertil kommer: Tidsforbrug projektmedarbejder Marketing: ca. 8T			
9. Præsentationsmateriale	Essensen af produktkatalog og med hovedbudskab: målrettet økonomistyring indarbejdes i samlet præsentationsmateriale, der kan bruges af andre (bl.a. virksomhedsrådgivere, projektledere) Tilpasses tablet og PC iht. Fællesplan Lægges på landbrugsinfo.dk	MRJ/Kommunikation	Projektmedarbejder: ca. 16T Kommunikation (struktur, tekst) Ca. 8T			
10. Diverse in- og eksterne møder afholdt af andre (roadshows?)	Målrettet økonomistyring sættes på dagsorden iht. aftale med mødefacilitator, og folder udleveres til deltagere. Møderne kan være i VFL, DLBR eller andet regi - bl.a. fokus på deltidslandmænd (EVG arrangementer). Der opfordres til deltagelse i møder hos DLBR direktørerne via Ø+Vs nyhedsbrev og internt VFL via intranet. Personlig kontakt	MRJ, EVG og andre	Udarbejdelse af liste med relevante møder Materiale til møderne: Præsentation (se tiltag 9) Produktfolder med hovedbudskab (se tiltag 8)			
11. Landbrugsinfo.dk	Da Økonomistyring er "et miks" af mange forskellige tiltag, er det essentielt, at landbrugsinfo.dk skaber overblik og sammenhæng. Derfor skal der arbejdes med struktur og grafik, der underbygger dette og hjælper brugeren med hurtigt at kunne finde de forskellige redskaber/værktøjer. Arbejdet med dette vil også skabe større overskuelighed mht. udarbejdelse af andet materiale bl.a. til Virksomhedsrådgivernes produktkatalog.	JBW, MRJ, LK, NVK	Vækst og Merværdi regi			
Historier	Fælles udgivelsesplan	MRJ/Kommunikation				