

Spændende netværksdag hos Aarstiderne

En koncentreret gruppe af virksomhedsrådgivere var i primo november samlet til en netværksdag, der både gav deltagerne en faglig opdatering og et unikt indblik i Aarstiderne som virksomhed



Promilleafgiftsfonden for landbrug



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development'

Barritskov ved Vejle Fjord lagde den 4. november lokaler til en intens og udbytterig dag for de fremmødte virksomhedsrådgivere fra uddannelsens første hold. Netværksdagen havde til formål at give deltagerne en introduktion til nye rådgivningsmetoder, faglige værktøjer og deling af viden.

Blev skarpe på forretningsmodellen

En forretningsmodel beskriver den måde, en virksomhed skaber, leverer og fastholder værdi – og det blev deltagerne helt skarpe i, inden dagen var omme.

Christian Nielsen, Ph.d. og professor i forretningsmodeller fra Aalborg Universitet startede lektionen med at give virksomhedsrådgiverne en detaljeret indførelse i forretningsmodellens ni byggesten heriblandt virksomhedens værditilbud, kerneressourcer, kundeforhold og omkostnings- og omsætningsstruktur. I den anledning forklarede Christian Nielsen, at man kan dele driften af en virksomhed ind i tre kategorier.

"Jeg kan se, at jeg kan
bruge udbyttet af
netværksdagen i min
dagligdag."

De discipliner, der er rare at have, men som ikke er nødvendige (markedsføring), dem, der er sandsynlige (økonomistyring), eller dem, som er direkte uundværlige (en forretningsmodel og viden). Derudover forklarede han, at en forretningsmodel handler om at skabe værdi, men at værdi ikke kun er kroner og ører. Værdien afhænger i høj grad af konteksten. I præsentationen af forretningsmodellen og dens ni byggesten, samlet set kaldet forretningsmodel kanvasset, lagde Christian Nielsen vægt på, at kanvasset skaber et fællessprog og en fælles forståelse, når man taler strategi og forretningsudvikling.

Scenarieanalyse

Som et helt nyt element blev virksomhedsrådgiverne også præsenteret for værktøjet scenarie-analyse. En scenarieanalyse er en strategi, som indebærer en vurdering af forskellige potentielle fremtidige begivenheder. Ifølge Christian Nielsen finder scenarier sted på tre niveauer: På makroniveau hvor samfundsmæssige trends vurderes i Pest-analysen. På mesoniveau hvor trends i nærmarkedet visualiseres i Porters Five Forces. Og sidst men ikke mindst på mikroniveau hvor man dykker ned i potentialerne i udviklingen af virksomheden i arbejdet med forretningsmodel kanvasset.

Aarstiderne – et stærkt brand

Med udgangspunkt i Aarstiderne som case blev det efter Christian Nielsens oplæg virksomhedsrådgivernes tur til at udfylde kanvasset på baggrund af den information, de havde fået om Aarstiderne tidligere. Inden det faglige oplæg havde Svend Daverkosen fra Aarstiderne nemlig præsenteret virksomheden og blandt andet fortalt om de meget populære måltidskasser, som Aarstiderne for nyligt har indført. Måltidskasserne består af en kasse med frugt og grønt samt en dertilhørende kølekasse med kød svarende til tre, fire eller fem måltider alt efter kassens størrelse. I kassen ligger derudover et nyhedsbrev med op-skrifter og inspiration til madlavningen.

Pakkelsen har vist sig at være en stor succes, og med måltidskasserne har Aarstiderne åbnet op for et meget større marked, end de tidligere har haft adgang til. Måltidskasserne vil på sigt blive udvidet med en glutenfri variant, og netop denne ide er kommet af Aarstidernes stærke kundeforhold. Virksomheden har oparbejdet en stor kundeindsigt, som har sikret dem et nærværende og vedvarende forhold til deres kunder, hvilket deltagerne fremhævede i deres udfyldelse af kanvasset. Samtidig fremhævede de, at Aarstiderne rent værdimæssigt er et sikkert valg af kvalitet, og samlet set er virksomhedens stærke brand et af Aarstidernes kerneressourcer.

"I fremtiden skal vi være eksperter i virksomhedsrådgivning"

Formålet med at bruge Aarstiderne som case var, at den enkelte deltager fik mulighed for at komme rundt om hele virksomheden i samarbejde med andre virksomhedsrådgivere, og dermed blive i stand til at bruge hele eller dele af forretningsmodellen på egne kunder.

Generelt var deltagerne positive over for net-værksdagen, da de kunne sætte udbyttet af det faglige indlæg og arbejdet med forretningsmodel-len i relation til deres egen hverdag:

"Det giver et ekstra og realitetsnært perspektiv på teorien om forretningsmodellen at komme ud og opleve casen for efterfølgende at arbejde med den i fællesskab. Jeg kan se, at jeg kan bruge udbyttet af netværksdagen i min dagligdag," fortæller Søren Elnegaard fra Jysk Landbrugsrådgivning. Han er tilfreds med uddannelsen til Virksomhedsrådgiver, som han blev færdig med i foråret.

"Jeg er blevet bedre til at stille de kritiske spørgsmål til kunderne og udfordre dem," fortæller han og uddyber:

"Jeg sikrer, at kunden er med hele vejen, og jeg ved, hvad der er vigtigst for kunden. Samtidig er jeg blevet mere skarp på, hvor der skal sættes ind, så jeg sikrer, at det, landmanden sætter i værk, faktisk giver et afkast."

Søren Elnegaard ser virksomhedsrådgivning som vejen frem for rådgivningsvirksomhederne, da der i fremtiden vil blive stillet stadigt større krav til konsulenterne.

"Strukturudviklingen gør, at vi i fremtiden skal være eksperter i strategi og forretningsudvikling. Vi skal kunne bruge værktøjerne i praksis og hjælpe landmændene med at vælge til og fra i forhold til deres virksomhed," udtaler han afslutningsvis.