

# Forberedelse

**Inden et kundemøde kan det være en fordel at undersøge, hvilket fokus kunden har, og hvilke områder og emner der er vigtige.**

Forberedelsen skal give dig en grundlæggende viden om virksomheden og den økonomiske situation, hvilket giver dig et unikt forspring og gør dig i stand til at møde kunden velforberedt og med det rette fokus. Dermed fremstår du professionel og proaktiv i kundens øjne.

## Værktøjer

Der findes en lang række værktøjer og data, der kan anvendes.

Tjeklisten nedenfor giver dig et samlet overblik og gør det muligt at finde det rigtige værktøj.

## Tidsforbrug

Alt efter kompleksitet og størrelse af den virksomhed du skal besøge, skal du regne med cirka 1-2 timers forberedelse.

Produkt	Hvad kan produktet anvendes til?	Hvordan eller hvor findes produktet?
Årsrapport, driftsgrensanalyser og benchmarking	Overblik over bedriftens økonomiske situation, produktionsomfang mv.	Ø90 og i landmandens mappe
Budget	Bedriftens planer for indeværende år, likviditet og investeringsplaner	Ø90 og i landmandens mappe
Strategirapport Dynamisk Strategi	Vision og langsigtede mål	I landmandens mappe
Rød, gul, grøn kunde Kundesegmentering på basis af økonomidatabasen – siger noget om, hvad du kan forvente, at virksomhedens fokus er	Dine kunder inddeles i grupper ud fra udvalgte kriterier – fx gæld og indtjeningsevne. Det giver dig overblik over fordelingen af kunderne og dermed mulighed for at målrette indsatsen	Læs mere på LandbrugsInfo under Virksomhedsrådgivning Udtræk bestilles hos Arne Oksen(aro@vfl.dk)
Targitudtræk fra kontorløsningen	Udtrækket kan fortælle dig noget om, hvilke rådgivningsydelser kunden har købt, og hvilken omsætning kunden generer hos jer	Den targitansvarlige i virksomheden laver udtrækkene
Spørg kollegerne og andre samarbejdspartnere (produktionsrådgivning, økonomistyring, handelsrådgivning, ledelse og management)	Kvalificering af det indtryk du får via de tilgængelige data	I din egen organisation og netværk
Første udgave af interessentanalysen	Overblik over samarbejds- og handelspartnere som har indflydelse på bedriften	Tom skabelon findes på LandbrugsInfo under Virksomhedsrådgivning



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)

# Uddybning

Som virksomhedsrådgiver kan du møde kunden i flere forskellige roller – ekspert, driver, facilitator og coach. Din forberedelse til mødet med kunden skal afspejle den rolle, du skal have på mødet og i den videre proces. Forberedelsen skal sikre, at du opnår en god relation til kunden, og at det fremtidige samarbejde baseres på gensidig tillid.

## Rollerne blandes i praksis - forventningsafstemning om roller er afgørende

<b>Ekspert</b>	<b>Driver</b>
Værdiskabelse for klienten	Værdiskabelse for klienten
Faglighed og erfaring med et specifikt emne (f.eks. gådråd og risikostyring)	Fremdrift og energi i projektet omkring forandringen
<b>Rolle</b>	<b>Rolle</b>
Undersøge og analysere sig frem til den 'objektive sandhed'. Fremlægge de rigtige løsninger	Projektledelse, scoping, planlægning, organisering, kommunikation og interessent- og risikohåndtering. Mødeledelse, motivation, ressourcestyring og sikring af kvalitet og rettidige beslutninger etc.
<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>
Stort medansvar for at 'det rigtige gøres'. Klienten vil med god ret kunne pege på eksperten og sige, at det var dennes ansvar. Intet ansvar for realiseringen af forandringen	Ansvar for at 'det gøres effektivt', og opgaven løses inden for den aftalte ramme – tid, kvalitet og ressourcer. Ansvar for interessenternes tilfredshed

<b>Facilitator</b>	<b>Coach</b>
Værdiskabelse for klienten	Værdiskabelse for klienten
Faglighed og erfaring med et specifikt emne (f.eks. gådråd og risikostyring)	Refleksion omkring personlige udfordringer og svære valg samt at finde egne praktisable svar og løsninger
<b>Rolle</b>	<b>Rolle</b>
Undersøge og analysere sig frem til den rigtige fremgangsmåde. Iscenesætte processen.	Observere og lytte samt spørge til centrale/svære udfordringer – ingen svar. Overblik og sikring af at samtalen/forløbet styres i den rigtige retning
<b>Ansvar</b>	<b>Ansvar</b>
Lille eller intet ansvar for den endelige løsning. Klienten har selv givet indholdet til løsningen. Stort ansvar for forankringen af løsningen og at "det gøres rigtigt"	Sikre at samtalen er ligeværdig. Ansvar for at fokuspersonen når længere, end denne ville have nået alene. Opfølgning på mål og aftaler

DEC 13

**Support**  
Specialkonsulent  
Søren Svendgaard  
ssv@vfl.dk / 870 5039