

Dynamisk Strategi

Fokusgruppe Dynamisk Strategi

d. 7. november 2011



Det Europæiske Fællesskab og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet.



Resultater

Resultaterne er inddelt i en række konklusioner, der vedrører følgende:

1. Formål og program
2. Status for udviklingssamarbejdet
3. At arbejde og sætte det op i skabelonerne
4. Fælles erfaringsudveksling
5. Dynamisk strategi
6. Udbytte af Dynamisk strategi
7. Hvordan sælger du Dynamisk Strategi til din kollega
8. Effektmåling
9. Oprettelse af en fast ekspertgruppe – Strategi
10. Eventuelt og afslutning

1. Formål og program

Formålet er at finde frem til, hvordan produktet kan tilpasses de sidste to måneder inden projektets udløb den 31. december 2011. Der vil blive taget udgangspunkt i de erfaringer, der er høstet fra besøgene hos landmændene.

2. Status for udviklingssamarbejdet

Der skal udarbejdes artikler til fælles markedsføring af Dynamisk Strategi. Deltagerne i fokusgruppen forfatter hver en artikel.

Troels Grønbæk, Videncentret vil gerne hjælpe og kan interviewe via telefonen og efterfølgende skrive artiklen.

Mike, Lene, Anette, Erik og Hans vil gerne ringes op af Troels Grønbæk. Trine skriver selv artiklen.

William sørger for, at der bliver aftalt tidspunkter for interviewene.

Artiklerne skal være skrevet før 31. december 2011, og de vil derefter komme i medierne løbende.

Der var følgende forslag til Medier:

LandbrugsAvisen

Landbrug Øst og Lynbrug Nyt (lokale blade)

LandboNord (lokalt blad)

Fagbladene – Svin, Kvæg og Planteproduktion (NB! De har deadline i november)

Effektivt landbrug

Derudover skal der leveres en til to eksempler på strategi til hjemmesiden. Eksemplerne skal anonymiseret. Landmanden skal efter anonymisering sige ok til, at eksemplerne må publiceres på hjemmesiden.

Projektet tilbyder at samarbejdet afsluttes med en proces i hver DBLR virksomhed der sætter dem i stand til at håndtere de mest oplagte barrierer og hermed forretningsgøre Dynamisk Strategi.



3. At arbejde og sætte det op i skabelonerne

DropMind

Hvis der er interesse for programmet, vil licens til programmet kunne købes til 200 kr. pr. år. Der kan herefter laves skabeloner, som er nemme at arbejde i.

Power Point

Der var følgende forslag til forbedringer:

Virksomhedsbeskrivelse og strategisk kompetencekort:

- "Kasser" må gerne have "runde hjørner"
- Meget gerne baggrundsfarve på, så forskellen mellem de to strategikort fremstår tydeligere
- Strategikortene må gerne kunne udskrives på A3

Omslaget:

- Plads til navn og adresse på forsiden
- Der skal være mulighed for at sætte dato på
- Gerne mulighed for at sætte logo på DLBR-virksomheden – samt konsulentens navn på bagsiden
- Der kan også på bagsiden skrives om fordele og udbytte ved udvalgte emner fra strategikortene
- På indersiden af omslaget kan der skrives en logbog om procesforløbet

Brugen af backoffice?

1. Flere benytter backoffice. Det er vigtigt, at den der hjælper med at skrive strategikortene har den faglige forståelse og samtidig opnås der en god sparring
2. Flere skriver strategikortene selv, det medfører en god proces, når der arbejdes med at udfylde strategikortene
3. Andre har en assistent med til møderne hos landmanden. Assistenten udfylder strategikortene kort efter mødet og hurtig udsendelse sikres.

Det er vigtigt at få skrevet strategikortene hurtigst muligt efter mødet for at detaljerne ikke går tabt.

4. Fælles erfaringsudveksling

Der var enighed om, at det er bedst, at der er to konsulenter med til mødet hos landmanden.

En af udfordringerne under mødet er ikke at falde i konsulentrollen, hvor der rådgiver og kommer med løsninger i stedet for at styrre processen.

Møderne kan ofte være komplekse, da der kommer vidt omkring, såsom forretning og menneskelige udfordringer.

5. Dynamisk Strategi

Hvor er der behov for forbedringer og tilrettelser

NN

- Kan virksomhedskortet til dels forudfyldes og dermed spare tid?



Forslag: Udfyld på PC undervejs?

- Artikler: Forholde sig til pris, produkt, anvendelse
- Fokus på spørgeteknik. Spørgsmål
- Processerne kan ikke afkortes – guldgrube kommer ofte sent i processen
- Tidsfaktor stor udfordring. Inkl. billeder, kørsel, modellering, forberedelse og aftaler
- Udfordring: Hvornår er jeg konsulent, hvornår er jeg coach?
- Lyt, lyt, lyt
- Omverdensanalyse ind i visionsafdækning

NN

Størst effekt:

- Det er til sidst i forløbet af det første møde, at jeg/vi har oplevet størst effekt. Dvs. landmanden får tænkt nogle tanker

Udfordring:

- Det forhold ikke at være konsulent men styre et procesforløb og tidsfaktoren, at nå det inden for den aftalte tid

Vision:

Bundlinje:

- Kan godt se at det vil være en fordel med en strategi før end der arbejdes på tiltag ved bundlinjen
- Er meget overbevidst om at det kræver 2 personer ved begge møder

Skabeloner:

- Det er væsentligt med flot layout, hvorfor det er vigtigt at arbejde med "lette" skabeloner

NN

- Visionsafdækning er lidt tynd eller rettere svær at få ned på realistisk niveau efter spørgsmålene, der er udsendt
- Dynamik for ejendomsbeskrivelserne til mål – vision kan måske forbedres. Det er svært at synliggøre før -> efter
- To personer er vigtigt
- Processer: Omverdensanalyse er redskab til at se, om visionen er holdbar
- Godt med synliggørelse af effekt – men regn ikke for optimistisk – det er noget man bliver holdt op på

NN

Layout:

- Forside - navn og adresse på kunde
- Bundfarve osv. Aftalt på mødet
- "Kursus" i brugen af DropMind – og fif til PowerPoint meget vigtig for nye brugere af produktet
- Indfør logbog på næst bagerste side over procesforløb

Procesforløb:

- 2 konsulenter er vigtigt for at holde processen. Ingen forstyrrende tastninger på pc.
- Pris: 15 timer = 2 konsulenter x 2,5 timer + 2 møder + 5 timer skriverier

Effektmål:

- Skal bruges og udfyldes. Overdrages i handlingsplanerne og udfyldes her

Omverdensanalyse:



- Skal indgå i processen med udvælgelse af 3-4 væsentligste områder. Brug evt. "konsulenthatten"

I forbindelse med produkter:

- Kan bruges i "Din bundlinje nu", benchmarking, regnskabsaflevering, hvis prioritet

Særskilt produkt:

- Bedst – skaber for kunden ejerskab og mersalg til kontoret

Web-siden:

- Slet filmene – tilret mødebekræftelse og dagsorden

NN

- Layout – brug baggrundsfarve og runde kasser. Jeg selv vil positivt overveje at bruge alternativet i PowerPoint
- A3-udskrift af de to første sider.
- Layout på Dynamisk Strategi – brug de blanke sider som vi beskrev
- Vi skal være 2 personer – 10.000-15.000 kr.
- Omverdenen er en rigtig faktor som bør indgå nok mere styret
- Effekt er en utroligt vigtig faktor

Kan det laves på 12 timer? Hvordan?

Pr. 1. januar 2012 skal der betales for produktet Dynamisk Strategi. 15 timer bliver omdrejningspunktet og prisen bliver ca. 10-15.000 kr.

Prisen signalerer produktets seriøsitet og der skal fokus på, at landmanden ved at købe produktet kommer på forkant.

Derudover giver det afsmittende virkning og tilgang af ekstra opgaver.

Målgruppen for produktet er landmænd, der enten har brug for udvikling eller optimering.

Det er vigtigt, at der er en pause mellem første møde og andet møde.

Arbejdet med visionen sætter en foreløbig platform, og der kan vælges en ny vision efter fx to år.

Det er godt, at landmanden har fået produktbladene vedr. omverdensanalyse i god tid forud for mødet, så der er tid til at gøre sig nogle tanker. Der vælges tre emner ud.

Materialet til forberedelse medfører, at de får tænkt over tingene og ofte tænker stort.

Det er vigtigt, at landmanden tilpasser sig omverdenen og ser nye muligheder. Det er godt at få det tænkt ind i strategien. Det kan også anbefales at bruge SWOT-analysen.

Det kan være en udfordring at styre processen efterfølgende. Landmændene siger, at det er godt at få snakket om det, man spørger om.

Folderen "omverdensanalyse" vil blive udbygget med flere ark.

Slet sidste punkt i materialet, er en stress faktor.

Dynamisk Strategi – Når der skal synliggøres bundlinjeeffekt



Der er lavet en ny tilpasset version til landmandens bundlinje, som ikke er afprøvet endnu. Den kan fx bruges til at finde indsatsområder, når handleplanen er udarbejdet og der kan sættes tal på, hvad det er muligt at nå.

Når den nye version er afprøvet, må der gerne ske tilbagemelding til William.

6. Udbytte af Dynamisk Strategi

Gennem en dialog fremkom følgende fokus. Udbyttet ved at få udarbejdet en strategi er på flere planer. Den strategiske afklaring giver ro og er med til at sikre at fokus og landmandens kompetencer bliver brugt på de rigtige områder.

Herudover er følgende kommentar opsamlet, når landmændene er blevet spurgt omkring deres udbytte af Dynamisk Strategi. Disse kommentarer var der bred enighed om.

- Overblik på få sider
- Supplerer årsrapporten over for eksterne interessenter ved at synliggøre veje til at nå det strategiske mål
- Hurtigere i gang med strategiarbejdet
- Letforståeligt overblik over komplekse sammenhænge mellem omverdenen og konsekvenserne for sin bedrift
- Værktøj til løbende opfølgning på de vigtigste punkter
- Kommunikationsredskab til kreditgivere, medarbejdere, ERFA-grupper m.v.

7. Hvordan sælger du Dynamisk Strategi

Der er behov for at kollegarene til ekspertbrugerne i Dynamisk Strategi er informeret om hvilket resultatet Dynamisk Strategi skaber. Unde dette kan de ikke sælge Dynamisk Strategi ind ved deres kunder. Der er behov for ledelsens opbakning til tiltag der fremme et bredt salg af Dynamisk Strategi. Tiltag kan være at ledelsen beslutter at hver driftsøkonomikonsulent finder en kunde som tilbydes et forløb, således resultatet synliggøres på nært hold. Et andet tiltag kunne være at ledelsen omtaler produktet og dens resultater i fælles forum. Et tredje tiltag kunne være at afsætte ressourcer af til intern og ekstern markedsføring af Dynamisk Strategi. Alle disse tiltag kan faciliteres af at udarbejde en forretningsplan som projektet udarbejder en skabelon til.

8. Effektmåling

Der vil blive foretaget en 360 graders evaluering af Dynamisk Strategi. Interview med ekspertbrugerne samt ca. 50 % af landmændene vil blive foretaget. Herudover ønskes input fra kollegaer til Ekspertbrugerne samt ledelsen på centret i det opfang der er mulighed for det.

9. Oprettelse af en fast ekspertgruppe - Strategi

Send et udkast rundt som de kan give sparing på. Der er stor interesse men om der er midler til deltagelse afhænger meget af prisen, effekten og hvordan den serveres for ledelsen.

Indhold på de første møder skal være en prioritering af spørgeteknik hvor evt. en udefra kan holde et indlæg. Herudover må opfølgning på Dynamisk Strategi behandles. Hvor hurtig, hvordan og hvilken tilgang foretages opfølgningen.



10. Eventuelt og afslutning

Ønske om at låne evt. få en roll up, som kan bruges i synliggørelse og markedsføring af Dynamisk Strategi