

Kernekunden i dag til rådgivning	
Deltidslandmænd	stor andel af Gefions kundeportefølje
Økonomikunder	ca. 2500 stk ud af ca. 3000 regnskabskunder
Generelt	2-300 potentielle rådgivningskunder på virksomhedsniveau
Traditionel kunde	stor aktiv masse, høj omsætning, kompleks
Plantekunden	kernekunden efterspørger primært serviceydelser
	Økonomi: ca. 85% af omsætning på serviceydelser og 15% på rådgivningsydelser
	efterspørger primært regnskab og noget driftsøkonomi
	den komplekse planteavl

Kerneydelser indenfor rådgivning	
Rådgiveren	profilen har meget stor andel i succes på at "sælge" rådgivning til kunden
Ko-vending	Turn-around
Benchmarking	Til at udfordre kunden, fastlægge mål, øge indtjening
LEAN	Oftest med baggrund i benchmarking at strømlinje kundens produktion
Værdiskabende rådgivning	Er lige startet op - fokus på at regnskabet er mere for kunden end blot en række tal
Strategi	Bruges meget, men det er ikke tilstrækkeligt synligt for kunden
Skattestrategi	
Tværfaglighed i huset	Kan helt sikkert blive bedre, men det er en kerneydelse
Proaktiv adfærd	Rådgiveren udfordrer kunden på de områder der kan stilles spørgsmål til
Dybt kendskab til kunden	Især på økonomisiden, mens vi mangler strategisk overblik på den enkelte ejendom
Årsrapporter & serviceydelser	
Skatteregnskab	
Planterådgivning	

Aktuelle kundebehov	
Økologi	Hele "pakken"
Kornbasen	Markedssiden
Farmsekretær	Serviceydelser i høj kvalitet giver ikke høj kundetilfredshed
Lønservice	Stærk fokus på pris på serviceydelser, men service ydelser er nøglen til at sælge rådgivning og bygge partnerskaber

Gefions unikke områder i forhold til kunden	
Landbrug med likviditetsproblemer Kornbasen Branchekendskab Produktionsrådgivning Rådgivningshuset Gefion Kundernes tilfredshed og loyalitet Landbrugsfaglig indsigt Planteavlslrådgivning Godt hold af faglige specialister Full line service og rådgivning Grundige regnskaber	<p>Gefion har opbygget et velfungerende rådgivningssetup til disse</p> <p>Fra Planterrådgivningen</p> <p>Sikrer samme sprog, fælles forståelse</p> <p>Fra Planterrådgivningen</p> <p>Mange kompetencer fordelt på mange fagområder indenfor landbruget</p> <p>Der konstateres en faldende loyalitet - især udmøntet i stærkt fokus på pris og mindre på Gefion som partner</p>

Konkurrenter på rådgivningen	
Naboforeninger Private rådgivere Revisorer udenfor DLBR	

Kernekunden i 2013 til virksomhedsrådgivning	
Komplekse kunder 50-200 komplekse kunder Erhvervsvirksomheder udenfor landbruget Unge nye landmænd Helkunder Heltidsbedrifter	<p>Har ansatte, flere forretningsområder, tænker forretningsudvikling</p> <p>Vi har ca. 250 fuldtidslandmænd plus ? antal deltidskunder med stærkt forretnings og markedsfokus</p> <p>De komplekse virksomheder</p> <p>Vi står overfor et stort generationsskifte</p> <p>Kunder der køber det hele hos Gefion</p>

Kerneydelser - virksomhedsrådgivningen i 2013	
Ejerskifte Netværk med eksterne specialister Rådgivning om ejerformer Bioenergi	<p>især fokus på de store ejendomme</p> <p>vi kan med fordel bruge en second opinion i store sager</p> <p>fokus på selskabsetablering og drift, bestyrelser</p> <p>synliggøre muligheder for landmanden i udnyttelse af alle produkter - med bundlinje for landmanden</p>

Risikoafdækning	
Råvarehandel	
Virksomhedsplaner - strategi	
Grundig indsigt i kunden	
Strategisk sparring	
Bundlinjefokus	udfordre kunden på hvad han vil og hvad han er god til/ikke god til
Opfølgning	
Serviceydelser	Vigtigt med konkurrencedygtige priser på serviceydelser, så vi får bedre mulighed for at sælge rådgivning ind

Aktuelle kundebehov i 2013	
Sparring på strategi	
Stort engagement	fra rådgiverens side
Individuel rådgivning	
Forventningsafstemning	

Gefions unikke områder i 2013	

Betalingsmodel i 2013	
Fastpris med time specificering	Kunden køber en pakke af foruddefinerede opgaver med en aftalt antal timer
Timebaseret	Kunden betaler for det han bruger
Fast pris	Der aftales en fastpris for Virksomhedsrådgivning til de 50-200 kunder til virksomhedsrådgivning Vigtigt med forventningsafstemning - der er fokus på merværdi for kunden og årlig evaluering af aftalen
Prisdifferentiering	Serviceydelser til lavere pris, "almindelige rådgivningsydelser til normal pris, specialistrådgivning til høj pris
Højere avance	

Konkurrenter -virksomhedsrådgivningen i 2013	
DLBR virksomheder	
Banker	foreslår nye "øjne" på landbrugsvirksomhederne via bankernes "samarbejdspartnere/venner"
Revisorer udenfor DLBR	

Målsætning for Virksomhedsrådgivning i 2013

Fastholde nogle kunder	Vi skal ikke miste de store/komplekse kunder
Mere salg - tværgående salg	
50 kunder har en strategi	Som vi har lavet via f.eks. Dynamisk strategi
Forpligtende forventningsafstemning	for alle helkunder
VIP-kunder	kunder til virksomhedsrådgivning føler sig som noget særligt
Større tillid	
Målrettet og eksklusivt	kundens opfattelse af virksomhedsrådgivning
Overskueligt, gennemførligt	Kunden skal straks kunne se meningen og udbyttet
"Nurse" kunderne	
Ud at snakke med kunderne	personlig kontakt skal dyrkes/udbygges
Segmentere kunderne og plante frø	Målrettet fokus på de kunder der har udbytte af virksomhedsrådgivning og vise disse merværdien
Strategi som udgangspunkt for dialog	Når vi kender kundens strategi, vil vi bedre kunne målrette rådgivningen hans behov og ønsker
Selvstændig / selv bærende ydelse	Virksomhedsrådgivning skal være et forretningsområde for Gefion der kan finansiere sig selv
Sætte det rigtige hold af rådgivere	i forhold til den enkelte kundes behov og ønsker
Synlighed af afkast/merværdi	Vi skal kunne synliggøre kundens merværdi ved virksomhedsrådgivning
Frigøre ressourcer	Gefion skal være klar til at frigøre ressourcer hos rådgiveren, så der kan tilbydes virksomhedsrådgivning
Intern udviklingsproces i Gefion	Den kundeansvarlige skal via det værdiskabende regnskabsmøde bl.a. afdække kundens strategiske behov
	Virksomhedsrådgiveren skal arbejde med strategisk sparring og forretningsudvikling af kundens samlede virksomhed, fastholde kunden og tilbyde alle Gefions produkter der kan bidrage med merværdi til kunden
	Virksomhedsrådgiveren skal sætte det interne hold af rådgivere omkring kunden i Gefion
	Virksomhedsrådgiveren skal arbejde tæt sammen med kunden, som kundens personlige sparringspartner
	Virksomhedsrådgivningen er en overbygning på det kunden køber i dag på virksomheds og strategisk niveau
	Virksomhedsrådgivning skal koble regnskab, budget og forretningsudvikling
	Virksomhedsrådgiveren skal sætte fokus på udviklingen fra "min kunde" til "vores kunde"
	Virksomhedsrådgiveren skal have fokus på implementering af de ydelser kunden har købt
	Virksomhedsrådgiveren skal kunne "købes" ind ad hoc til andre kunder af den kundeansvarlige
Værdiskabende salg	Virksomhedsrådgiveren skal have 100% fokus på rådgivning der giver kunden merværdi
2-4 Gefion Virksomhedsrådgivere	Der skal udarbejdes en business case på virksomhedsrådgivningens potentiale
Kundesegmentering	Segmentering ud fra gæld og indtjening sætter fokus på virksomhedsrådgiverens forskellige profiler

Handling - næste skridt	Input fra undertegnede
Kundesegmentering	Hvem er kunderne til virksomhedsrådgivning
Kundebehov	Hvilke behov har dette kundesegment hos Gefion - fokusgrupper
Produkter og ydelser	Hvilken rådgivningspalette vil vi opbygge omkring virksomhedsrådgivning
Business case	Hvilket potentiale er der i forretningsområdet for Gefion
Virksomhedsrådgiverens profil og opgaver	
Kompetenceafdækning	Hvilke kompetencer er vigtige for virksomhedsrådgiveren, hvilke har vi p.t. og hvilke skal vi have løftet
Organisering	Hvordan skal virksomhedsrådgivning organiseres - fuldtids/detids virksomhedsrådgiver
Prissætning/betalingsmodel	
Markedsføring	

Ivan Damgaard 11. august 2011

Den Europæiske Union ved Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet.