



# Løft Bundlinjen NU! - også et "supportprojekt"!

Projektledernetværk  
Videncentret for Landbrug  
21. november 2011

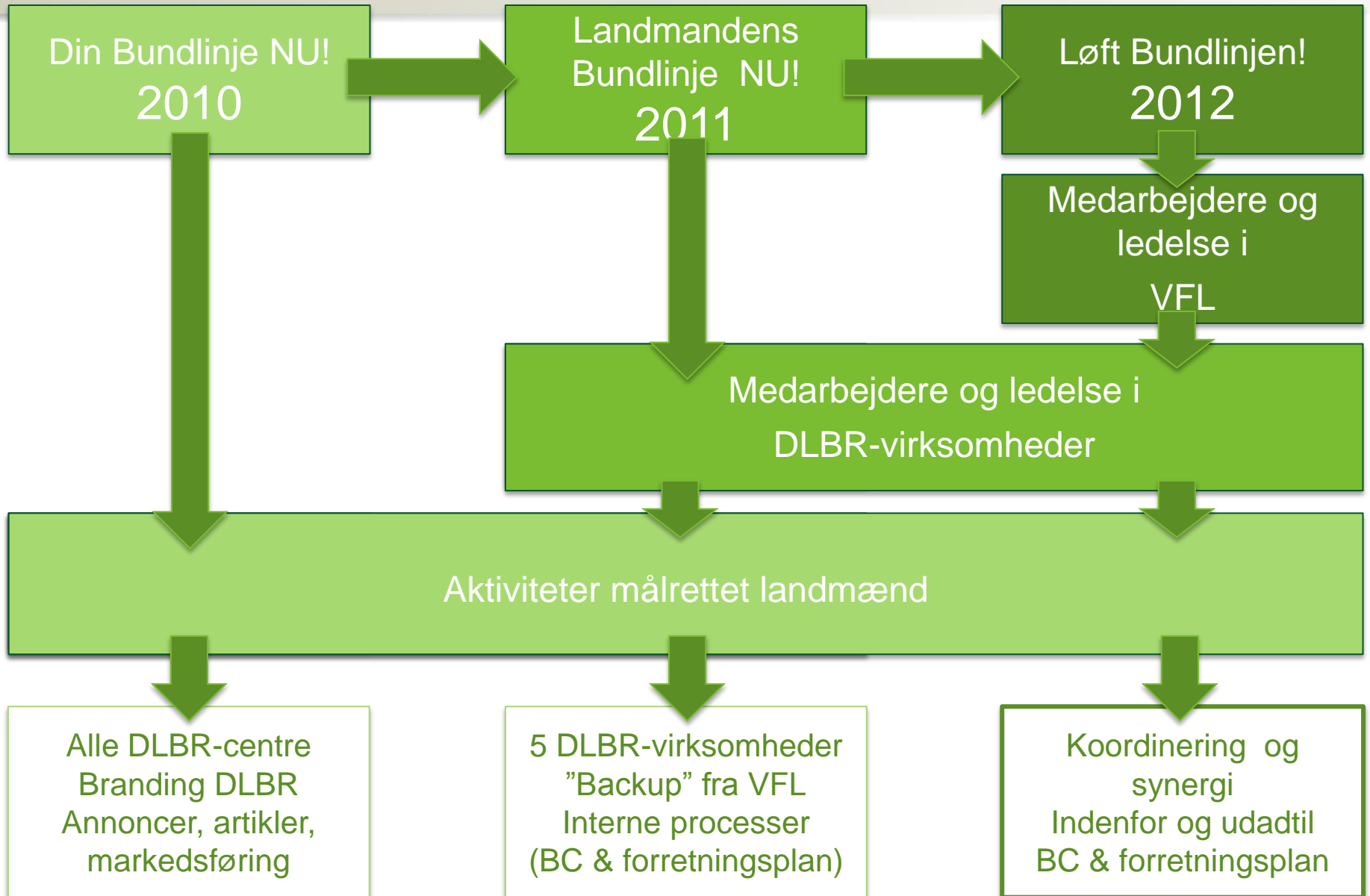


## Dagsorden

- Din Bundlinje NU! ↔ Landmandens Bundlinjen NU! ↔ Løft Bundlinjen
- LD-ansøgningen Løft Bundlinjen – proces og indhold
- ”Projektmesse” med årets projekt

# Kampagnen 2011 -2012

2011												2012									
	1/1	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6	1/7	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/1	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6	1/7	1/8	
DBNU	Evaluering • Kampagnes forløb • Effekt hos landmand Udvæining svin Fokus på resultat																				
LBNU DLBR	<b>Planlægning VFL</b> <b>LBNU</b> <b>Projektledere</b> • Demo af dynamiske ledelse af bedrifter • PIP m.m. kvæg • --- • ---				<b>Planlægning fortsat</b> <b>Kickoff-plan 10. maj</b> Målgruppe: Kampagneleder , markedsføringsansvarlige eg projektdeltagere <b>DLBR</b> Projektledere VFL • Sparring med kampagnelederne • Effektmål? • Skabeloner for rådgivning med effekt				Artikler fra indsatsen i DBNU-virksomhederne "løftes op" til national niveau  												
LBNU DLBR-virksomhed					<b>Planlægning (BC)</b> • Tilbuddet(ne) til landmanden • Ekstern Markedsføringsindsats • Interne processer og kompetencer • Intern markedsføring				<b>Kick-off:</b> DLBR-virksomheden	Virksomhedens kampagne gennemføres  <b>Rådgivningsforløb:</b>   <b>Faglig og økonomiske delelementer</b> • Egen indsats • I samarbejde på tvær af Virksomheder • Deltager i et projekt											
Landmanden Oplever													 								



## Deltagende centre

- LandboNord
  - Bundlinjetjek, Indvejning af svin
- LMO
  - Intern proces - optimering af planter/svin, tværfaglig budget
- Sønderjysk
  - SLF's egen Bundlinjematch – 1 - 4 - 13
- Østdansk Landbrugsrådgivning
  - Benchmarking → risikostyring, dynamisk strategi
- LRØ
  - Bundlinjetjek, rullende aktiviteter



## Leveranceplan

Landmandens Bundlinje NU!  
LandboNord<sup>a</sup>



Version 2

Dato  
1. sept. 2011

### Mål:

Planlagt og gennemført kampagne for rådgivning – med fokus på løft af bundlinje hos landmand og på centret. Planlagt og gennemført forløb om effekt af rådgivning med udgangspunkt i en aktivitet i kampagnen. En gruppe af landmænd er involveret i aktiviteten.

Opnået pr.: 31.12.2011

Dokumenteret: I forhold til krav ifølge leveranceaftale.

Leverance og aktiviteter		Ansvar/ backup <sup>b</sup>	Deadline	<input checked="" type="checkbox"/>	1.000 Kr.	vfl
1.	<b>Deltagelse i fælles møde om "Hvad er effekt?"</b> Tilbud fra backup: Forbedrende workshop til arbejdet i "effektgrupper"	EVG	07.09.11		5	5782
2.	<b>Kampagneplan.</b> Aktiviteter – internt og eksternt <sup>c</sup> . Ejerskab hos LandboNord's medarbejdere. Skal være godkendt i LandboNord's ledelse. Tilbud fra backup: Sparring på kampagneplanen. Planlægningsworkshop.	JEN	15.09.11		15	5782
3.	<b>Plan for "Effektgruppe"</b> med udgangspunkt i en aktivitet – fokus: økonomistyring - i kampagnen. Minimum to møder i Effektgruppen/grupperne. Tilbud fra backup: Deltagelse i planlægningsmøde. Deltagelse i møde i Effektgruppen.	MRJ EVG	01.10.11		5	5782
4.	<b>Materiale intern markedsføring</b> – sådan skaber LandboNord ejerskab blandt medarbejderne. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.	ASK	15.10.11		5	5782
5.	<b>Materiale eksternt markedsføring</b> – sådan fortæller LandboNord landmændene om indholdet i kampagnen - fra logo, over kuvertfyld til pressemeddelelser og artikler. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst.	ASK	15.10.11		5	5782
6.	<b>Erfaringerne fra 1. møde i "Effektgruppen"</b> Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG	01.11.11		7	5782
7.	<b>Ledelsens opfølgning</b> – tilbagemelding på kampagnen og dens forløb. Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen.	JEN	01.11.11		5	5782
8.	<b>Materiale eksternt markedsføring</b> – sådan fortæller LandboNord de gode historier fra aktiviteterne i kampagnen – pressemeddelelser, artikler m.m. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst. Artikler "opløftet" til landsdækkende.	ASK	15.11.11		5	5782
9.	<b>Erfaringerne fra 2. møde i "Effektgruppen"</b> Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG	10.12.11		8	5782
10.	<b>Ledelsens evaluering af kampagnen – og den forretning, der blev opnået og kan opnås. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?</b> Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Udarbejdelse af Business Case under deltagelse af "eksternt konsulent" <sup>d</sup> .	JEN	10.12.11		5	9712
11.	<b>Sådan gik det ... i 2011</b> Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.	JEN	15.12.11		10	5782



# Landmandens Bundlinje NU!

## LandboNord

- Din Bundlinje NU!

### Landmandens gevinst

#### Det oplever landmanden

Landmanden skal opleve, at der via en målrettet og fokuseret indsats på udvalgte områder på bedriften kan opnås et forbedret økonomisk resultat. En kvalificeret udvælgelse og prioritering af de enkelte indsatsområder, samt en tæt opfølgning vil være med til at sikre at målene nås.

Processen vil vare fra primo oktober 2011 til ultimo juni 2012.

#### Sådan måler vi effekten hos landmanden

Der udarbejdes en handlingsplan for hver aktivitet der inkluderer: Mål og delmål, aktiviteter, ansvarlig, potentiel gevinst og deadline.

Effekten baseres på en forventningsafstemning mellem rådgiverne og landmanden.

### Forretningspotentialet

#### Antallet af kunder

10 kunder fra Kvæg  
10 kunder fra Svin  
10 kunder fra Planteavl  
18 kunder fra Driftsøkonomi

Der kan være overlap blandt de udvalgte kunder, så der forventes mellem 20–48.

Kunderne forventes udvalgt inden d. 15. oktober 2011.

#### Salg pr. kunde

Det forventes at processen har en omsætning pr. kunde på omkring 20.000 kr. eller samlet mellem 400.000-960.000 kr. Alle ydelser afregnes efter tidsforbrug.

#### Andet

Målet for LandboNord er at øge indtjeningen hos vores kunder, og ad den vej skabe nogle succes historier der vil medvirke til at "Din Bundlinje NU!" kan sælges til flere kunder, end dem vi selv har udvalgt.

#### Aktiviteter mod landmanden

- Opstartsmøde med landmand og 2 konsulenter (driftsøkonomi- og fagkonsulent) - Udarbejdelse af strategi og handlingsplan, udpegning af mål og delmål med potentielle kroner
- Forventet 3 opfølgningsmøder.

#### Ledelsens fokus

1. Opbakning
2. Sikre ressourcer
3. Skabe motivation og synlighed
4. Synliggør vigtigheden af kampagnen internt i LandboNord.

#### Intern aktivitet

- Konsulenterne udvælger selv de kunder de skal arbejde med. Kriterier: Landmand er her om 5 år og har potentiale for at tjene mere
- Kick-off møde med mål og spilleregler
- Beskrivelse af proces hos landmanden (fx hvad skal være klart inden 1. møde)
- Alle dokumenter placeres i SharePoint under tværfaglig
- Intern opfølgning på proces hos kunder (Assistent/sekretær og tovholder følger op)
- Intern konkurrence med præmie på fx et weekendophold (evt. en dommer udefra).

#### Medarbejderudvikling via kampagnen

- Træning i systematisk kundetilgang
- Videndeling
- Indsigt i kundens motivation
- Tværfagligt samarbejde
- Mersalg
- Synlighed af effekt.

#### Markedsføring

- Indlæg på Årsmøde for Økonomi
- Kampagneplan på "Plænen"
- Artikel i "Mit LandboNord" – eventuelt som kunde case
- Orientering om aktiviteten i "Ambassadøren"
- Artikelserie i "Landbrug Nord"
- Artikel i "Landbrugsavisen"
- Hjemmesiden
- Mail gimmick

Kampagneleder Merete L. Andersen  
T: 9624 1884 E: mla@landbonord.dk

## Forretningspotentialiet

### Antallet af kunder

- 10 kunder fra Kvæg
- 10 kunder fra Svin
- 10 kunder fra Planteavl
- 18 kunder fra Driftsøkonomi

Der kan være overlap blandt de udvalgte kunder, så der forventes mellem 20 – 48.

Kunderne forventes udvalgt inden d. 15. oktober 2011.

### Salg pr. kunde

Det forventes at processen har en omsætning pr. kunde på omkring 20.000 kr. eller samlet mellem 400.000-960.000 kr. Alle ydelser afregnes efter tidsforbrug.

Bundlinje NU!

ord

ia en målrettet og fokuseret ind-  
iften kan opnås et forbedret øko-  
vælgelse og prioritering af de  
tæt opfølgning vil være med til at

er 2011 til ultimo juni 2012.

#### Landmanden

for hver aktivitet der inkluderer:  
lig, potentiel gevinst og deadline.

ogsafstemning mellem rådgiverne

#### Aktiviteter mod landmanden

- Opstartsmøde med landmand og 2 konsulenter (driftsøkonomi- og fagkonsulent) - Udarbejdelse af strategi og handlingsplan, udpegning af mål og delmål med potentielle kroner
- Forventet 3 opfølgingsmøder.

#### Ledelsens fokus

1. Opbakning
2. Sikre ressourcer
3. Skabe motivation og synlighed
4. Synliggør vigtigheden af kampagnen internt i LandboNord.

#### Intern aktivitet

- Konsulenterne udvælger selv de kunder de skal arbejde med.  
Kriterier: Landmand er her om 5 år og har potentiale for at tjene mere
- Kick-off møde med mål og spilleregler
- Beskrivelse af proces hos landmanden (fx hvad skal være klart inden 1. møde)

## Medarbejderudvikling via kampagnen

- Træning i systematisk kundetilgang
- Videndeling
- Indsigt i kundens motivation
- Tværfagligt samarbejde
- Mersalg
- Synlighed af effekt.



# VFL-leverancer

- Promillen
  - Videnssyntese
    - Effekt og mål af denne
    - Processer og metoder der skaber effekt
  - Dynamisk Strategi
    - Ledelse-ark
  - PIP
    - Konceptbeskrivelse af effektiv produktionsrådgivning
    - Kompetenceudvikling og planlægning
  - Andet
    - Følge implementering af viden og værktøjer
    - Temaside på landbrugsinfo.dk (lbnu.dlbrblog.dk)
  
- LD
  - Demo af implementering
  - Netværk for landmænd og rådgivere

Afsluttende workshop  
den 19. december

# Viden ↔ Bedriftspotentiale ↔ Erhvervspotentiale



**Viden**  
Projekt, der sandsynliggør  
bedriftspotentialet



**Bedriftspotentialet**  
Projekt, der demonstrerer  
bedriftspotentialet hos landmænd  
i samarbejde med udvalgte  
DLBR-virksomheder



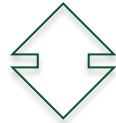
**Erhvervspotentialet**  
Projekt, der demonstrerer  
en god forretning for DLBR i  
at opnå bedriftspotentialet  
hos "alle" landmænd

# Løft Bundlinjen 2012

## Mål

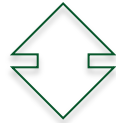
### Viden

Projekter der sandsynliggør  
bedriftspotentialt



### Bedriftspotentialt

Projekter der demonstrerer  
bedriftspotentialt  
hos udvalgte DLBR-virksomheder  
og landmænd



### Erhvervspotentialt

Projekter der demonstrerer  
en god forretning for DLBR i  
at opnå bedriftspotentialt  
hos "alle" landmænd

## Målgruppe

Medarbejdere og  
ledelse i

VFL



5720 - promiller

Medarbejdere og  
ledelse i  
DLBR-virksomheder



5730 - LD

Landmænd

5720 + 5730

**Eksterne lønomkostninger**

# Løft Bundlinjen og andre projekter

- ◆ Løft Bundlinjen er bl.a. et "support-projekt" og en platform som bidrager til at få tilrettelagt og gennemført VFL's projekter samt implementeret projektets resultater?
  - ◆ Virksomhedsrådgiver, Økologi, Økonomistyring, Deltidslandmænd, Planter har sammenhængende aktiviteter
  - ◆ Hvad med andre projekter?
- ◆ Fælles LD-ansøgningsprocedure ?
- ◆ Business case og Forretningsplan implementeret i projekterne i VFL og DLBR
- ◆ Forretningsforståelse hos medarbejdere i VFL og DLBR

## Projekter 2012 – Koordineret LD-ansøgningsprocedure

Skemaet viser de Promille-projekter, der skal søges LD-midler til.

Jeg vil gerne have at I sætter et + i kolonnen

- **DLBR**, hvis I forventer, at demonstrationer i projektet involverer medarbejdere i en DLBR-virksomhed
- **Løft**, hvis I vil anbefale projektlederen, at udnytte Løft Bundlinjen i gennemførelsen og dokumentation af projektet

Såfremt I ikke sætter et +, beder jer enten sætte? (uafklaret) eller ÷ (ikke relevant)



Projekter 2012 – Koordineret LD-ansøgningsprocedurer				
	Medfinansiering af initiativer under EU-programmer (LD)	1000. kr x 2	DLBR	Løft
DOM	Løft bundlinjen - skab forandringer og nå dine mål	2.550	+	+
TRB	Demonstration og formidling af de nyeste forskningsresultater fra KFC	2.500		
LEK	Forbedring af næringsstofudnyttelsen i planteproduktionen	2.135		
OLK	Operativ taktisk produktionsopfølgning på kvægbrug	2.100		
JAN	Forbedring af kultur- og maskintekniske dyrkningsprocesser	1.925		
PHP	Forbedring af anvendelsen af planteværnsmidler	1.900		
MHS	Forbedring af dyrkningsprocesser for korn, raps og bælgæd	1.350		
JBP	Optimering af planteproduktionen (demo-projekt)	1.330		
TRE	Landbruget og dets bygninger i landskabet	1.300		
KAN	Forbedring af dyrkningsprocesser i foderproduktionen	1.260		
RUT	Økonomisk robust fodring	1.250		
SHJ	Effektiv formidling af økonomiske analyser	1.200		
JPH	Målrettet rådgivning ved brug af kommunikationsteknologier - udvikling	1.000		
MUG	Økonomisk rentable produktionssystemer	1.000		
HBD	På vej mod nul arbejdsulykker	700		
UTJ	Arbejdsplanlægning på operationelt plan	625		
UTJ	Lean i kvægbruget	550		
MLA	Repromanagement	525		
OBE	Demonstration af ny viden til økologisk jordbrug	500		
HBH	Scenarier og Natur-, Miljø og landskabsfarmtest	500		
MKS	Fastlæggelse af værdien af krydsnings og impl. af Kombi-Kryds – UDVIK.	400		
MKS	Fastlæggelse af værdien af krydsnings og impl. af Kombi-Kryds - DEMO	300		
HBD	Børn & landbrug	110		
OLR	Bio-Methane Regions	100		





# Projektmesse

- Effektmål?
- Forretningen?
- Udviklingsprojekter
- Demoprojekter 2012
- Produkter klar til drift
- 6. februar 2012
- Ledergrupperne i DLBR

## Landmandens gevinst

### Gode klove – er god bundlinje og godt håndværk

Landmanden får minimeret antallet af klovlidelser. Det betyder lavere kodedelighed, større ydelse og et løft af bundlinje. Det er en tilfredsstillelse for landmanden og hans medarbejder når køerne har det godt og velfærd i besætningen er høj.

### Hvad kræver det?

For at landmand, rådgiver og dyrlæge kan udarbejde og følge op på en handlingsplan for bedre klovsundhed må de kende besætningens klovsundhedstilstand og de må kunne følge udviklingen over tid. Det betyder at landmand og klovbeskærer skal registrere klovdata.

### Hvordan måles effekten?

Den økonomiske gevinst er udregnet i to af de involverede besætninger og viste efter et halvt år et øget dækningsbidrag pr. årsko på 788 - 1.228 kr. ved nedsættelse af DD frekvensen. Tilsvarende beregninger kan gennemføres i andre besætninger.

## Forretningspotentialer i DLBR-virksomheden

### Antallet af kunder

Langt de fleste mælkeproducenter kan have gavn af at have fokus på klovsundheden. Udgangspunktet for en kampagne kunne være at nå 1/3 af kvægbrugerne med et rådgivningsforløb omkring forbedret klovsundhed.

### Salg pr. kunde

Et rådgivningsforløb vil betyde udarbejdelse af en handlingsplan for klovsundhed og opfølgning på denne. Det vil ofte ske i samarbejde med bedriftens dyrlæge. Med en KlovRisk gennemgang vil rådgiverens samlede tidsforbrug være 5-10 timer.

### Krydsalg og mersalg

Kvægrådgiveren vil på sit besøg have mulighed for mersalg af rådgivning af kvægfaglig karakter samt opfange signaler om behov for rådgivning fra andre af DLBR-virksomhedens afdelinger.

Et godt samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer kan betyde mersalg af kvægrådgivning via "ambassadørvirkning".

Tilbyder man sine kunder "Dynamisk Strategi" og lignende vil det være en oplagt mulighed for rådgiverne i dette rådgivningsforløb at gøre opmærksom på mulighederne for at forbedre klovsundheden.

## Rådgiverens kompetencer

- Dataforståelse, systematik og opfølgning
- Samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer
- Økonomisk indsigt og et godt samarbejde med bedriftens økonomiske rådgiver
- Dialog med driftsejere og medarbejdere

## Kom godt fra start

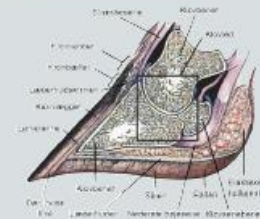
Lad Klovsundhed være en del af en kampagne i 2011. Udpeg en ansvarlig kvægrådgiver og driftsøkonomisk konsulent, involver evt. en dyrlæge.

Få lavet en plan for aktiviteten med mål og ressourcer.

Godkend mål og ressourcer i ledergruppen. Informerer om "Forbedret klovsundhed" til alle ansatte i rådgivningsvirksomheden. Gør det til et fælles mål at få solgt produktet til mælkeproducenterne.

## Hent mere viden

Faglig viden findes på: [www.sundklov.dk](http://www.sundklov.dk)



Læs også om Jysk Landbrugsrådgivnings erfaringer på <http://bnr.dlbrblog.dk/?p=34>

## Kontakt

Pia Nielsen T: 8740 5286 E: [ping@vfl.dk](mailto:ping@vfl.dk)



# Projektmesse

- Effektmål?
- Forretningen?
- Udviklingsprojekter
- Demoprojekt
- Produkter klar
- 6. februar 2011
- Ledergruppe

## Landmandens Bundlinje NU!

### Forbedret klov sundhed

#### Landmandens gevinst

**Gode klove – er god bundlinje og godt håndværk**  
 Landmanden får minimeret antallet af klovlidelser. Det betyder lavere kodelidelighed, større ydelse og et løft af bundlinje. Det er en tilfredsstillelse for landmanden og hans medarbejder når køerne har det godt og velfærden i besætningen er høj.

**Hvad kræver det?**  
 For at landmand, rådgiver og dyrlæge kan udarbejde og følge op på en handlingsplan for bedre klov sundhed må de kende besætningens klov sundhedstilstand og de må kunne følge udviklingen over tid. Det betyder at landmand og klovbeskærers skal registrere klovdata.

**Hvordan måles effekten?**  
 Den økonomiske gevinst er udregnet i to af de involverede besætninger og viste efter et halvt år et øget dækningsbidrag pr. årsko på 788 - 1.228 kr. ved et klovbeskæringsniveau på 100%.

#### Rådgivernes kompetencer

- Dataforståelse, systematik og opfølgning
- Samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer
- Økonomisk indsigt og et godt samarbejde med bedriftens økonomiske rådgiver
- Dialog med driftsejere og medarbejdere

#### Kom godt fra start

Lad Klov sundhed være en del af en kampagne i 2011. Udpeg en ansvarlig kvægrådgiver og driftsøkonomisk konsulent, involver evt. en dyrlæge. Få lavet en plan for aktiviteten med mål og ressourcekrav. Godkend mål og ressourcer i ledergruppen.

## Rådgivernes kompetencer

- Dataforståelse, systematik og opfølgning
- Samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer
- Økonomisk indsigt og et godt samarbejde med bedriftens økonomiske rådgiver
- Dialog med driftsejere og medarbejdere



# Forretningspotentialiet i DLBR-virksomheden

## Antallet af kunder

Langt de fleste mælkeproducenter kan have gavn af at have fokus på klov-sundheden. Udgangspunktet for en kampagne kunne være at nå 1/3 af kvægbrugerne med et rådgivningsforløb omkring forbedret klovsundhed.

## Salg pr. kunde

Et rådgivningsforløb vil betyde udarbejdelse af en handlingsplan for klov-sundhed og opfølgning på denne. Det vil ofte ske i samarbejde med bedriftens dyrlæge. Med en KlovRisk gennemgang vil rådgiverens samlede tidsforbrug være 5-10 timer.

## Krydssalg og mersalg

Kvæg-rådgiveren vil på sit besøg have mulighed for mersalg af rådgivning af kvægfaglig karakter samt opfange signaler om behov for rådgivning fra andre af DLBR-virksomhedens afdelinger.

Et godt samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer kan betyde mersalg af kvæg-rådgivning via "ambassadørvirkning".

Tilbyder man sine kunder "Dynamisk Strategi" og lignende vil det være en oplagt mulighed for rådgiverne i dette rådgivningsforløb at gøre opmærksom på mulighederne for at forbedre klovsundheden.



### Rådgivernes kompetencer

- Dataforståelse, systematik og opfølgning
- Samarbejde med dyrlæge og klovbeskærer
- Økonomisk indsigt og et godt samarbejde med bedriftens økonomiske rådgiver
- Dialog med driftsejere og medarbejdere

### Kom godt fra start

Lad Klovsundhed være en del af en kampagne i 2011. Udpeg en ansvarlig kvæg-rådgiver og driftsøkonomisk konsulent, involv evt. en dyrlæge.

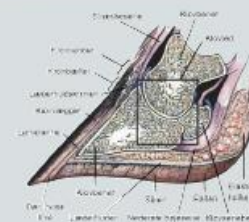
Få lavet en plan for aktiviteten med mål og ressourcekrav.

Godkend mål og ressourcer i ledergruppen.

Informér om "Forbedret klovsundhed" til alle ansatte i rådgivningsvirksomheden. Gør det til et fælles mål at få solgt produktet til mælkeproducenterne.

### Hent mere viden

Faglig viden findes på: [www.sundklov.dk](http://www.sundklov.dk)



Læs også om Jysk Landbrugsrådgivnings erfaringer på <http://lbru.dlbrblog.dk/?p=34>

### Kontakt

Pia Nielsen T: 8740 5286 E: [ping@vfl.dk](mailto:ping@vfl.dk)

# Leveranceplan

Landmandens Bundlinje NU!<sup>e</sup>

LandboNord<sup>a</sup>



Version 2

Dato

1. sept. 2011

## Mål:

Planlagt og gennemført kampagne for rådgivning – med fokus på løft af bundlinje hos landmand og på centret. Planlagt og gennemført forløb om effekt af rådgivning med udgangspunkt i en aktivitet i kampagnen. En gruppe af landmænd er involveret i aktiviteten.

Opnået pr.: 31.12.2011

Dokumenteret: I forhold til krav ifølge leveranceaftale.

Leverance og aktiviteter		Ansvar/ backup <sup>b</sup>	Deadline	<input checked="" type="checkbox"/>	1.000 Kr.	vfl
1.	<b>Deltagelse i fælles møde om "Hvad er effekt?"</b>		07.09.11			5782
	Tilbud fra backup: Forbedrende workshop til arbejdet i "effektgrupper"	EVG			5	
2.	<b>Kampagneplan.</b> Aktiviteter – internt og eksternt <sup>e</sup> . Ejerskab hos LandboNord's medarbejdere. Skal være godkendt i LandboNord's ledelse.		15.09.11		15	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på kampagneplanen. Planlægningsworkshop.	JEN				
3.	<b>Plan for "Effektgruppe"</b> med udgangspunkt i en aktivitet – fokus: økonomi-styring - i kampagnen. Minimum to møder i Effektgruppen/grupperne.		01.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Deltagelse i planlægningsmøde. Deltagelse i møde i Effektgruppen.	MRJ EVG				
4.	<b>Materiale intern markedsføring</b> – sådan skaber LandboNord ejerskab blandt medarbejderne.		15.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.	ASK				
5.	<b>Materiale eksternt markedsføring</b> – sådan fortæller LandboNord landmændene om indholdet i kampagnen - fra logo, over kuvertfyld til pressemeddelelser og artikler.		15.10.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst.	ASK				
6.	<b>Erfaringerne fra 1. møde</b> i "Effektgruppen"		01.11.11		7	5782
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG				
7.	<b>Ledelsens opfølgning</b> – tilbagemelding på kampagnen og dens forløb.		01.11.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen.	JEN				
8.	<b>Materiale eksternt markedsføring</b> – sådan fortæller LandboNord de gode historier fra aktiviteterne i kampagnen – pressemeddelelser, artikler m.m.		15.11.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst. Artikler "opløftet" til landsdækkende.	ASK				
9.	<b>Erfaringerne fra 2. møde</b> i "Effektgruppen"		10.12.11		8	5782
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og effekten af disse.	EVG				
10.	<b>Ledelsens evaluering af kampagnen – og den forretning, der blev opnået og kan opnås. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?</b>		10.12.11		5	9712
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Udarbejdelse af Business Case under deltagelse af "eksternt konsulent" <sup>d</sup> .	JEN				
11.	<b>Sådan gik det ... i 2011</b>		15.12.11		10	5782
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.	JEN				

Efter "projektmessen"

En leveranceplan for flere projekter til/fra en DLBR-virksomhed ?

Som har en sammenhæng til det udviklingsforløb de har i DLBR-virksomheden

En af demonstrationerne i Løft Bundlinjen kunne være at demonstrere dette forløb i 2-3 centre

# Forretningspotentialiet

## Antallet af kunder

10 kunder fra Kvæg

10 kunder fra Svin

10 kunder fra Planteavl

18 kunder fra Driftsøkonomi

Der kan være overlap blandt de udvalgte kunder, så der forventes mellem 20 – 48.

Kunderne forventes udvalgt inden d. 15. oktober 2011.

## Salg pr. kunde

Det forventes at processe 20.000 kr. eller samlet med afregnes efter tidsforbrug

## Andet

Målet for LandboNord er at den vej skabe nogle succesfulde "Bundlinje NU!" kan sælge valgt.



U!

et ind-  
et øko-  
de  
d til at

derer:  
adline.

giverne

**Aktiviteter mod landmanden**

- Opstartsmøde med landmand og 2 konsulenter (driftsøkonomi- og fagkonsulent) - Udarbejdelse af strategi og handlingsplan, udpegning af mål og delmål med potentielle kroner
- Forventet 3 opfølgingsmøder.

**Ledelsens fokus**

1. Opbakning
2. Sikre ressourcer
3. Skabe motivation og synlighed
4. Synliggør vigtigheden af kampagnen internt i LandboNord.

**Intern aktivitet**

- Konsulenterne udvælger selv de kunder de skal arbejde med.  
Kriterier: Landmand er her om 5 år og har potentiale for at tjene mere
- Kick-off møde med mål og spilleregler
- Beskrivelse af proces hos landmanden

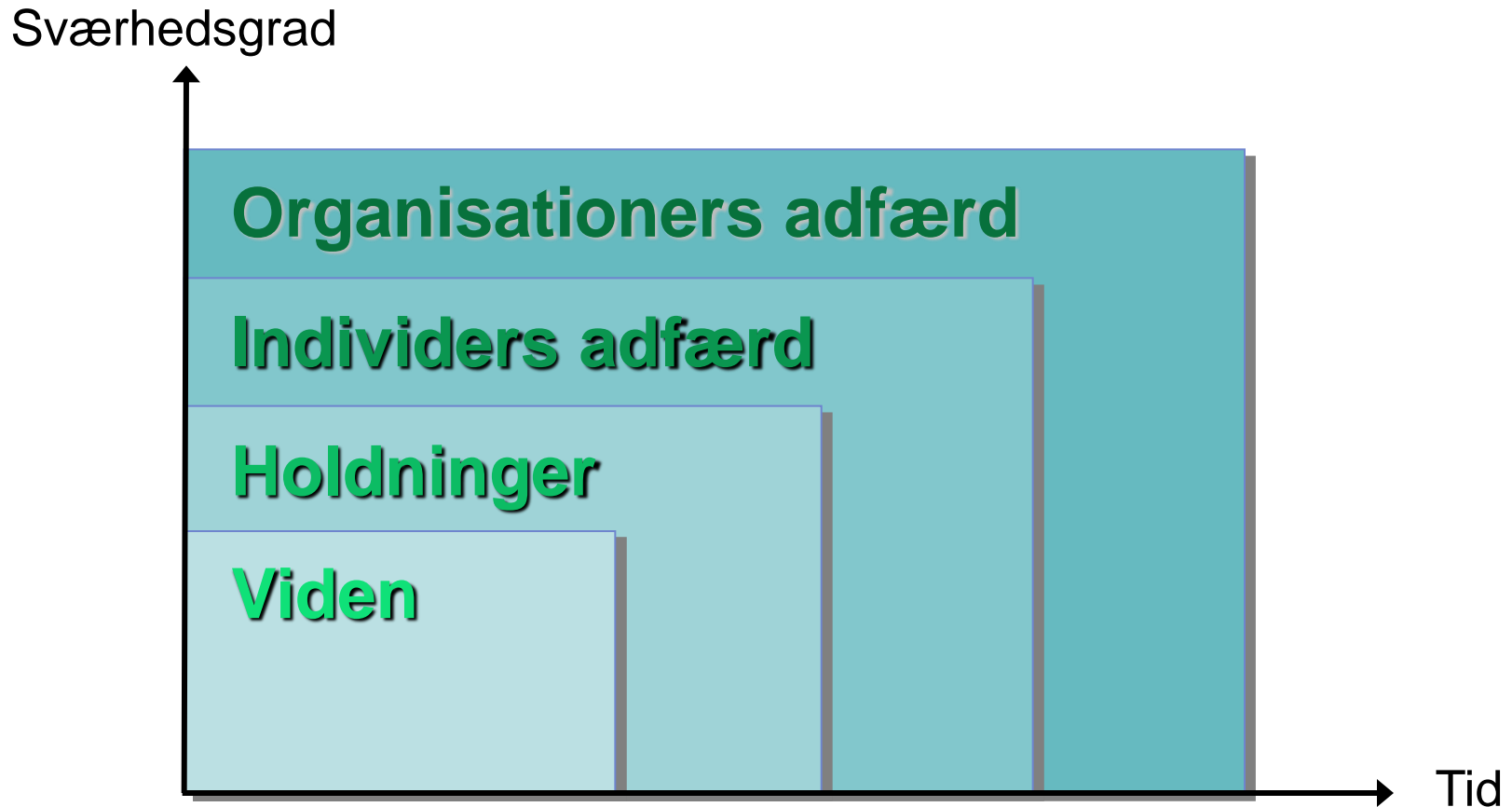
## Medarbejderudvikling via kampagnen

- Træning i systematisk kundetilgang
- Videndeling
- Indsigt i kundens motivation
- Tværfagligt samarbejde
- Mersalg
- Synlighed af effekt.



# Ekstra Dias

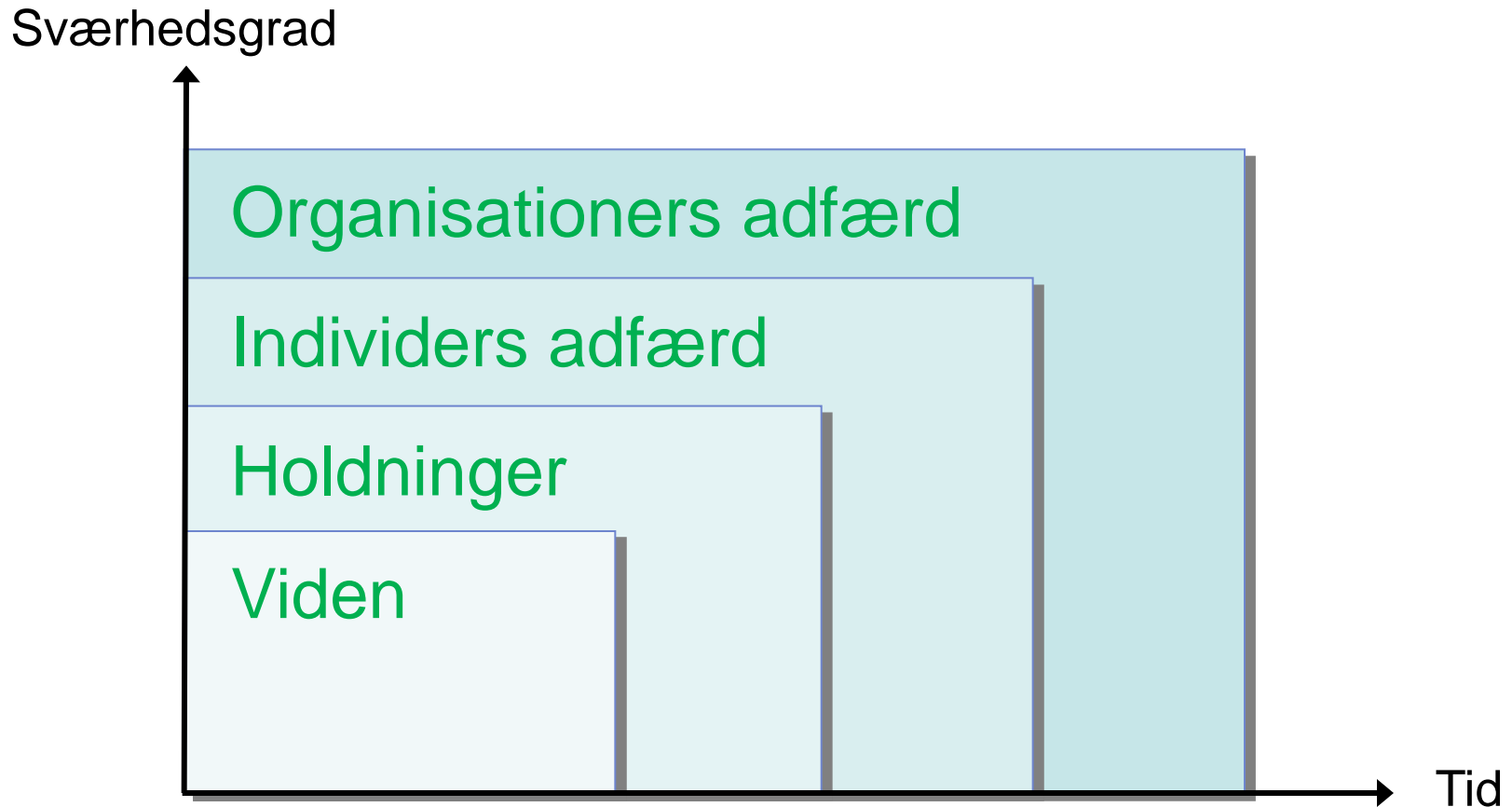
# Forandringer tager tid at implementere



Dit kvægbrug – Dine mål



# Forandringer tager tid at implementere

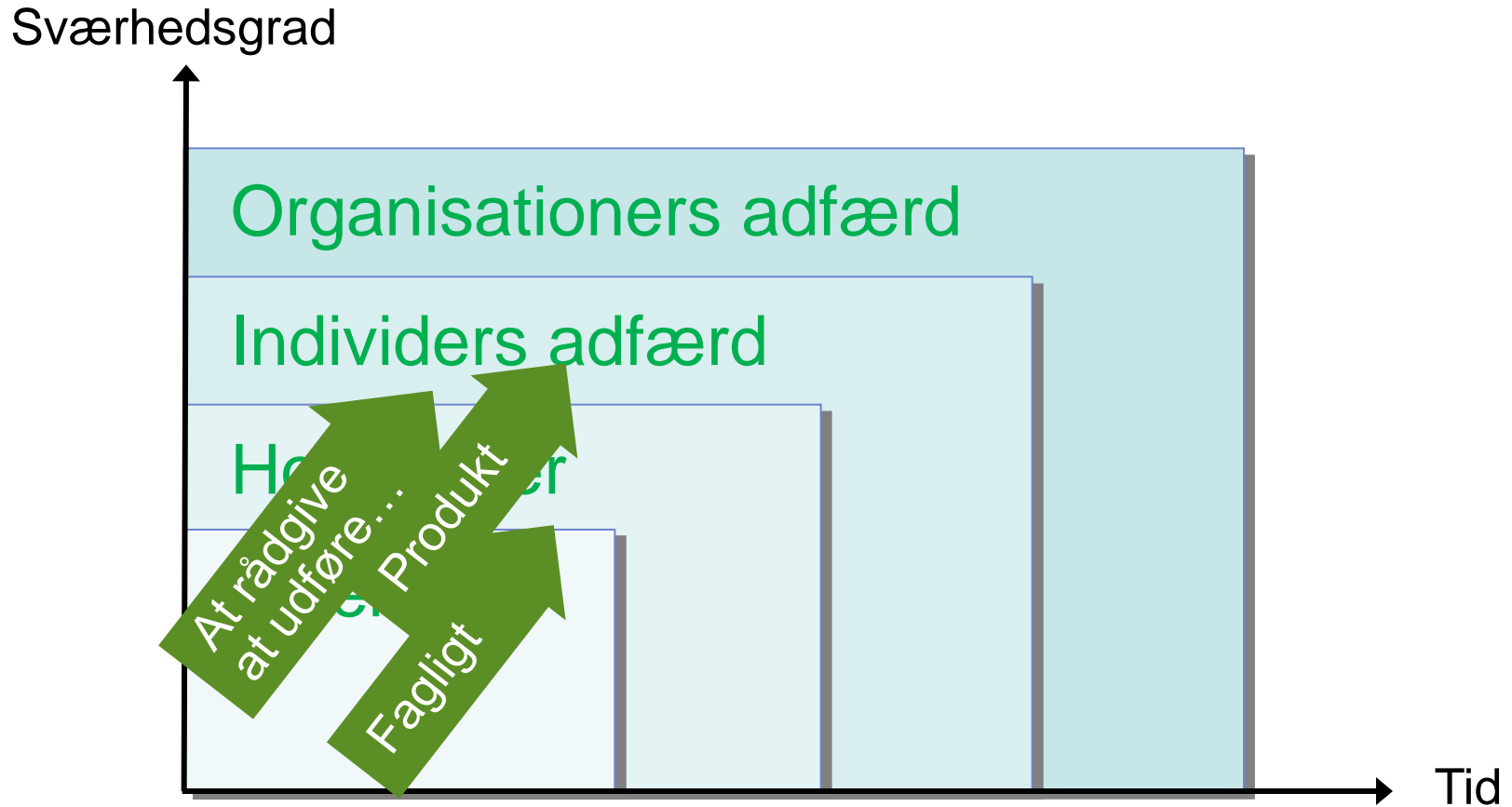


Dit kvægbrug – Dine mål





# Forandringer tager tid at implementere - fordi

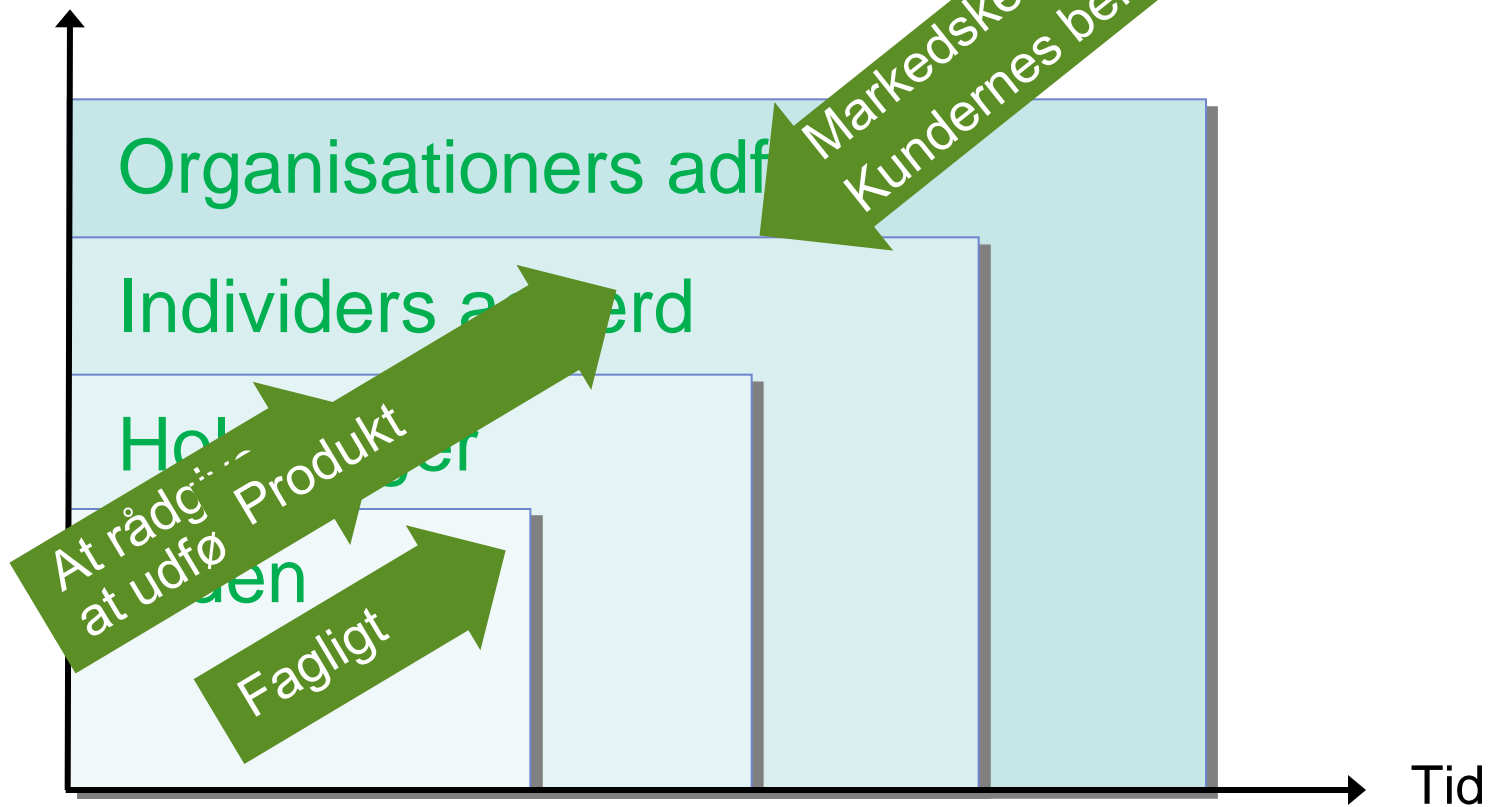


Dit kvægbrug – Dine mål



# Forandringer tager – MINDRE – tid at implementere

Sværhedsgrad



Dit kvægbrug – Dine mål





# LBNU-netværk-projekter

				Timer			Kr					
nr				Kon	Tek	Sekret	A-Intent	B-ekstern	C-Material	D-Møder	E-andre	I alt
<b>Promiller</b>												
TUL	TUL	9716	Helhedsorienteret risikostyring	2.660			2.021.600	450.000	90.000	90.000	0	2.651.600
DOM		5646	Landmandens bundlinje NU	2.662			1.320.120	0	25.000	5.000	0	1.350.120
	DOM	5764	Kampagnen	770			585.200	0	0	0	0	585.200
	SSP	5763	Effektsikring	603			458.280	0	0	0	0	458.280
	TRB		PIP	657			424.840	380.000	15.000	10.000	0	829.840
	WIS	5748	Dynamiske Strategi	632			380.000	0	5.000	10.000	0	395.000
JAL			Landmanden som virksomhedsleder									0
	KAT											0
MRJ	MRJ		Implementering af skræddersyet økonomistyring									450.000
<b>LD</b>												
SHJ		5753	Demonstration af dynamisk ledelse af landbrugsbedrifter				1.996.730	1.185.000	114.000	221.000	0	3.516.730
	TUL	?	Helhedsorienteret risikostyring	505		315	326.175	210.000	10.000	50.000	0	596.175
	DOM		Deltid	252		200	175.180	215.000	30.000	20.000	OBS	440.180
	WIS		Dynamisk Strategi	580		330	365.400	210.000	10.000	50.000	0	635.400
	MRJ		Implementering af skrædderstyr	505	10	316	329.675	210.000	50.000	1.000	0	590.675
	KAT		Virksomhedsrådgiver	1.060			800.300	340.000	14.000	100.000	0	1.254.300
MAJ	DOM		Demo af landmandens bundlinje	990		551	620.140	300.000	50.000	30.000		

## OBS – også i 2012

### Styr på dokumentationen

#### Eksempel

- En studietur
- Et timeforbrug
- En leverance
  - I forhold til ansøgningen

<b>8. Budgettet for 2012</b>										
<b>Projekttitel: Løft Bundlinjen - Skab Forandringer og nå dine mål</b>										
<b>Projekt nr. XXXX</b>	Eva	Ole	Karen	Merete	Fælles					
	Udvikl.	Økologi	somhedsrågi	ØSL	Kvæg	Deltid	Øvrige			
specifikationer - Intern løn	<b>Antal timer</b>							timer i alt	kr. /time	<b>I alt</b>
konsulenter	400	322	1.130	2.700	460	175	313	5.500	465	2.557.500
tekniker	200							200	350	70.000
sekretær	400	70	375	870	460	114	311	2.600	295	767.000
<b>A. Intern løn i alt</b>	<b>374.000</b>	<b>170.380</b>	<b>636.075</b>	<b>1.512.150</b>	<b>349.600</b>	<b>115.005</b>	<b>237.290</b>			<b>3.394.500</b>
	<b>Udgifter - hele kr.</b>									
B. Ekstern bistand	470.000		300.000	350.000		175.000	5.000			<b>1.300.000</b>
C. Materialer mv.	25.000	10.000	15.000	60.000		10.000				<b>120.000</b>
D. Udstyr										<b>0</b>
E. Rejser	11.000	10.000	38.925	27.850		65.000	2.725			<b>155.500</b>
E. Andre udgifter (herunder møder)	20.000	10.000	10.000	50.000		35.000	5.000			<b>130.000</b>
<b>Omkostninger i alt</b>	<b>900.000</b>	<b>200.380</b>	<b>1.000.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>349.600</b>	<b>400.005</b>	<b>250.015</b>			<b>5.100.000</b>
G. Indtægter fra projektet										<b>0</b>
H. Anslået scrapværdi for udstyr										<b>0</b>
<b>Det samlede tilskudsgrundlag i alt</b>	<b>900.000</b>	<b>200.380</b>	<b>1.000.000</b>	<b>2.000.000</b>	<b>349.600</b>	<b>400.005</b>	<b>250.015</b>			<b>5.100.000</b>
Det samlede budget	900.000	200.000	1.000.000	2.000.000	350.000	400.000	250.000			<b>5.100.000</b>



Timer	5720		5730		5720 + 5730	
	Kons		Kons	Sekr	Kons	Sekr
Art						
plante+økologi	235		322	70		
Udvikling	1.275		400	600		
Økonomi			3830	1245		
Fælles*	690		948	885		
Timer i alt	2.200		5.500	2.800	7.700	2.800
<b>Udgifter</b>						
Løn	1.672.000			3.395.000		5.067.000
Ekstern	8.000			1.300.000		1.308.000
Andet	140.000			405.000		545.000
I alt	1.820.000			5.100.000		6.920.000
* heraf i 5730: 2x460 i kvæg og 175+114 til deltid						

	Demo LBNU	Promille LBNU	Demo Dynamisk ledelse
Kampagne	✓ (Ud)	✓ (Ud)	
Effekt	✓ (Ud)	✓ (Ud)	
Dynamisk strategi	!	✓ (Ø)	✓ (Ø)
KVÆG - PIP	!	✓ (K)	
Økonomistyring	!	!	✓ (Ø)
Risikostyring	!	!	✓ (Ø)
Virksomhedsrådgiver	!	!	✓ (Ø)
Deltidslandmænd	-	-	✓ (Ud)
Planter/svin/økologi..	?	?	

# Organisering

- Projektgruppe
  - Birgit, Merete, Eva, Karen, Jesper, Ulrik
  - Michael, Ole
  - Kommunikationsmedarbejder
  - Controller
- Brugergruppe – Landmænd og rådgivere
- Følgegruppe – Rådgivningschefer
- Styregruppe – DLBR-formanden, Ejnar og Malene eller ....