



# Landmandens Bundlinje NU!

# [Navn på DLBR-virksomhed]

## Landmandens gevinst

### Det oplever landmanden

*Giv et bud – se eksemplet*

### Sådan måler vi effekten hos landmanden

*Giv et bud – se eksemplet*

## Forretningspotentialiet

### Antallet af kunder

*Giv et bud – se eksemplet*

### Salg pr kunde

*Giv et bud – se eksemplet. Det vigtigste her er bud på salg af en "ren" virksomhedsaktivitet*

### Andet

*Giv et bud på, hvad det kan betyde, at medarbejderne får et kompetenceløft via aktiviteterne i kampagnen.*

### Aktiviteter mod landmanden

*Hvilke aktiviteter vil du satse på i en kampagne*

- ...
- ...
- ...
- ...

### Ledelsens fokus

*Hvad vil du prioritere, at din ledelse skal gøre, for at kampagnen bliver en succes hos jer.*

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...

### Intern aktivitet

*Hvilke aktiviteter, til at sikre ejerskab blandt kollegerne, vil du anbefale*

- ...
- ...
- ...
- ...

### Medarbejderudvikling via kampagnen

*Hvilke kompetencer synes du, en kampagne kan være med til at løfte*

- ...
- ...
- ...

### Markedsføring

*Hvilke aktiviteter forestiller du dig, der skal gennemføres i kampagnen*

- ...
- ...
- ...

### Kontakt

Kampagneleder [navn]

T: 6666 6666 E: [ini]@[dlbrnavn].dk