

<b>Leveranceplan</b> <b>Landmandens Bundlinje NU!<sup>e</sup></b> Center NN	<b>Version 2</b>
	<b>Dato</b> 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.

<b>Leverance og aktiviteter</b>		<b>Ansvar/backup<sup>b</sup></b>	<b>Deadline</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>1.000 Kr.</b>
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
2.	<b>Kampagneplan.</b> Aktiviteter – internt og eksternt <sup>c</sup> . Ejerskab hos Center NN's medarbejdere. Skal være godkendt i Center NN's ledelse. Tilbud fra backup: Sparring på kampagneplanen. Planlægningsworkshop.	JEN	15.09.11		15
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
4.	<b>Materiale intern markedsføring</b> – sådan skaber Center NN ejerskab blandt medarbejderne. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.	ASK	15.10.11		5
5.	<b>Materiale eksternt markedsføring</b> – sådan fortæller Center NN landmændene om indholdet i kampagnen - fra logo, over kuvertfyldt til pressemeddelelser og artikler. Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst.	ASK	15.10.11		5
6.	<b>Erfaringerne fra 1. møde</b> i "Effektgruppen" 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
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
8.	<b>Materiale eksternt markedsføring</b> – sådan fortæller Center NN 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
9.	<b>Erfaringerne fra 2. møde</b> i "Effektgruppen" 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
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
11.	<b>Sådan gik det ... i 2011</b> Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.	JEN	15.12.11		10
					75

## NOTER

Note	Bemærkninger
a	Der er fem centre LRØ, LMO, Center NN, SLF og Østdansk LandbrugsRådgivning med en parallel leveranceplan.
b	Projektgruppen på VFL: JEN (opfølgning), ASK (markedsføring), EVG (effekt) og DOM (kampagne) står "altid" til rådighed.
c	For gode ideer til aktiviteter kan henvises til: Posters " <a href="#">Implementering af rådgivning med effekt</a> " indeholder følgende projekter: DLBR Mark Online Light-versionen, Forbedret klovsundhed, Manualer - Best practise i svinestalden, Mellemafgrøder - Et alternativ, der betaler sig, Modernisering af mastitisbekæmpelsen, Sænk sodødeligheden, Arbejdsplanlægning Kvæg, Dynamisk Strategi, Helhedsorienteret risikostyring, Proaktiv og Integreret Produktionsrådgivning, Virksomhedssekretær og Økonomistyring.
d	For at få fokus på forretningen er der ud over de 75.000 kr. sat 10.000 kr. (9712) af til betaling af en virksomhedskonsulent fra VFL, Udvikling, der skal bidrage til udarbejdelsen af Business Case. At have en ekstern konsulent er et vigtigt signal om at det er Center NN's egen Business Case. Og ikke en opgørelse der er lavet af en projektmedarbejder fra projektet "Løft Landmandens Bundlinje NU!"
e	Det interne kampagnesite er: lbnu.dlbrblog.dk

### Log 2011

Dato	Int.	Bemærkninger
11.06.11	DOM	Version 1 – brugt ved møde på centret
29.08.11	DOM	Version 2 – Intern plan – samler planerne for flere delaktiviteter.