



23. august 2012

Deltagere: Silke Lorenzen
Christian Thomsen
Jesper Klintebjerg Fuglsang, Videncentret



Referat for udviklingsmødet den 17. august 2012 om: organisering og udvikling af deltidsområdet samt markedsanalyse

Mødet blev afholdt hos Djursland Landboforening, Føllevej 5, 8410 Rønede

1. Velkomst

Intet at refererer.

2. Bordet rundt

Introduktion til deltagerne og deres arbejdsområder

3. Organisering af deltidsområdet

Deltidsområdet i Djursland har fået et deltidsudvalg, som har fokus på udviklingen af deltidsområdet for forening og være sparringspartner for virksomheden. Deltidsområdet er repræsenteret ved et medlem i bestyrelsen.

Deltidsområdet er ikke forankret i organisationen, men består af nogle personer der brænder for at udvikle området, og har nogle (få) timer til rådighed til udvikling af rådgivningen, dog har de haft succes med at ansøge om projektmidler til udvikling af tiltag målrettet deltidslandmænd.

De har ikke nogle direkte produkter målrettet deltidslandmænd i organisationen, det er mere den enkelte konsulent/assistent der tilpasser arbejdsmetoden til den enkelte kunde.

4. Markedsanalyse

Djursland Landboforening har fået midler via et projekt til gennemførelse af en markedsanalyse, der skal være med til at afdække, hvad det er for nogle behov og forventninger deltidslandmænd, specielt de nye på landet, har til rådgivning og service. De vil meget gerne tage udgangspunkt i de erfaringer og det datagrundlag der blev skabt via DLBR markedsanalysen i foråret.

De største erfaringer er, at vi i markedsanalysen fra foråret ikke var specifikke nok, og derfor havde en meget bred spørgeramme, som medvirkede til mange data, men lige så mange udfordringer i forhold til at blive konkret på tiltag. Der skal udvælges indsatsområder, og

spørgsmålene skal være specifikke nok til, at der efterfølgende kan udledes konkrete tiltag der kan søsættes.

Det vil være en god ide at entrere med en uddannelsesinstitution f.eks. Antropologistudiet ved Århus Universitet eller en handelsskole der arbejder med markedsanalyser, som kan tage noget af benarbejdet og være rugbrødsmotor på gennemførelsen samtidig med, at de kan udfordre den måde hvormed vi gennemfører markedsanalyser.

5. Formål med markedsanalysen

Markedsanalysen har til hensigt at afdække behov og samle viden om de deltidslandmænd der i dag ikke anvender rådgivningen i Djursland Landboforening, samtidig med vi bliver klogere på deres behov og udviklingsmuligheder.

6. Udviklingsmuligheder og udfordringer på deltidsområdet

Djursland ser et stort potentiale i deltidslandmænd som en mulighed for at udvikle og udvide forretningen, men det er en stor udfordring at afdække, hvad det er for nogle særlige krav og behov de har til rådgivningen – mange af produkterne til de store matcher også de små, men indpakningen skal måske være anderledes. Vi er rigtig stærke i forhold til traditionelle landmænd der er blevet deltidslandmænd eller som er opvokset på landet, men har det meget svært med at tiltrække nye medlemmer og landmænd, der er flyttet på landet – det er her potentialet ligger.

Der er et stort potentiale, hvis de tiltag der er oppe i tiden bliver forankret og implementeret i organisationen, så man ved, hvordan man håndterer produktet, markedsføre det og skabe en forretningsmodel der matcher kunden og produktet.

Følgende er de større udfordringer Djursland står over for:

- Målrettede og prisbevidste produkter – billig regnskab og mark & gødningsplan + enkeltbetalingsordning
- Fastholdelse og udvidelse af kundesegmentet
- Organisering af deltidsområdet i forretningen og bestyrelsen
- Målrettet kommunikation
- Kundesegmentering
- Udviklingsmuligheder og retninger
- Rådgivningsmetoder til deltidslandmænd – gruppe, online eller andet

7. Eventuelt

Intet at refererer.

Venlig hilsen


Jesper Klintebjerg Fuglsang

Udviklingskonsulent

T +45 8740 5112 (direkte)

M +45 2916 3145

E jen@vfl.dk