



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

## Leveranceplan

### Løft Bundlinjen

– skab forandringer og nå dine mål!



#### Mål:

Planlagt og gennemført kampagne for rådgivning samt udnytte synergi med projekter LMO har igangsat for at nå strategisk indsatsområder i forbindelse med at nå ud med rådgivning, der medvirker til at løfte bundlinjen hos landmændene.

- 1 Gennemført og evalueret aktiviteterne i "Bundlinje-tjek"
- 2 Gennemført og evalueret aktiviteterne i "Landmandens som virksomhedsrådgiver"
- 3 Gennemført og evalueret markedsføringsplan for tværfaglig rådgivning om optimering af stald og mark
- 4 Planlagt og gennemført forløb om effekt af rådgivning med udgangspunkt i tværfaglig rådgivning om optimering af stald og mark hos en gruppe landmænd, der hjemmeblender foder.
- 5 Gennemført og evalueret aktiviteter i forbindelse med projektporteføljestyningen

Opnået pr.: 31.12.2012

Dokumenteret: I forhold til krav ifølge leveranceaftale.

Leverance og aktiviteter		Ansvar/B ackup	Deadline	<input checked="" type="checkbox"/>	1.000 Kr.	vfl
<b>1</b>	<b>Bundlinjetjek</b>					nr - timer
1.1	<b>Udarbejdelse af plan for at nå såvel bedriftspotentialet hos den enkelte landmand, som erhverspotentialet hos landmændene - forretning, kunder, inter processer, markedsføring</b>	TOW	01.06.2012		0	5630
	Aftale/Tilbud fra backup: Sparring om indhold og "værktøjer".	DOM				10
1.2	<b>Materiale intern markedsføring</b> – sådan skaber LMO ejerskab blandt medarbejderne.		efter plan		0	5630
	Aftale/Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale.					5
1.3	<b>Materiale ekstern markedsføring</b> – sådan fortæller LMO landmændene om indholdet i kampagnen - fra logo, over kuvertfyld til pressemeddelelser og artikler.		efter plan		0	5630
	Aftale/Tilbud fra backup: Sparring på plan og ideer. Udarbejdelse af materiale. Tilretning af tekst.					5
1.4	<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>		31.12.11		5	5630
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact.					5
1.5	<b>Sådan gik det ... i 2012</b>		15.12.11		2	5630 timer i alt
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.					25
<b>2</b>	<b>Landmanden som virksomhedsrådgiver</b>					
2.1						7264
2.2						7264
2.3						7264
2.4						7264
2.5	<b>Sådan gik det ... i 2012</b>		15.12.11		2	5630
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.					
<b>3</b>	<b>Markedsføringen af tværfaglig svin og planter</b>					
3.1	Udarbejdelse af målsætninger og plan for opfølgning på markedsføringsplanen	jfh			0	7264
						5
3.2	Gennemførelse af de interne aktiviteter efter planen	jfh			3	7264
						1
3,3	Gennemførelsen af de eksterne aktiviteter efter planen	vif			5	7264
						3

3.4	<b>Ledelsens evaluering af markedsføringen – nåede den målet. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?</b>	jfh	01.06.12		3	7264
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Brug af effektkort					
3.5	<b>Sådan gik det ... i 2012</b>		15.12.11		2	5630
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.					
<b>4 Effekt af tværfaglig svin og planter</b>						
4.1	1. Møde med landmænd (eller rådgivere), der vil indgå i et netværk, der arbejder med at opnå effekt af rådgivningen omkring tværfaglig svin og planter	jfh			0	7264
	Aftale med backup: deltagelse i mødet og dets tilrettelæggelse. Brug af effektkort over for landmænd. Erfagruppeland?					5
4.2	Møde med landmænd (eller rådgivere), der indgår i effektnetværket	jfh			3	7264
4.3	Gennemførelsen af de eksterne aktiviteter efter planen	vif			5	7264
4.4	<b>Ledelsens evaluering af markedsføringen – nåede den målet. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?</b>	jfh	01.06.12		3	7264
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Brug af effektkort					
4.5	<b>Sådan gik det ... i 2012</b>		15.12.11		2	5630
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.					
<b>5 Projektporteføljestyningen</b>						
4.1	1. Møde med landmænd (eller rådgivere), der vil indgå i et netværk, der arbejder med at opnå effekt af rådgivningen omkring tværfaglig svin og planter	jfh			0	7264
	Aftale med backup: deltagelse i mødet og dets tilrettelæggelse. Brug af effektkort over for landmænd. Erfagruppeland?					5
4.2	Møde med landmænd (eller rådgivere), der indgår i effektnetværket	jfh			3	7264
	Tilbud fra backup: internt møde/fælles workshop - erfaringsopsamling. Sparring om det overordnede forløb. Sparring om indholdet i konkrete rådgivningsforløb og					
4.3	Gennemførelsen af de eksterne aktiviteter efter planen	vif			5	7264
4.4	<b>Ledelsens evaluering af markedsføringen – nåede den målet. Hvad var ressourceforbruget? Hvilket potentiale blev der hentet? Hvad er perspektivet fremadrettet?</b>	jfh	01.06.12		3	7264
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen. Spørgeundersøgelser via SurveyXact. Brug af effektkort					
4.5	<b>Sådan gik det ... i 2012</b>		15.12.11		2	5630
	Tilbud fra backup: Fælles workshop og erfaringsudveksling.					
6.	<b>Erfaringerne fra 1. møde i "Effektgruppen"</b>					5746
	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 – tilbagemelding på kampagnen og dens forløb.</b>		01.11.11		5	5782
	Tilbud fra backup: Sparring om tilrettelæggelse og indhold til evalueringen.	JEN				
8.	<b>Materiale ekstern markedsføring – sådan fortæller LMO de gode historier fra aktiviteterne i kampagnen – pressemeddelelser, artikler m.m.</b>		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 i "Effektgruppen"</b>					5746
	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	

## NOTER

Not e	Bemærkninger
a	Der er fem centre LRØ, LMO, LandboNord, 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	<a href="#">For gode ideer til aktiviteter kan henvises til: Posters "Implementering af rådgivning med effekt" indeholder følgende</a>

d For at få fokus på forretningen er der ud over de 75.000 kr. sat 10.000 kr. (9/12) af til betaling af en virksomhedskonsulent fra VFL,  
e Udvikling der skal bidrage til udarbejdelsen af Business Case. At have en ekstern konsulent er et vist signal om at det er LMO's  
Det interne kampagnesite er: lbnu.dlbrblog.dk

### Log 2011

Dato	Int.	Bemærkninger
11.0 6.11	DOM	Version 1 – brugt ved møde på centret
29.0 8.11	DOM	Version 2 – Intern plan – samler planerne for flere delaktiviteter.