

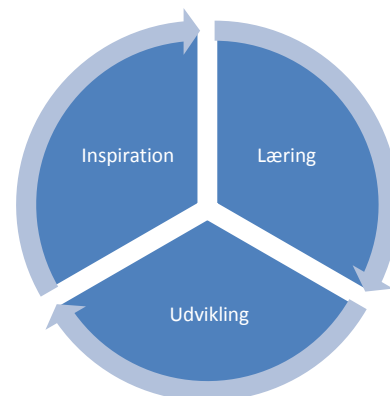
"En udvidelse af faglige netværkstyper giver rigtig god mening når man henvender sig til deltidslandmænd, da mange deltidslandmænd ikke får det rigtige udbytte fra de eksisterende faglige netværksstrukturer"

Klubnetværk til deltids- landmænd

- et inspirationshæfte

Hvad kan et klubnetværk

Klubnetværket, som fagligt netværkskoncept, kombinerer den faglige sparring, der skabes i erfagrunder med faglige input og oplevelser fra faglige arrangementer – altså gode, velkendte elementer, men på en ny form. Klubnetværket skaber en struktur hvor der er mulighed for et højt antal deltagere. Skovdyrkerne Østjylland har 200 medlemmer i deres pyntegrøntsklub, og op til 100 personer deltager på hvert møde. Det skaber mulighed for erfaringsudveksling med mange forskellige deltagere. Samtidig kan klubnetværket skabe et læringsmiljø, da de enkelte møder kan bindes sammen omkring et overordnet tema. Dette læringsmiljø kan understøtte deltagerens faglige udvikling, hvortil der løbende skabes en opfølgning og evaluering.



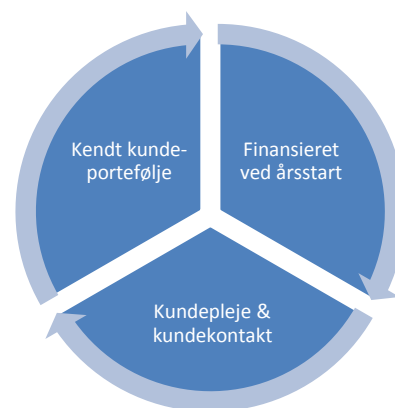
Klubnetværkets funktioner

Klubnetværket faciliteres af en rådgiver, som er fast tilknyttet klubnetværket. Det skaber en sikkerhed for en høj faglighed i netværket og sammenhæng mellem møderne. Det høje deltagerantal i klubnetværket danner rammen for en lav deltagerpris, som gør det interessant for den brede gruppe af deltidslandmænd. Klubnetværkets struktur med et højt deltagerantal tillader en fleksibilitet for deltagerne, hvor deltageren selv bestemmer deltagelsesaktiviteten – egenskaber deltidslandmanden efterspørger.



Klubnetværkets styrker for deltidslandmanden

Klubnetværket giver flere fordele til rådgivningsvirksomheden. Først og fremmest udvides bredden af faglige netværkstilbud til deltidslandmændene, som gør det relevant for nye typer af deltidslandmænd at deltage i et fagligt netværk. Netværks struktur, hvor deltagerne tilmelder sig klubben ved årets start betyder, at aktiviteterne er finansieret inden de sættes i gang. Samtidig er deltagerantallet kendt, hvilket skaber en sikkerhed for et stilstrækkeligt højt deltagerantal, så aflysning af planlagte arrangementer undgås grundet for lav tilmelding. Klubnetværket sikrer endvidere en løbende kundedialog og kundepleje med en større gruppe af deltidslandmænd, som skaber en synlighed af rådgivningsvirksomheden, og som derved kan tiltrække nye kunder.



Klubnetværkets styrker for rådgivningen

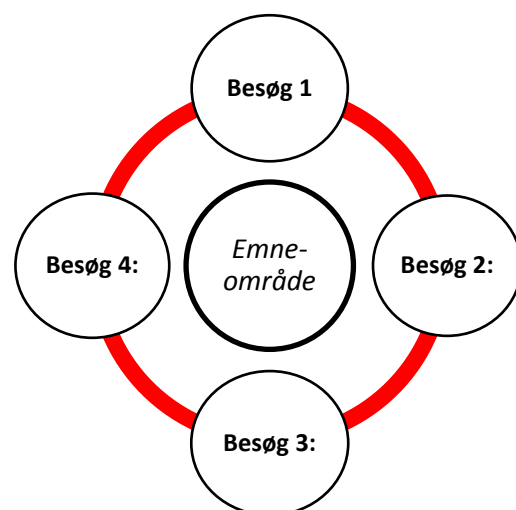
Klubnetværk i praksis

Klubnetværket er en faglig netværkskonstellation, hvor der etableres en række besøg omkring et givent emne, som skaber et læringsforløb.

Jysk Landbrugsrådgivning og Centrovise har etableret klubnetværk rettet mod deltidslandmændene. Dette arbejde har resulteret i tre generelle observationer, som er vigtige at være opmærksom på i arbejdet med klubnetværk.

1. *Fællesnævnerne* på tværs af gruppens deltagere, er et vigtigt fokuspunkt, for at sikre et højt udbytte for deltagerne. Hermed menes at der skal identificeres elementer, som hele målgruppen kan se en nytteværdi ved. Som eksempel herpå er fællesnævnerne hos Skovdyrkerne Østjylland skabt gennem en fælles interesse for juletræsproduktion.
2. *"Den røde tråd"* på tværs af møderne, er vigtig at identificere, for at differentiere klubnetværket fra enkeltstående møder. Dette kan skabes ved at inddrage elementer, som går igen på møderne.
3. *Udbyttebeskrivelse* er et vigtigt fokuspunkt, hvor deltagerens konkrete udbytter identificeres og beskrives. Dette er vigtigt, for at deltagerne konkret kan se hvad udbyttet er ved at deltage i klubnetværket.

På de næste sider kan læses om de konkrete klubnetværk, og de erfaringer der er blevet gjort hos de to landbrugsrådgivningsvirksomheder.



Centrovice

Netværkets fokus

Klubnetværket hos Centrovice har fokus på emnet, ”at skabe overblik og se muligheder på deltidsejendomme”, og henvender sig overvejende til nye på landet.

Struktur i klubnetværket er bygget op omkring 4 møder årligt. Første møde afholdes hos Centrovice med overskriften ”hvad kan du finde af information om din ejendom på nettet”, hvor der tages udgangspunkt i deltagerens egne ejendomme. Derudover er der indeholdt 3 bedriftsbesøg med forskellige driftsfokuser, som har til formål at give deltagerne en indsigt på forskellige typer af ejendomme. Netværket har som mål at inspirere og dygtiggøre deltidslandmændene til selv at kunne identificere muligheder og potentialer på deres ejendom. Prisen for et medlemskab er 350 kr. pr. medlem for et årsmedlemsskab.

Erfaringer fra netværket

Der er tilmeldt 20 deltidslændmænd til klubnetværket, hvor halvdelen ikke tidligere er kendt af Centrovice. Der er meget stor spredning på medlemmerne i netværket, hvor der både er medlemmer med 3 ha, som gerne vil ”finde på noget med jorden”, til medlemmer med 75 ha. som har en specialfrøproduktion, samt en med produktion af slagtekalve.

Deltagerne kommer først og fremmest for at få idéer til udvikling af deres bedrift. Der er et udækket behov for et netværk blandt de meget små deltidslændmænd, og det behov kan klubnetværket dække.

Det er sjovt at arbejde med klubnetværk, og det er en helt anden gruppe med helt andre idéer end dem vi snakker med til dagligt. Arbejdet med klubnetværket og de forskellige emner, er en god lejlighed til at få opdateret sin faglige viden inden for eksempelvis små dyrehold. Indtjening på klubnetværk er ikke stor i starten, men det kan på sigt give lidt afkast, og samtidig skabes der et fokus på og en kontakt til gruppen af de helt små deltidslændmænd.

”Reklamér bredt – mere end halvdelen af deltagerne har vi ikke haft kontakt med før”



Ønsker du at høre mere om Centrovice's erfaringer med klubnetværket, kontakt:

Hanne Pontoppidan
Koordinator deltidslændbrug
M: 2321 3369
E: hap@centrovice.dk

Jysk Landbrugsrådgivning

Netværkets fokus

Klubnetværket har fokus på emneområderne Energibesparelse og Naturudvikling, og henvender sig til deltidslandmænd, som ønsker information herom og som overvejer eller er i gang med at aktiviteter inden for disse områder på deres ejendom.

Strukturen i klubnetværket hos Jysk Landbrugsrådgivning tæller 3 bedriftsbesøg samt en opsamlingsaften, og prisen for et medlemskab er 350 kr. årligt. Den røde tråd er skabt ved at tilknytte en energikonsulent og en ejendomsmægler til hvert møde. Målet med dette er herved at skabe et læringsforløb for deltidslandmændene og dygtiggøre ham til at identificere udviklings- og forbedringspotentialer på deres ejendom.

Erfaringer fra netværket

Der er tilmeldt 17 deltidslandmænd til klubnetværket, men Jysk Landbrugsrådgivning har valgt ikke at gennemføre klubnetværksaktiviteten, grundet for få tilmeldinger.

En vurdering af hvorfor der ikke kom et tilstrækkeligt højt deltagerantal bygger på to forhold; dels kan emneområdet have været for bredt, og dels faldt opstarten af klubnetværket sammen med en travl periode for planteavlskonsulenterne, som betød for lav markedsføringsaktivitet af klubnetværket.

Tanken om klubnetværk lever endnu hos Jysk Landbrugsrådgivning, der mener, at det fortsat er et godt tilbud til deltidslandmænd. For at få succes med næste klubnetværk, vil Jysk Landbrugsrådgivning inddrage deltidslandmænd til næste emnevalg for at målrette emnet efter de ønsker de konkret måtte have, ligesom de kan være med til at markedsføre klubnetværket.



Ønsker du at høre mere om JLBR's erfaringer med klubnetværket, kontakt:

Henning Sørensen
Planteavlskonsulent

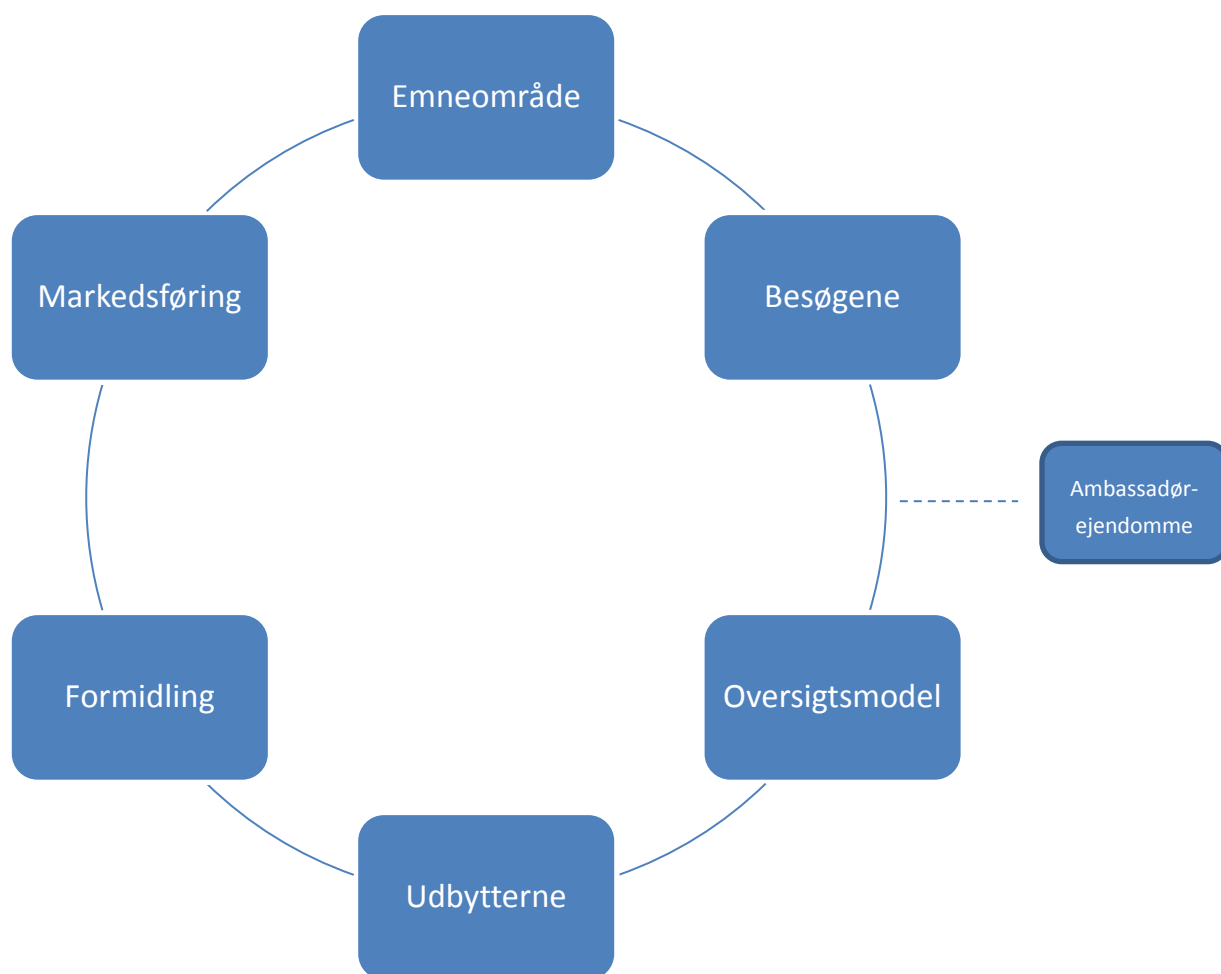
T: 7660 2369

M: 4091 3083

E: hso@jlbr.dk

Værktøjskassen

Der er udviklet en række værktøjer, som understøtter og strukturerer dialogen om udviklingen af et klubnetværk til deltidslandmænd. De enkelte værktøjer fremkommer på de næste sider, og nedenfor kan du se en liste over den samlede værktøjskasse:



Emneområde

Klubnetværkets emneområde er første opgave. Udfordringen ligger i at finde en passende balance i emneområdet, så emnet ikke bliver for snævert og konkret (da et sådan emne bedst egner sig til et enkelte møder eller behandles i mindre erfagrupper), men samtidig ikke er så diffust at formålet ikke kan identificeres - det anbefales på den baggrund derfor at vælge et emneområde, som skaber synergier og udbytter på forskellige planer. Modellen kan styre dialogen om emneområdet og sikre at der skabes overvejelser på de rigtige områder.



<i>Praktisk screening (Grøn):</i>	Vurder emneområde efter hvor der kan findes et tilstrækkeligt kundegrundlag ud fra målgruppen. Vurder om de fysiske rammer i området giver anledning til begrænsninger eller skaber muligheden for netværkets aktiviteter – eksempelvis, er der nogle fysiske elementer, som kan skabe oplevelser for deltagerne.
<i>Faglig screening (Orange):</i>	Vurder emneområdet efter om det skaber tilstrækkeligt mange fællesnævnere på tværs af målgruppen (Særligt relevant hvis der vælges et emneområde, som ikke er afgrænset fagspecifikt) – Pyntegrønssklubben har mange fællesnævnere qua at alle producenter har nordmannsgran, sælger sammen type af træer etc. Vurder om den røde tråd kan skabes på tværs af møderne for at understøtte klubnetværket som læringsmiljø – her kan tænkes besøgsværter, gennemgående elementer etc.
<i>Personlig screening (Blå):</i>	Vurder emneområdet efter om ejerskab, og dermed om der er motivation til at arbejde med det, for rådgiver og rådgivningsvirksomhed, for at skabe en tilstrækkelig aktivitet i klubnetværket. Vurder hvilke ressourcer der er til stede, samt hvor mange ressourcer der kan prioriteres på at drive klubnetværket.

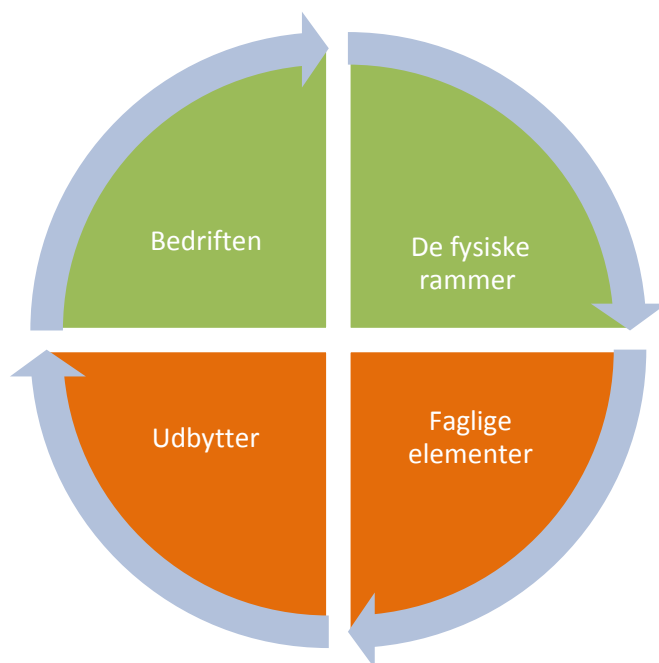
Hjælpekema til identificering af emneområde

Formål - Hvad er formålet med at etablere klubnetværket. Nedenstående stikord kan bruges som inspiration: • Nye aktiviteter • Nye kunder • Merindtjening • Kundepleje • Udvikling	
Emneområde - Skriv det emneområde der skal screenes	
Kundegrundlaget - Hvor stort er kunde grundlaget - Hvem er kunderne	
De fysiske rammer - Hvilke kvaliteter har kundeoplandet ift. emneområdet - Hvilke udfordringer har kundeoplandet ift. emneområdet	

Fællesnævnerne - Hvilke fællesnævnerne kan identificeres for deltagerne – ex. Fælles driftsformer, fælles udfordringer.	
Den røde tråd - Hvad er kerneindholdet i emneområdet - Hvilke elementer er tilgængelige til at skabe den røde tråd – ex. gennemgående personer, værktøjer. - Kan der findes besøgsjendomme.	
Ejerskab - Kan emneområdet skabe engagement for rådgiver og deltager - Hvem er den rigtige rådgiver? - Hvad får virksomheden ud af det	
Ressourcer - Er fagligheden tilstede hos rådgiveren/huset - Hvilke og hvor mange ressourcer er tilgængelige til emneområdet	

Besøgene

Klubnetværket har omdrejningspunkt om en række besøg, som skaber indholdet i netværket. Besøgene kan både være hos deltidslandmænd, men kan også foregå på Rådgivningsvirksomheden, hvor der kan arbejdes med mere "teoretiske" emner. Samtidig kan det også være en mulighed at lave besøg hos tredjepart, eksempelvis en relevant virksomhed, et naturområde eller lignende. På næste side er et skema, som kan anvendes i arbejdet med at analysere og beskrive de enkelte besøgssteder.



<i>Praktisk screening (Grøn):</i>	Vurder besøgene efter hvilken type bedrift det er og dets driftsfokus. Ligeledes kan bedriftens "udviklingstrin" tages med, set ift om det er en bedrift der er nystartet eller er erfaren. Vurder om de fysiske rammer på bedriften giver anledning til begrænsninger eller skaber muligheden for besøgets aktiviteter – eksempelvis, kan det være en udfordring, at håndtere en stor gruppe mennesker på ejendommen.
<i>Faglig screening (Orange):</i>	Vurder besøgsstedet efter om der er tilstrækkelig mange faglige elementer (og dermed fællesnævner) til at snakke om, og hvordan de egner sig til faglig formidling. Vurder hvilke udbytter deltagerne kan få fra besøgsstedet, og om de lever op til netværkets overordnede tanke.

Hjælpekema for besøgene

Besøgsstedets navn	
Beskrivelse af besøgsstedet Ejendomsbeskrivelse Konkrete tiltag eller udfordringer	
Praktik Tid Sted	
Indhold Fællesnævnerne Konkrete elementer Fagligt fokus Relevante ressourcer (ex ekstern energi-konsulent, ejendomsmægler)	
Læringsmål Services (Ex. faktaark)	

Ambassadørejendomme

I arbejdet med besøgsstederne, kan det være relevant at overveje i hvilket omfang besøgsstederne skal indgår i netværket. Det kan være en mulighed at bruge konkrete besøgssteder som ambassadør ejendomme for at styrke netværket. Nedenfor er listen en række fordele og ulemper ved at tilknytte ambassadørejendomme til et netværk.

Fordele ved at koble ambassadørejendomme på

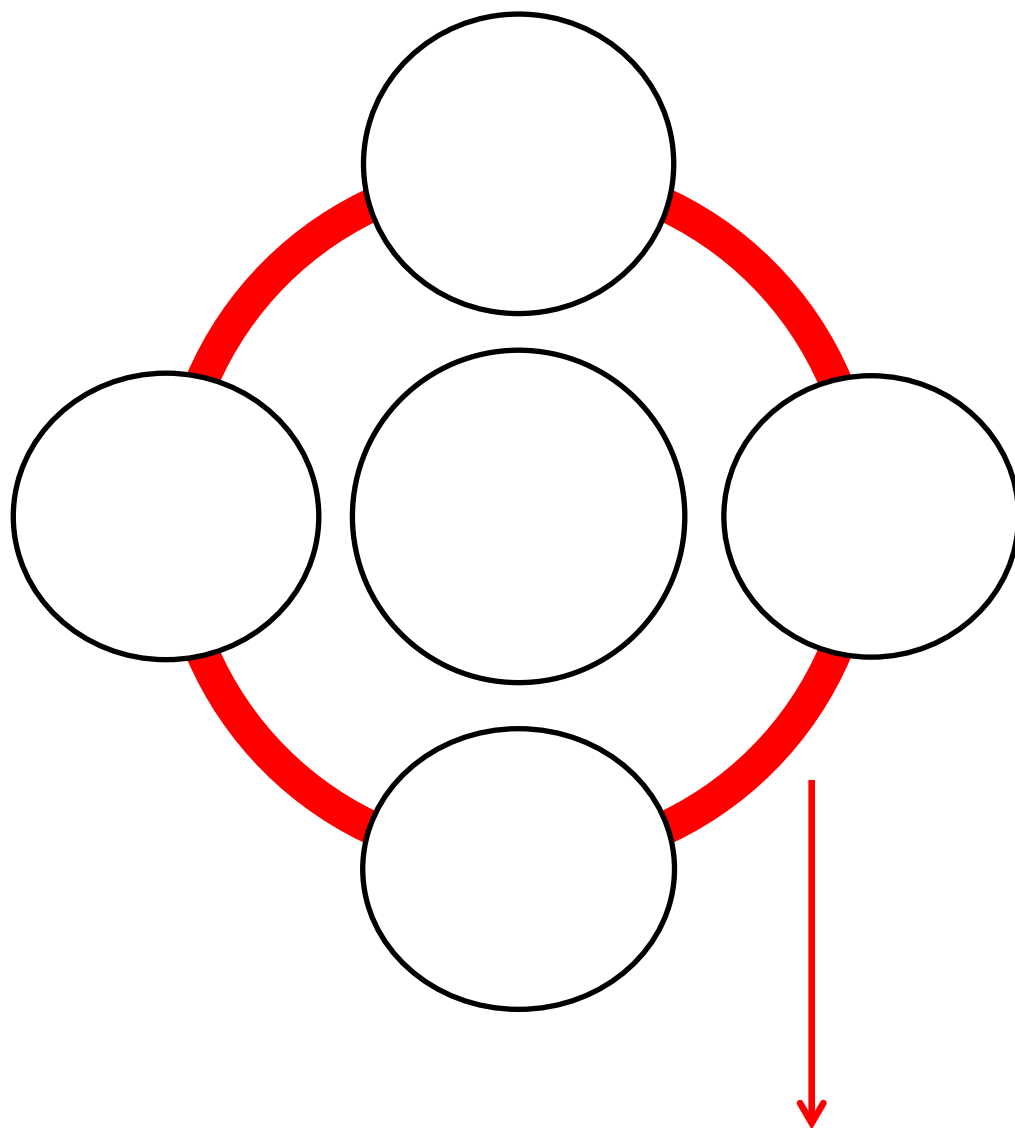
Troværdighed om netværket	Klubnetværkets troværdighed kan underbygges ved at bruge ambassadørejendomme, da de rigtige ambassadører kan underbygge fagligheden i netværket og understøtte en øget interesse for netværket.
Aktivitet i netværket	En klar fordel ved at bruge ejendomme som ambassadører for netværket er en accept fra ejeren om at skabe aktivitet i netværket. Den kan være ved, som beskrevet ovenfor, en øget synlighed for netværket. Ambassadører kan også anvendes, hvis der i netværket er tilkøbt en medlemside (Facebookside eller lignende) for at øge muligheden for sparring og formidling mellem møderne. En medlemside kræver, at der løbende er aktivitet på siden for at den er brugbar for medlemmerne, og her kan ambassadørerne have medansvar for at skabe aktiviteten. Ønskes mere viden om muligheden for tilkobling af medlemside er der i projekt VI & DE meget erfaring at hente.
Profilere landmand	En ambassadørrolle kan øge profileringen af den pågældende landmand, idet landmanden får mulighed for at vide sin ejendom og fortælle om sine aktiviteter. Landmanden kan derved både få en bekræftelse for at være dygtig inden for sit felt, men også øge synligheden for sine salgsprodukter.
Profilere rådgivningsvirksomheden	Rådgivningsvirksomheden får mulighed for at fortælle den gode historie, hvis de har understøttet ambassadøren rådgivning. Der skabes derfor en lokal ankermand så rådgivningen kan få skabt synlighed i lokalområdet.
Erfarings- og læringsforløb	En ambassadørejendom skaber mulighed for at følge konkrete ejendomme i netværket, som derved kan understøtte et læringsforløb for deltagerne og styrke fagligheden, da der bliver fokus på at gå fra teori til praksis.

Udfordringer ved at koble ambassadørejendomme på

Vellidt person	Det er vigtigt ambassadøren er en vellidt og "neutral" person sådan, at det ikke holder folk fra at melde sig ind i klubben.
Tydelige fordele for landmanden	Det er vigtigt at ambassadøren får tydelige udbytter ud af at være med som ambassadør ejendom, da den pågældende person skal bruge tid på det.
De skal have noget på hjertet	Ambassadøren skal have en viden og indsigt inden for det pågældende fagfelt, og samtidig kunne formidle sine erfaringer og gode råd til andre. Det er ligeledes vigtigt, at ambassadøren skal kunne tage imod kritik, hvis dette skulle komme fra deltagerne i netværket.

Oversigtsmodel

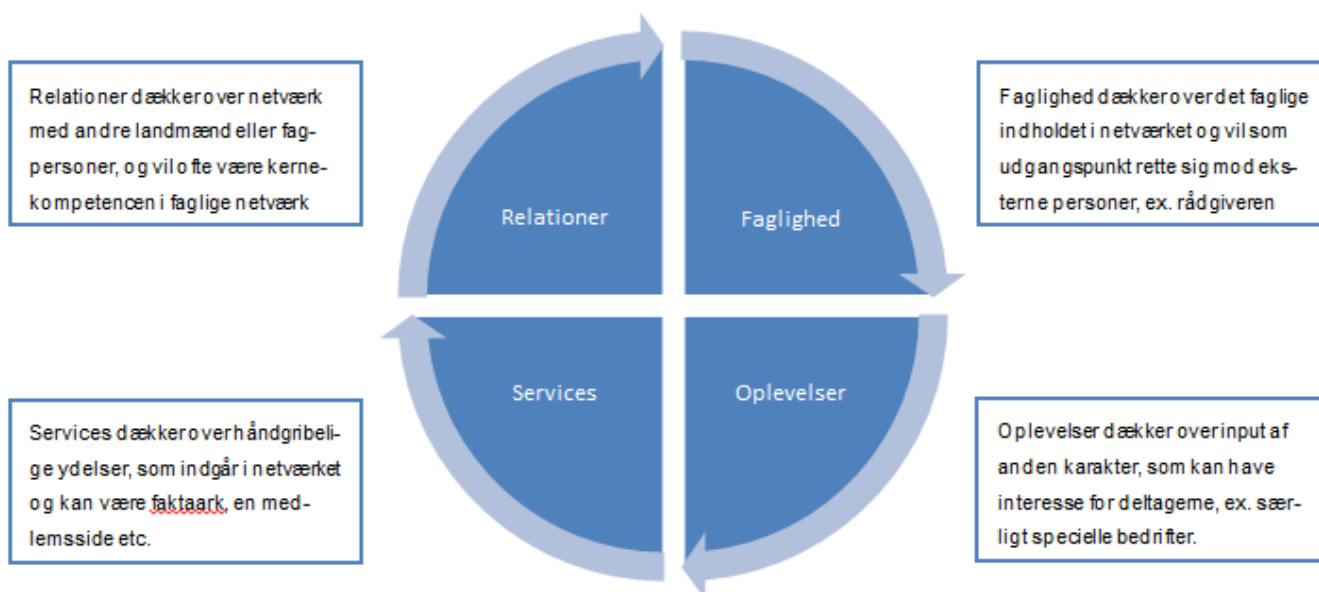
Modellen bruges til at skabe et overblik over netværket efter emne og besøg er identificeret. Modellen kan herved sikre et fokus på at den røde tråd er til stede i netværket.



Udbyttebeskrivelse

En udbyttebeskrivelse til et klubnetværk bruges til at identificere udbytterne for deltagerne og få dem beskrevet. Den skal være præcis, appetitvækkende og informativ, og den kan bruges som markedsføringsmateriale af klubnetværket efterfølgende. Udbyttebeskrivelsen skal give indtryk af et direkte udbytte fra netværket, som er omsætteligt for den enkelte deltager hjemme på bedriften.

Interview og erfaringer fra deltidslandmænd om brugen af faglige netværk viser 4 udbyttekasser som deltidslandmænd måler værdien efter, og dermed vigtige at være opmærksomme på når et Klubnetværk skal etableres. Udbyttekasserne kan ses på nedenstående figur.



Hjælpekema til beskrivelse af udbytter

Netværkets navn - lav et fængende og interessant navn	
Netværkets formål - Hvorfor etablere netværket - Hvad skal det kunne - Hvorfor melde sig ind	
Målgruppen - Hvem er målgruppen - Hvor bred skal den være - Hvorfor denne gruppe	

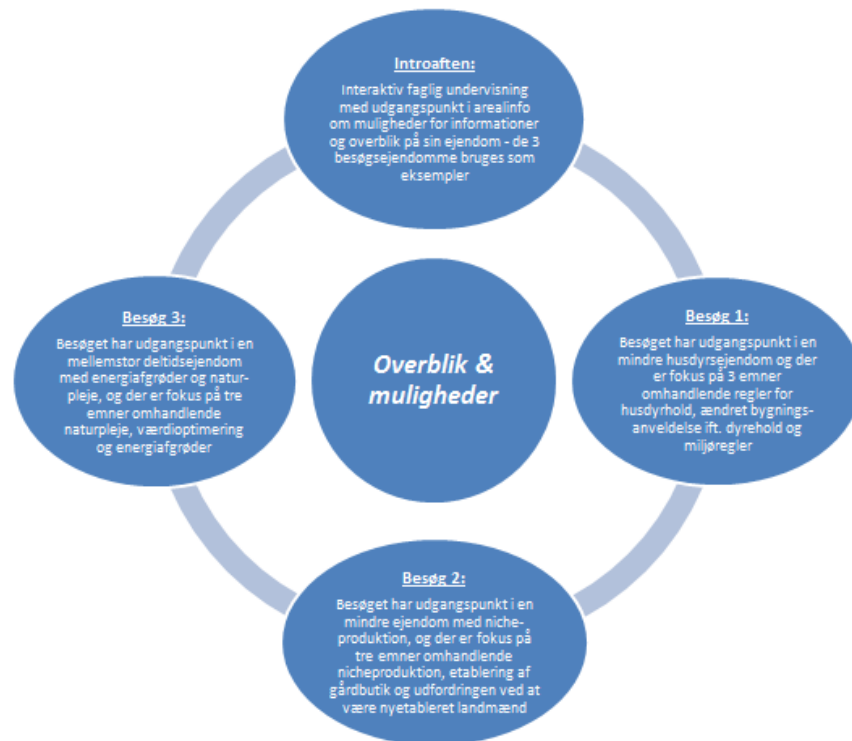
Gevinster - Hvad er udbyttet ved deltagelse for landmanden	<i>Faglighed:</i> <i>Relationer</i> <i>Oplevelser:</i> <i>Fysiske</i>
Strukturen i netværket - Opbygning - Mødestruktur - Besøgsværter/steder - Tidsforbrug	

Eksempler på udbyttebeskrivelser

Kend din ejendom, og mulighederne for udvikling

- meld dig til det faglige klubnetværk, som er et nyt tiltag fra Centroyce til deltidslandbrugere.

For 350 kr. årligt får du:



- Et klubnetværk er en udvidet erfagruppe med fast tilknyttet rådgiver, som samler enkeltstående faglige besøg i et lærings- og inspirationsforløb med en større gruppe deltidslandmænd.
- Et klubnetværk skaber et struktureret læringsforløb gennem inddragelse af elementer, som er gennemgående for de faglige besøg og som udvikler og dygtiggøre deltageren til at kunne identificere udviklingspotentialer på ejendommen og dermed komme fra tanke til handling på sin egen ejendom.
- De gennemgående elementer i dette netværk er arealinfo og luftfoto som analyseredskab på ejendommen, samt et værktøj til at støtte analysen af udviklingspotentialer på deltidssejendomme.
- Et Klubnetværk giver deltageren adgang til et fagligt netværk med én årlig betaling, og mulighed for deltage selv at vurdere deltagesaktiviteten.

Ønsker du energibesparelse og naturudvikling på din ejendom

- så meld dig til et fagligt klubnetværk. Det er et nyt tiltag fra Jysk Landbrugsrådgivning til deltidslandmænd.

For 350 kr./år får du et 2 årigt forløb, som indeholder:

- Hvad er et klubnetværk -

Faglighed: Klubnetværket giver inspiration, dialog og læring inden for energibesparelse og naturudvikling gennem en større gruppe deltidslandmænd med fast tilknyttet rådgiver

Fleksibilitet: Det enkelte medlem afgør selv deltagesaktiviteten i klubben efter egne behov og ambitioner, og i klubben er der mulighed for at medtage sin ægtefælle og børn for fælles oplevelser med deltidslandbruget

Fast pris: Én årlig betaling for et medlemskab i klubben og dets aktiviteter

- Hvorfor melde sig ind i dette klubnetværk -

Udbyg din faglighed inden for energibesparelse og naturudvikling og få inspiration, input og staldtips til at komme fra tanke til handling på DIN ejendom, og få værdisat indsatsens effekt

Skab nye relationer til deltidslandmænd eller fagfolk med interesse i og kendskab til energibesparelse og naturudvikling – på bedriftsbesøgene deltager bl.a. en energikonsulent og en ejendomsmægler

Lær at tænke forretning på energi- og naturtiltag

Få oplevelser gennem 3 iderige besøgsværter og spændende arrangementer

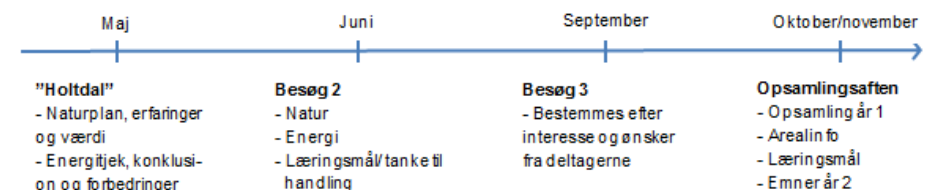
- Hvilke medlemsfordele indeholder klubben -

Lær om nytten ved at bruge Arealinfo på din ejendom

Lær at optimere dit energiforbrug ud fra et energitjek

Få indblik på 3 konkrete ejendomme

Udlevering af konkrete faktaark på bedriftsbesøgene



Vi mødes kl. 19 og møderne vil vare 2-3 timer

Formidling

Netværksoversigten er et værktøj, som stiller skarpt på faglige netværkstyper. Oversigten stiller faglige netværk op overfor hinanden, og hvor kvaliteter og udbytter i netværkene kommer tydeligt til udtryk. Dette vil hjælpe til at differentiere faglige netværk fra hinanden, og samtidig hjælpe til en mere præcis formidling af hvilke faglige netværkstyper, som er interessante for den enkelte kunde.

Oversigten er designet efter flekskonceptet hvor DLBR-virksomheden selv kan tilrette og indføre egne netværkskoncepters. Den fulde netværksoversigt kan findes på landbrugsinfo under "rådgivning af deltidslandmænd" og derefter "produkter".

Netværkstype	Karakteristika	Målgruppe	Netværkets styrker
Erfanetværk med fast rådgiver	- Rådgiver med hver gang - Rådgiver er tovholder - Lav arbejdsindsats, deltager - Sikker struktur - 5-8 personer	Deltidslandmænd der vægter struktur og høj faglighed og som typisk har en vis omsætning i landbruget	
Erfanetværk uden fast rådgiver	- Rådgiver efter behov, evt. kickstart - Gruppe er tovholder - Høj arbejdsindsats, deltager - Struktur og pris afhænger af gruppen - 5-8 personer	Deltidslandmænd der vægter sparring, erfaringsudveksling i mindre grupper og det at se andres ejendomme højt, samtidig med at minimere omkostningen	
Klubnetværk	- Rådgiver med hver gang - Rådgiver er tovholder - Lav arbejdsindsats, deltager - Fleksibelt, deltager - Sikker struktur - 30 – 100+ personer	Deltidslandmænd, der vægter sparring og inspiration højt gennem en struktureret faglig arrangements-struktur til en lav pris.	
Micronetværk	- Rådgiver efter behov, evt. kickstart - Gruppe er tovholder - Arbejdsindsats afhænger af deltager - Struktur og pris afhænger af gruppe - Fleksibelt, deltager - 2-4 personer	Deltidslandmænd som ønsker etablering af et lille erfarings- og sparringsnetværk, som minder om "godt naboskab" – særlig velegnet til nye på landet eller nicheproducenter.	
Tilføj selv yderligere			

Eksempel på netværksbeskrivelse

Klubnetværk

Netværket

Dette netværk er centreret omkring et medlemskab i en klub med et specifikt fagligt emneområde.

Egenskaber

Klubnetværket giver adgang til en **større gruppe af deltidslandmænd** med fælles interesse for et afgrænset fagligt felt. Der er i klubnetværket tilknyttet en **fast faglig rådgiver**, som er tovholder for netværket, hvorigennem faglighed og struktur sikres i netværket. Et klubnetværk vil tage udgangspunkt i en **møderække hen over året**, som medlemmerne af klubben kan deltage i efter tid og lyst. Aktiviteterne i et klubnetværk vil derfor have karaktersammenfald til faglige arrangementer, men hvor der tydeligt skabes en forskel ved etablering af en fast struktur omkring arrangementerne, samtidig med at der henvendes til et kendt antal medlemmerne.

OBS'er	Løsning
- For løs struktur med lavt udbytte - Manglende fællesnævner - Håndtering af store grupper	- Tydelig værdibeskrivelse - Skabe bredt, fælles fundament - Procesværktøjer

Udbyttet

Landmand	Rådgiver
- Adgang til en stor gruppe - Faglige input og erfaringsudveksling med mange forskellige personer - Læringsforløb - Fleksibelt - Inddrage sin ægtefælle	- Sikker finansiering og deltagerportefølje - Uformel kundekontakt - Kundepleje - Mulighed for salg af konsulentydelser - Nye kunder og relationer - Reklamesøjle

Tidsforbrug

Landmand	Rådgiver
Kørsel og deltagelse i mødet	- Drift og vedligehold af netværk - Finde besøgsejendomme - Evt. online medlemssite

Prisen

Priseksemplet er beregnet ud fra en gruppe på 30 personer og 4 møder om året.

Årsbudget		
Samlet budget	400kr * 50	20.000kr.*
Budget pr. møde	20.000kr / 4	5.000kr.
Konsulenttimer pr. møde	5.000kr / 850kr	5,9 time pr. møde

* Denne pris skal dække identificering af deltagere, forberedelse, afholdelse og evaluering af møder samt evt. drift af medlemssite.

Markedsføringsplan

Efter tilrettelæggelse af klubnetværket er det vigtigt at der sker en effektiv markedsføring af netværket. Da det er et nyt netværkskoncept er det afgørende at alle relevante kanaler sættes i spil. Markedsføringsplanen kan bruges som værktøj til at strukturere markedsføringsindsatsen og skabe overblik over hvornår der markedsføres i for hold til netværkets aktiviteter.

[illegible]

Eksempel på markedsføringsskabelon

Kanaler	Okt	Nov	Dec	Jan (2014)	Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dec
Grobund – kort <u>teasertekst</u> i næste nummer (er skrevet)															
Grobund – beskrivelse af klubben og henvisning til <u>JLBRs hjemmeside</u>															
JLBR hjemmeside – kort beskrivelse af klubben som kan være overskrifterne, upload af værdibeskrivelse, samt oplysning om tilmeldingsmuligheder															
JLBR hjemmeside – efter start af klubben kan udleveret materiale lægges op på hjemmesiden, <u>faktaark</u> etc. og der kan linkes til <u>Facebook</u> (hjemmesiden repræsenterer den "faglige" del af netværket)															
JLBR Facebook – kort beskrivelse af klubben som kan være overskrifterne, billede af værdibeskrivelse samt link til tilmeldingssiden på <u>JLBRs hjemmeside</u>															
JLBR Facebook – efter start af klubben skal billeder og kort referat lægges op, og der kan linkes til hjemmesiden (<u>Facebook</u> repræsenterer den "sociale del af klubben og er reklame søjle for klubben)															
FleksNyt - Teaser + link til hjemmeside + tilmelding															
Inspirationsaften – Reklamer for klubben – eventuelt skriv i <u>FleksNyt</u> teaseren at der kan høres mere om klubben til inspirationsaftenen															
Kollegaer - orientering på teammøde planteavl + orienter Ole Rahbæk ift. regnskabsfolk + receptionen															
Foyeren - læg værdibeskrivelse centrale steder sådan at deltidslandmændene får øje på den															
Mail til deltagere - Arrangementsbeskrivelse sendes til medlemmerne															

De grønne felter beskriver den måned hvor der skal være aktivitet på de enkelte kanaler og hvor aktiviteten senest skal være gennemført.

Tilmeldingsmuligheden skal både kunne lade sig gøre over telefon samt via en tilmeldingsblanket på internettet.

Tilmelding til klubben skal ske før første besøg for at få det største udbytte af medlemsskabet, men det skal også være muligt for deltidslandmænd at melde sig til efter start af klubben da vi regner med at der kommer flere medlemmer i takt med at klubben bliver kendt og erfaringer derfra indsamles.