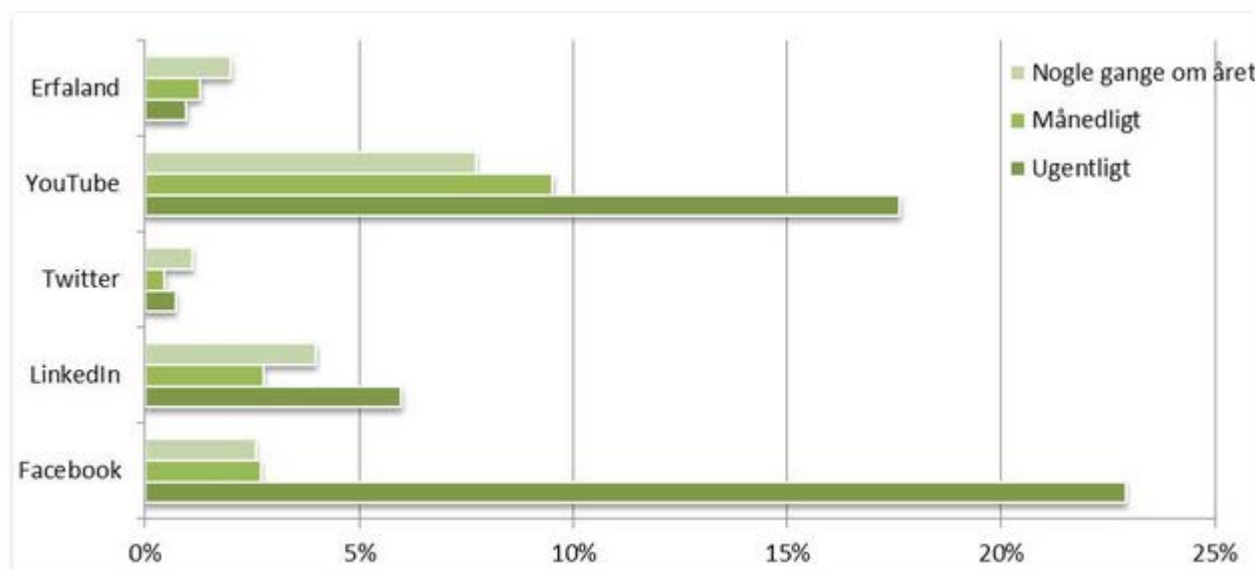


# Facebookside for Landmandsakademiet

## Baggrund

Grafen nedenfor viser, at Facebook er det mest populære sociale medie blandt landmænd. Det skyldes, at Facebook er et veletableret og velkendt medie, som bruges i private sammenhænge. Men selvom Facebook primært benyttes privat, kan mediet stadig bruges til at understøtte Akademiets synlighed og budskab. Jo flere gange landmændene bliver eksponeret for et attraktivt tilbud om kompetenceudvikling, jo større chance har vi for at opnå en position som førstevalg inden for kompetenceudvikling.

Det tager tid at opbygge en god tilstedeværelse på de sociale medier – så hav tålmodighed. Det er ikke en kampagne.



## Formål

Branding

Trafikgenerering til fx akademiet.vfl.dk og LandbrugsInfo.dk

Involvering (udvikling af nye kurser)

Drive salg

## Hvem skriver vi til?

Målgruppen for siden koncentrerer sig om den primære målgruppe for Landmandsakademiet karakteriseret ved:

### Primær:

- Ejere af vækstororienteret landbrug – dem med "grønne" og "gule" landbrugsvirksomheder og som er under 55 år – målgruppen er 13.100. Af dem har 965 en omsætning over 10 mio. kr. og 730 af dem har mere end 5 ansatte.
- Driftsledere i vækstororienterede landbrugsvirksomheder - ca. 5.500.

### Sekundær:

- Ledelsesrådgivere i DLBR

- Virksomhedsrådgivere i DLBR
- Udviklingskonsulenter i DLBR

## Hvad skriver vi om?

Som grundregel skal vores opslag kunne bestå følgende stikprøve:

1. **Emnet/opslaget skal falde inden for kompetenceudvikling og/eller have relevans i forhold til vores kurser og uddannelser.**  
eller...
2. **Emnet/opslaget skal give værdi for landmanden (branding).**

Konkret kan det drejes sig om:

- Tips, tricks og viden genereret af vores kurser eller analyser (fra LI med link), som har relevans for landmanden (inspiration hentes fra nyhedsbrevene som udkommer hver anden uge med lignende emner).
- Kurser og uddannelser
- Datoer og deadlines
- Videncentrets kongresser for landmænd og lignende relevante arrangementer
- Webinarer og videoer (bl.a. fra Vi&Di)
- Testimonials eller citater fra tidligere deltagere på landmandskurserne (evt. indhentet i evalueringer)
- Billeder (evt. flotte billeder fra #frieslandet eller billedet fra vores kurser og uddannelser i fuld gang)
- En diskussion fra et kursus som fortsættes på siden.

Værdifulde emner for landmanden kunne være:

- Skat for landmænd
- Nye afgørelser inden for skat og jura
- Resultater fra f.eks. budgetmatch
- Nye værktøjer og metoder genereret i projekter

## Hvorfor skal landmanden følge os?

- Landmanden får tilbud om efteruddannelse serveret lettilgængeligt i hans newsfeed uden selv at søge sig frem til informationen.
- Landmanden får viden, tips og tricks på en lettilgængelig måde på farten, som han kan bruge i sin dagligdag.

## Hvorfor skal rådgiveren følge os?

- Rådgiveren holder sig up-to-date med de seneste kompetenceudviklingstilbud til landmænd.

## Hvordan skriver vi?

- Personlig: Skriv altid i jeg-form. Tilføj virksomhedens navn efter dit eget navn.
- I et enkelt og klart sprog: At skrive til sociale medier og besvare kunders indlæg er ikke det samme som at skrive en mail eller sende et brev. Skriv gerne i talesprog.
- Med en uformel tone og i korte og enkle sætninger.
- Men stadig professionelt: Al kommunikation skal være professionel, uanset den uformelle tone. Vær respektfuld overfor den person, som du har dialog med.
- Kort og præcist.

- Vi forholder os altid til eventuelle negative kommentarer på en saglig måde (en negativ kommentar slettes aldrig).

## Målsætninger og KPI'er

Vi vil måle på følgende ting:

- Antallet af fans
- Antallet af likes, kommentarer, delinger og klik
- Trafik til andet indhold

## Markedsføring

- Nyhedsbrev til landmænd
- Invitation via Vi&Di's kanaler
- Privat invitation til de landmænd vi ved er aktive på Facebook
- Invitation via andre Facebook sites (Ta' stilling – Ta' handling)
- Annoncer
- Bokse på akademiet.vfl.dk
- Landbrugsinfo --> landmand.dk
- Sponseret annoncer på Facebook
- Følge landbrugsvirksomheder på Facebook
- Direct mails

### Følgende landmænd er på Facebook

- **Haugård Iller I/S** [https://www.facebook.com/Haugaardiller?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/Haugaardiller?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Sandagergaard V. Gunnar Forum** [https://www.facebook.com/pages/Sandagergaard-V-Gunnar-Forum/1396749310587847?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/Sandagergaard-V-Gunnar-Forum/1396749310587847?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Nørregården** [https://www.facebook.com/Norregaarden?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/Norregaarden?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Kiselgården** [https://www.facebook.com/Biodynamiske?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/Biodynamiske?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Søndervang Agro I/S** [https://www.facebook.com/pages/S%C3%B8ndervang-Agro-IS/356457287800516?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/S%C3%B8ndervang-Agro-IS/356457287800516?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Hasagergaard** [https://www.facebook.com/pages/Hasagergaard/147024578720370?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/Hasagergaard/147024578720370?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Stakkehavegaard** [https://www.facebook.com/stakkehavegaard?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/stakkehavegaard?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Virkelyst Landbrug** [https://www.facebook.com/VirkelystLandbrug?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/VirkelystLandbrug?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Mejnerts Landbrug** [https://www.facebook.com/Mejnertslandbrug?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/Mejnertslandbrug?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Ågården** [https://www.facebook.com/Ågaardenjersey?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/Ågaardenjersey?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Fuglsøgaard** [https://www.facebook.com/pages/Fugls%C3%B8gaard/246760568677373?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/Fugls%C3%B8gaard/246760568677373?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Melbæk** [https://www.facebook.com/pages/Melb%C3%A6k/547591568661779?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/Melb%C3%A6k/547591568661779?fref=pb&hc_location=profile_browser)

- **Lindemærke**  
[https://www.facebook.com/pages/Lindem%C3%A6rke/213439395424480?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/Lindem%C3%A6rke/213439395424480?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Gl. Overgaard** [https://www.facebook.com/GIOvergaard?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/GIOvergaard?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Lykkesholm**  
[https://www.facebook.com/pages/Lykkesholm/284313631648844?fref=pb&hc\\_location=profile\\_browser](https://www.facebook.com/pages/Lykkesholm/284313631648844?fref=pb&hc_location=profile_browser)
- **Mosegården ved Kristian Olsesen**  
<https://www.facebook.com/pages/Moseg%C3%A5rden-ved-Kristian-Olesen/198069040232638>
- 

## Redaktion

Ansvarlig: Louise

Moderator: Louise

Indholdsskabere: Louise og Kirstine (projektgruppen er ligeledes forpligtet til at tænke i engagerende indhold).

## Dilemma:

Vi skal ikke tage markedet fra VFL's facebookside ved at slå generelt værdiskabende indhold op. Men for at kunne skabe engagement og reel branding effekt, bliver vi nødt til også at slå indhold op, som ikke nødvendigvis relaterer sig til et kursus (og altså et potentialt salg). Som med nyhedsbreve skal vi have plus point på kontoen før vi kan drive et reelt salg.

Så længe vi sørger for at drive trafikken over på fx LandbrugsInfo, kan det kun være i VFL's interesse.

Debatten om indhold skal tages op på et projektmøde. Og evt. cleareres med Birthe Kennedy.

## Beskrivelse/disclaimer

*"Vi sætter stor pris på kommentarer og er glade for aktivitet på siden. Vi har nogle få regler og retningslinjer: Vi går ind for konstruktiv dialog og tager imod både ris og ros. Husk at holde den gode tone her på siden. Vi forbeholder os retten til at fjerne anstødelige eller grove indlæg. Vi forbeholder os desuden retten til at fjerne reklame. Vi påtager os ikke ansvar for oplysninger og indlæg, som er skrevet af andre, eller for indholdet af sites mv, som er linket til vores side. Opførsel, der bryder med vores retningslinjer, kan resultere i blokering."*