

Dialog om rådgivning og videnformidling

TAG-ARKIV: 5623

At blogge – det lidt mere tekniske

I projekt Vi&Di er vi involveret i fire blogs på eget domæne og en på Erfaland.dk. Bloggene på egen domæne er wordpress-blogs som er skabt af wordpress.org. De fire wordpress-blog er minus30fe.dk, hflc.dlbrblog.dk, landbonord.dlbrblog.dk og så den du lige nu besøger her på vflblog.dk. På Erfaland er det bloggen [grovgfoderbloggeren](http://grovgfoderbloggeren.dk), der både har været brugt i forbindelse med grovfoderekskursionen og også highlighter indlæggene om grovfoder fra de to blogs hflc.dlbrblog.dk, landbonord.dlbrblog.dk.

Det er normalt meget nemt at installere en wordpress-blog på det domæne man har valgt. På det webhotel, der er benyttet i projektet findes en one-click mulighed, der betyder at filerne bliver installeret på domænet og der oprettes og etableres forbindelse den database, hvor indholdet lagres. Hvis du får brug for det kan du altid installere bloggen på et andet domæne og også flytte hele bloggen til et andet webhotel. Bloggen kan også ligge på en underside på virksomhedens hjemmeside.

Hvordan ens blog fremstår på skærmen styres af det valgte tema. Der findes hundredevis af temaer du kan vælge imellem. Der vil ofte være mulighed for indenfor et tema at ændre i farver m.m.. Hvis du kender til CSS kan du også få bloggen til at passe ind i virksomhedens visuelle udseende. På vflblog.dk er valgte temaet Twenty Twelve på de tre andre wordpress-blogs er der benyttet temaet Twenty Fourteen. Det er de "officielle" temaer fra wordpress.org som udgiver et nyt tema hvert år, der af navnene 20-12 og 20-14.

Samtidig med at du udgiver en blogindlæg kan du vælge at få den udgivet på en Facebook-side og/eller en Twitter-konti. WordPress-platformen er gratis. Der findes en app til smartphone der giver dig mulighed for at udgive indlæg incl. billeder/video i det øjeblik du oplever noget du gerne vil dele.

Der findes et hav af plugin – små programmer – der gør bloggen sjovere at bruge, lettere at administrere, samler statistik, øger sikkerheden, laver back-up og meget mere.

De vigtigste plugin vi benytter er:

Plugin	Beskrivelse
Akismet	Hindre at du får spam i kommentarfeltene på bloggen Version 3.0.4 Af Automattic Vis detaljer
Jetpack af WordPress.com	En "samlet" pakke, med gallerier, statistik, deling på sociale medier, nyhedsbreve, kontaktformular mm. Automattic Vis detaljer
Online Backup for WordPress	Backup af filer og database Jason Woods @ Backup Technology Vis detaljer
Wordfence Security	Wordfence Security – Anti-virus, Firewall and High Speed Cache Wordfence Vis detaljer

Du får besked når der er nye versioner af såvel blog som plugins. I nogle tilfælde er der mulighed for at vælge automatisk opdatering. Men ellers er det nemt, specielt hvis du kører automatisk backup en gang om dagen, så er det bare at krydse af og vælge opdatere.

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Viden og tagget 5623, 5625, Wordpress den 12. december 2014
[<http://vflblog.dk/om-at-blogge/>] af Dorte Marcussen.

Få værdi ud af dit netværk

I dagens arbejdsliv er det essentielt at have gode og professionelle netværksrelationer. Det mener Djøf, og det mener deres medlemmer tilsyneladende også. I hvert fald har 78 % af djøferne en profil på LinkedIn.

Derfor har DJØF også lavet en ret omfattende [LinkedIn-guide](#). Den bygger på erfaringer indsamlet fra djøfere, virksomheder, rekrutteringsbureauer, Linked-In og Djøf-konsulenter, der i en årrække har undervist og rådgivet i brugen af LinkedIn.

Guiden er omfangsrig og delt op i tre hovedelementer:

- > Første afsnit behandler, hvordan du "step by step" udfylder din LinkedIn-profil.
- > Andet afsnit dækker, hvordan du får værdi ud af at være på LinkedIn. Det er således skridtet efter en udfyldt profil.
- > Tredje afsnit viser, hvordan du gør, hvis du ikke længere ønsker at have en profil på LinkedIn,



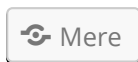
Guide til LinkedIn

Få værdi ud af dit netværk



Du kan også læse mere om LinkedIn her på bloggen i de indlæg der er tagget med [LinkedIn](#),

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Viden og tagget 5623, 5625, LinkedIn den 22. oktober 2014
[<http://vflblog.dk/faa-vaerdi-ud-af-dit-netvaerk/>] af Dorte Marcussen.



Når du dit mål med tweete?

Tweets kan være et ganske nyttigt redskab til f.eks. vidensdeling, (selv)promovering og kontant diskussion (se f.eks. [AgChat](#)).

Men virker det også for dig? Det kan du vurdere ved at bruge et af de mange Twitter analyse

værktøjer, der typisk fortæller hvor langt tweets med et bestemt hashtag (#) når ud, hvem der tweeter & retweeter, hvad der tweetes om og hvornår og meget mere.

Produktet [Tweet Archivist](#) er et let tilgængeligt værktøj – både hvad angår brugen og prisen (15 \$ pr. måned). Læs i artiklen [Analysér brugen af Twitter](#) om hvordan værktøjet er anvendt til at analysere brugen af tweets med hashtagget #øk14 i forbindelse med Økonomikonferencen 2014.

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Vejledning og tagget 5623, Twitter den 21. oktober 2014
[<http://vflblog.dk/naar-du-dit-maal-med-tweete/>] af Jens Peter Hansen.

Sygeplejersken og de social medier



I Dansk Sygeplejeråds blad Sygeplejersken nr. 11, 2014 er temaet: Guide til sociale medier. Du kan enten læse temaet som [PDF](#) eller som artikler på nettet her:

- [Sygeplejerskens guide til sociale medier side 16](#)
- [Facebook er god til faglige spørgsmål side 18](#)
- [Tweets kan være terapeutiske side 19](#)
- [Budskaberne går hurtigere ind på Instagram side 20](#)
- [LinkedIn er god til vidensdeling side 22](#)
- [Det kan sociale medier bruges til side 23](#)

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Viden og tagget 5623, sociale medier den 7. oktober 2014
[<http://vflblog.dk/sygeplejersken-og-de-social-medier/>] af Dorte Marcussen.

Twitter som diskussionsforum?

I min optik er andre sociale medier mere velegnede til lige netop det at diskutere. Ikke desto mindre er de indenfor landbruget mest succesfulde Twitter profiler AgChat (USA) og AgChatOz (Australien) netop baseret på ugentlige diskussioner centreret om et specifikt spørgsmål (se blog indlægget [Rådgivere i Australien bruger Twitter](#)). Forklaringen fra australierne var, at landmændene sætter stor pris på at læse korte indlæg (et tweet kan kun have 140 tegn) og at det også gør det lettere selv at deltage med tweets, netop fordi begrænsningen ikke giver plads til andet end korte, kontante udmeldinger.

Et andet vigtigt element er muligheden for at deltage uanset hvor du er: Med Twitter på smartphone eller tablet behøver du ikke sidde hjemme foran din pc'er. Måske sidder farmeren i traktoren (som sandsynligvis har autostyring) eller på pubben i gode venners lag.

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Viden og tagget 5623, Twitter den 3. oktober 2014
[<http://vflblog.dk/twitter-som-diskussionsforum/>] af Jens Peter Hansen.

Rådgivere i Australien bruger Twitter

Videntcentret deltager i [AFITA 2014](#) konferencen i Perth, og her benyttede jeg lejligheden til at fortælle om Vi & Di projektet i indlægget [Experiences with promoting use of social media amongst farmers and advisers](#). Indlægget fik flere australiere på banen, der kunne fortælle, at

- 14 % af australske rådgivere er aktive på Twitter,
- 4 % af landmændene er aktive på Twitter,

- typisk bruger landmanden Twitter ift. sin forretning, mens en evt. profil ofte oftest vedrører privatsfæren.

AgChatOz er med sine 10.000 følgere den væsentligste profil i den australske landbrugsmæssige Twitter verden. Profilen blev – inspireret af det amerikanske **AgChat** – startet af tre personer i 2010. Målet er at give landområderne i Australien en "stemme" ift. til det omgivende samfund samt mulighed for at berige hinanden med erfaringer og synspunkter.

AgChats væsentlige aktivitet er afholdelse af chat sessioner. Et specifikt emne meldes ud, og hver tirsdag aften kl. 20 diskuteres dette emne så via Twitter, idet der naturligvis holdes styr på diskussionen ved at bruge bestemt hashtag'et #agchatoz

Se listen over diskussionsemner på <http://www.agchatoz.org.au/discussion-topics> og tjek evt profilen @agchatoz

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Viden og tagget 5623, Twitter den 3. oktober 2014
[<http://vflblog.dk/raadgivere-i-australien-bruger-twitter/>] af Jens Peter Hansen.

Synlighed på Facebook

Jo flere der synes godt om dit opslag på Facebook, jo større sandsynlighed er der for, at dine opslag bliver set.

Som for eksempel med et opslag på Facebook siden, **Grovfoder**. Grovfoder er en projektside, hvor bl.a. Grovfoderskolen er tilknyttet, se link på Landbrugsinfo.dk. Til Grovfoderskolen er der koblet forskellige rådgivningscentre og landmænd på og en af landmændene har en Facebook side for sin bedrift, Ågården.

Det er en god idé at følge en Facebook side som Ågården eller andre sider, der kunne være relevante for Grovfoderskolen, da det øger kendskabet til egen Facebook side. En god måde at gøre det på er fx ved at linke til eller dele indhold, da der er en chance for, at nye følgere opdager en.

For eksempel delte Grovfodersiden et opslag fra Ågården, hvilket gav 20 nye likes til Grovfoder.

Jo mere engagement der har været på Grovfoder, jo flere har involveret sig i siden. Se som eksempel billedet nedenfor, der viser, at fanger man sin målgruppe med interessant indhold og de liker dine

The screenshot shows a Facebook page for 'Ågården'. The main post is titled 'Ågården ejes af Nels og Annette Poulsen' and describes the location. A modal window titled 'Personer, som har delt dette' (People who shared this) is open, showing a post by 'Grovfoder via Ågården' from September 10th. The post text mentions a DR news segment about the farm. The modal shows 228 shares and 4 likes. The background post also shows a grid of images and a video player for 'Vores vejr' on DR.

OM > Opslag Billede/video

Ågården ejes af Nels og Annette Poulsen
Ågården ligger i det naturskønne sydsjælland ved Mern
<http://www.np-aagaarden.dk/>
✓ Foreslå ændringer

BILLEDER

OPSLAG PÅ SIDE >

Personer, som har delt dette ✕

Grovfoder via Ågården ▼
10. september kl. 12:38 · 🌐

Ågården ved Mern på Sjælland - og vært for grovfoderskolen - er godt i gang med majs høsten. Det bragte DR et indslag om i Vores Vejr i går aftes.
[Vis vedhæftet fil](#)

Nået ud til 228 personer

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del · 👍 4

Vores vejr | TV | DR
www.dr.dk
Se eller gense de fleste af DRs tv-programmer. Du kan se programmer fra både DR1, DR2, DR3, DR K, DR Ultra og DR...

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del 1 deling

👍 Nikolaj Jørgensen, Flemming Lie Jørgensen, Benny Lage og 25 andre synes godt om dette.

Skriv en kommentar ... 📷

<https://www.facebook.com/Aagaardenjersey>

opslag, kommer der en større rækkevide på dit indhold. Det er altså vigtigt at overveje, hvilket indhold følgerne responderer bedst på, så man fremover kan tilpasse sit indhold til sin målgruppe. Opslaget nedenfor er nået ud til 2.549 personer.

**Grovfoder** delte et link.
Slået op af Christine Werlauff [?] · 12. september

Det er nu majsens skal høstes, lyder meldingen fra Nordjylland.



Vågn op landmænd: Fodermajsens skal høstes nu!
www.dr.dk

Mange landmænd har ikke opdaget, at deres fodermajs er klar til at blive høstet. De skal i gang nu, siger...

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del 2 delinger

 Anne-Mette Søndergaard, Grete Mundbjerg, Pernille Søndergaard og 4 andre synes godt om dette.



Nået ud til 2.549 personer Boost er ikke tilgængelig

1
Synes godt om for side

1.254
Rækkevidde for opslag

ULÆSTE

0
Notifikationer

0
Beskeder

Seneste
2014
2013

<https://www.facebook.com/Grovfoder>

Del dette:



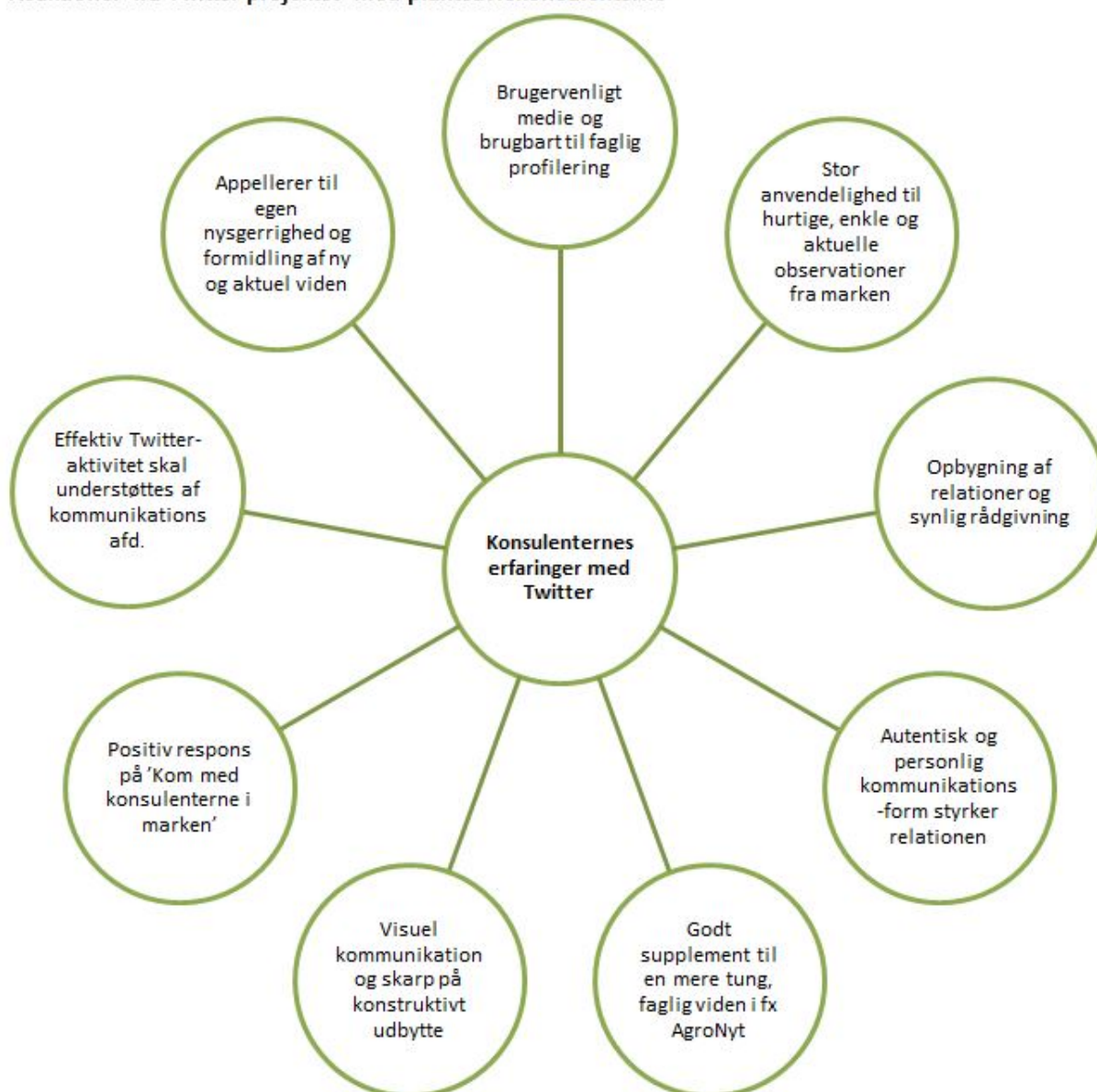
Dette indlæg blev udgivet i Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, U1 den 19. september 2014 [<http://vflblog.dk/synlighed-paa-facebook/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Planteavlskonsulenternes erfaringer med Twitter

I begyndelsen af vækstsæsonen 2014 har du kunne følge planteavlskonsulenter på Twitter eller læse deres her og nu opråb fra marken i en Twitter-boks på Landbrugsavisen.dk og på Landmand.dk. Du har også kunne se Ugens Tweets i Landbrugsavisen hver fredag i projektperioden. Dem har vi samlet i Videnspredning her på bloggen.

Formålet med projektet var, at demonstrere Twitter i en landbrugsfaglig sammenhæng og dermed se om konsulenterne finder mediet anvendeligt i deres arbejde. I diagrammet nedenfor kan du læse om konsulenternes erfaringer med at tweete.

Reaktioner fra Twitter-projektet med planteavlskonsulenterne



Del dette:

Dette indlæg blev udgivet i Digital strategi, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Twitter, U1 den 5. september 2014 [<http://vflblog.dk/planteavlskonsulenternes-erfaringer-med-twitter/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Tilrettelæg dit indhold så det er nemt at dele

Projektperioden med **Twitter i Planteproduktionen** er nu veloverstået, og vi kan se på konsulenternes erfaringer, at deres tweets får en større rækkevidde, når centeret integrerer indholdet i en samlet kommunikationsstrategi. En større variation af indhold og vinkler i sin kommunikationspakke kan medføre, at marketingprodukter og services får nyt liv. Eksempelvis kan en planteavlskonsulent der tweeter personliggøre sin rådgivning gennem billeder og på den måde være med til at sætte fokus på kompetencer og relationen til interesserede landmænd.

Tænk derfor over hvem der fortæller budskabet bedst. Twitter i planteproduktionen er et eksempel på, at det er værdiskabende, når kunden får mulighed for at danne relationer med konsulenterne, før man evt. har mødt hinanden fysisk i forbindelse med direkte rådgivning.

Tænk også over de kontaktpunkter du har med dine målgrupper og forhold dig til, hvordan dit indhold passer til præmissen for det enkelte sociale medie, hvor du er til stede.

Til at illustrere dette har vi fulgt med i, hvordan Jysk Landbrugsrådgivning bruger videoer både i rådgivningen men også til at skabe en online tilstedeværelse ved at forstå, hvad der får brugere til at dele. Det viser, hvor vigtigt det er, at viden bliver tilgængelig i et lettilgængeligt format på den rigtige platform. Jo flere der deler dit indhold på Facebook, jo større rækkevidde kommer der på dit indhold. Dette er vigtigt, når man vil måle værdien af sin Facebook side.



Jysk Landbrugsrådgivning delte et link.

4. august

På svinegården "Midtgård" bliver der drukket øl i arbejdstiden.
Det er dog ikke de ansatte, der kvæler bajere...



Ølsøer

ØL er en herlig drik. Det synes de også på svinegården "Midtgård" lidt uden for Varde. Med øl redder de mange smågrises liv.

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del

20 delinger

Tonny Ølgod, Troels Storm, Jonas Jensen og 15 andre synes godt om dette.

Vi Di

Skriv en kommentar ...



<https://www.facebook.com/jlbr.dk?fref=ts>

**Jysk Landbrugsrådgivning**

22. maj 🌐

Kan det være jægere, der sætter vildsvin ud, selvom det er ulovligt? Syv små vildsvin i Outrup var alene og næsten tamme, da de mødte deres skæbne.

Claus Christensens kalder vildsvinene en trussel mod den danske svineeksport. Se www.jlbr.dk



Synes godt om · Tilføj kommentar · Del

👍 8 💬 14 📄 21 delinger

<https://www.facebook.com/jlbr.dk?fref=ts>

**Jysk Landbrugsrådgivning**

17. december 2012

Mon ikke man husker at tage nøglen ud af sin traktor efter at have set dette klip ...



Synes godt om · Tilføj kommentar · Del

👍 1.043 💬 42 📄 171 delinger

<https://www.facebook.com/jlbr.dk?fref=ts>**Del dette:**

Dette indlæg blev udgivet i Digital strategi, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, indholdsstrategi, Roi, Twitter, U1 den 28. august 2014 [<http://vflblog.dk/tilrettelaeg-dit-indhold-saa-det-er-nemt-at-dele/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Når lange links optager al pladsen

Når du fx kun har 140 tegn at gøre godt med i en Twitter-besked, eller hvis du ikke vil have et langt link i din Facebook opdatering, kan du omforme dit link, så det fylder mindre.

Via bl.a. denne hjemmeside kan du indtaste dit lange link fra en hjemmeside og så tryk forkort. Se

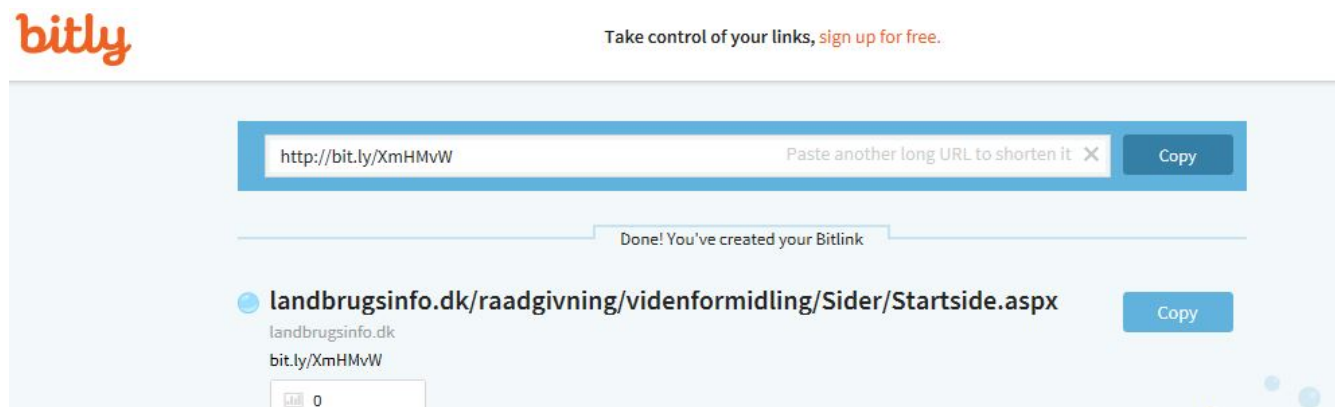


Skærmdump fra <https://twitter.com/landbrugsavisens/tweets>

eksemplet her, hvor vi har forkortet dette link

<https://www.landbrugsinfo.dk/raadgivning/videnformidling/Sider/Startside.aspx> til

<http://bit.ly/XmHMvW>



Skærmdump fra <https://bitly.com/>

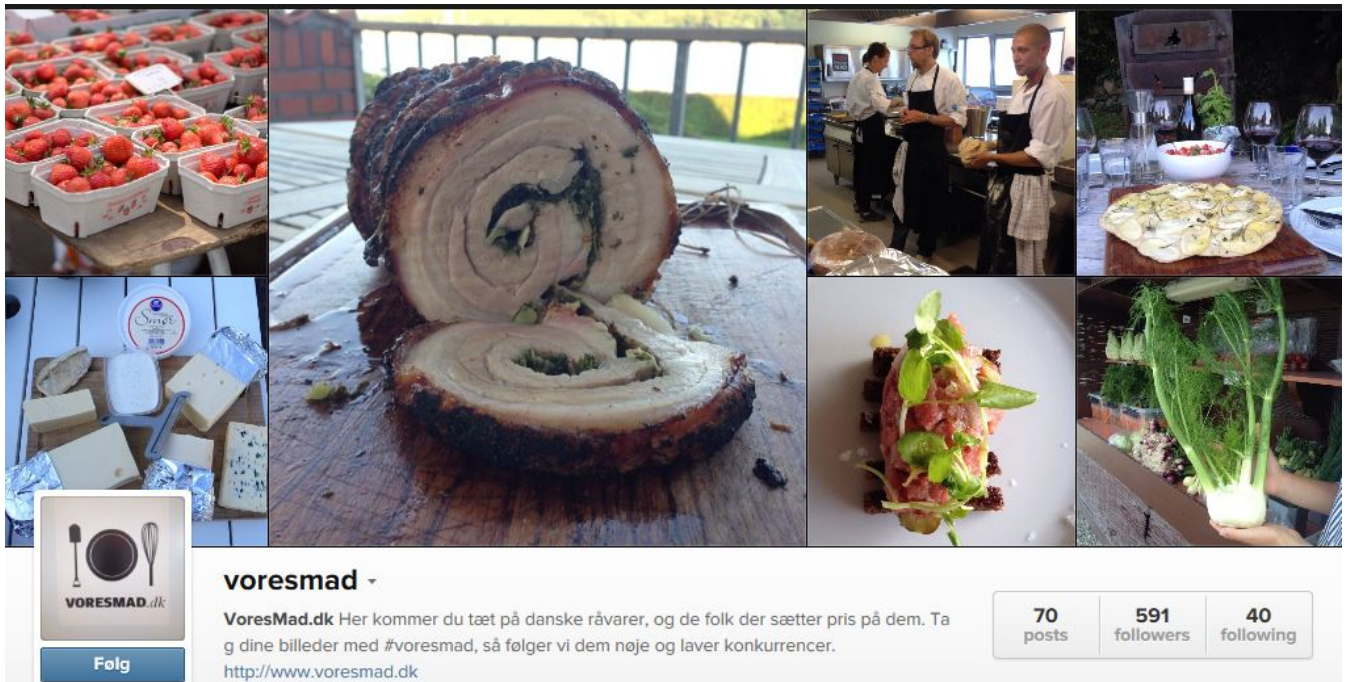
Her finder du et [link](#) til andre hjemmesider som også kan forkorte dine links

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, Twitter den 17. august 2014 [<http://vflblog.dk/naar-lange-links-optager-al-pladsen/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Instagram #voresmad og del din madoplevelse



Voresmad.dk har succes på Instagram. Ved at lade det være op til brugerne selv på Instagram at bidrage til fortolkningen af den mad de laver, har Voresmad.dk opfordret dem til at benytte hashtagget #voresmad, så de enkeltes madbilleder bliver søgbare for alle på Instagram. Det har ca. 900 brugere valgt at gøre indtil videre.

Eksemplet med #voresmad er rigtig godt til at illustrere, hvordan du eksempelvis kan skabe et fællesskab via brugerinddragelse på sociale medier. Selvom Voresmad.dk er oprettet som en service fra Landbrug & Fødevarer, er det ikke det, den almene forbruger associerer, når han støder på Voresmad på [Facebook](#) eller [Instagram](#). Ved at vælge et navn, som flere kan relatere til og som baserer sig på interesser og værdier, formår Landbrug & Fødevarer at ramme en tendens hos en mængde brugere, der allerede interesserer sig meget for mad og som allerede deler diverse lækre madbilleder på hhv. Facebook eller Instagram.

Hvis eksemplet inspirerer andre til at give sig i kast med fx Instagram, er det altså en god idé at overveje, hvad brugere i forvejen deler meget af på sociale medier. Vi ser det også med kampagnen [#fralandet](#), hvor brugere deler alt fra smuk natur, søde dyr, stemninger, maskiner, arbejde mm..

Hashtags som #fralandet og #voresmad lægger på den måde op til en meget bred fortolkning blandt brugerne. Der vil derfor være en større chance for, at flere vil kunne bidrage til dette fællesskab som #voresmad og #fralandet definerer, end hvis brugere skulle tage billeder, der definerer Landbrug & Fødevarer alene.

Det giver altså en større chance for at ramme noget i folk, hvis man tænker over tendenser, der allerede flourer blandt brugere på diverse sociale medier.

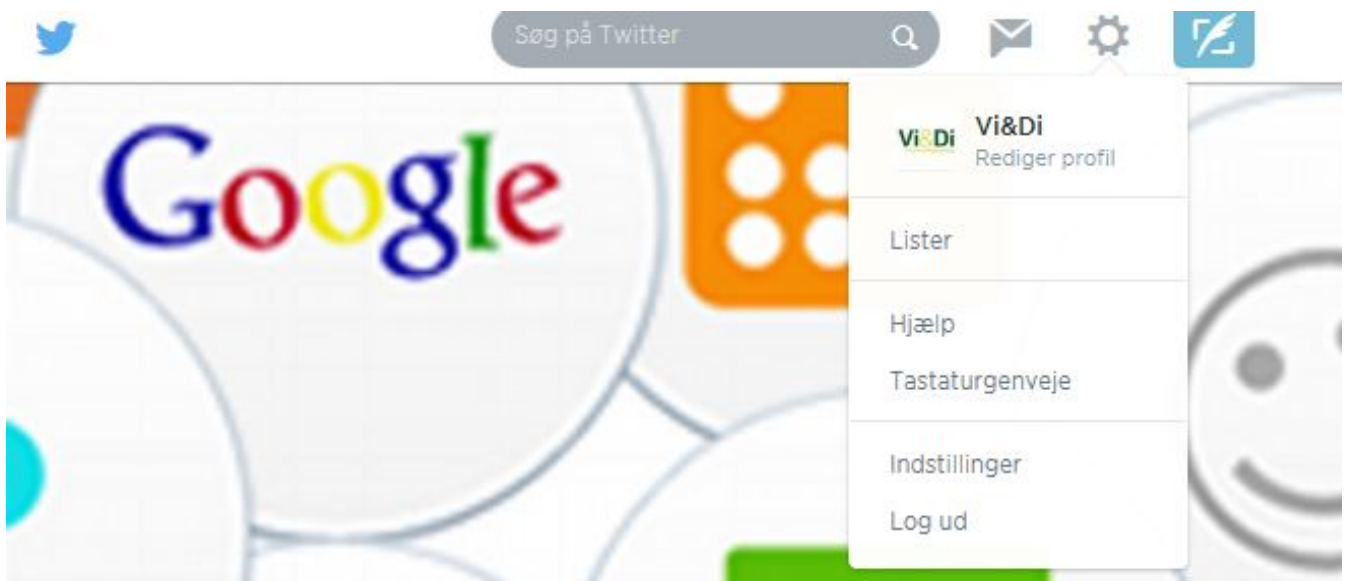
Del dette:

Dette indlæg blev udgivet i Analyser, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, Instagram den 15. august 2014 [<http://vflblog.dk/instagram-voresmad-og-del-din-madoplevelse/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Spam-mails fra Twitter

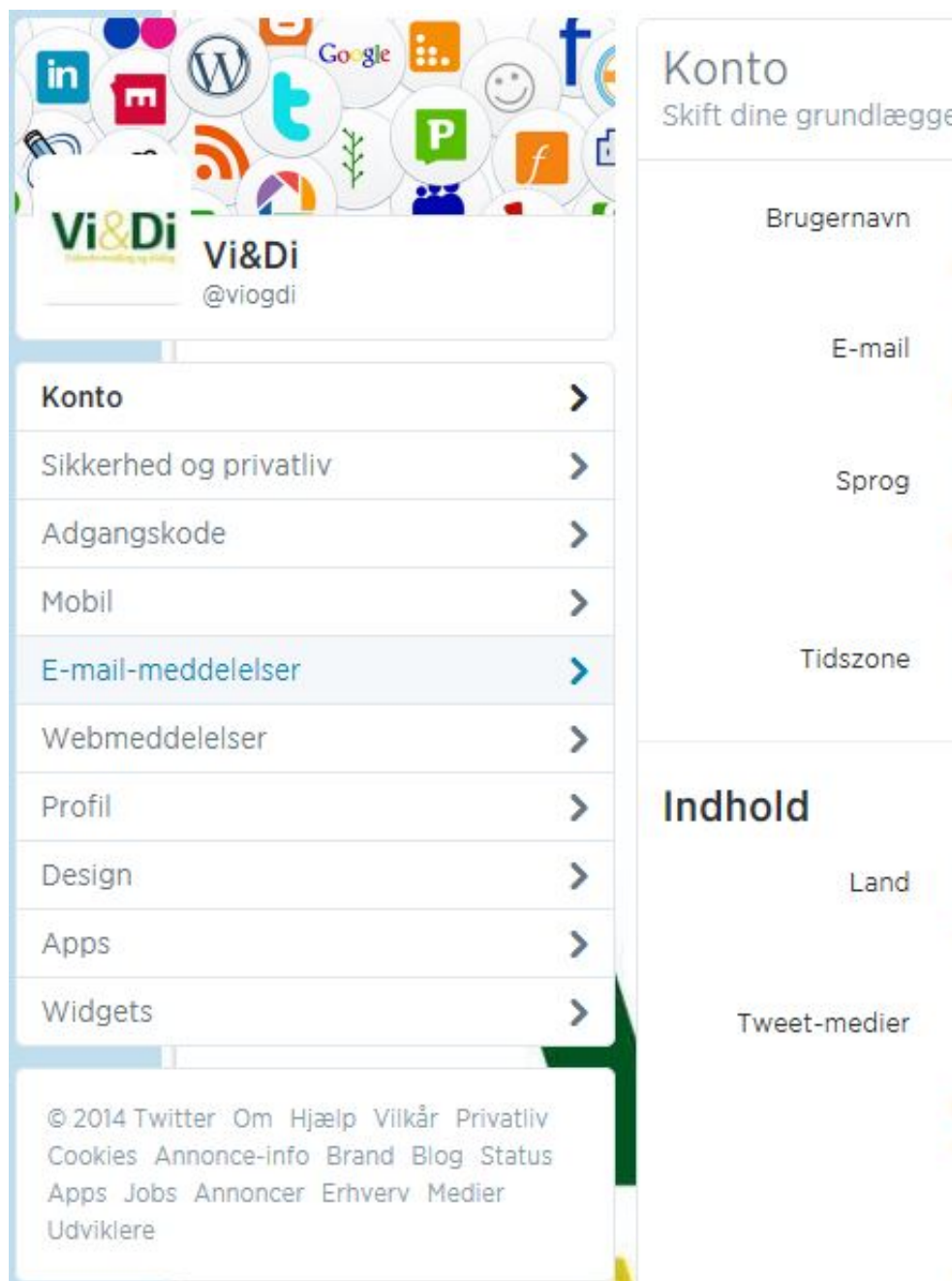
Er du ny på Twitter, eller er du bare irriteret over spam-lignende mails a la "hvem du skal følge på Twitter" eller "hvad der trender på Twitter"? Så får du her nogle fif til, hvad du kan gøre for at afmelde sådanne mails fra Twitter.

1) Find tandhjulet oppe i højre hjørne, når du er logget ind og vælg indstillinger.



Skærmdump fra Projekt Vi&Dis profil på www.twitter.com

2) Vælg så punktet 'E-mail-meddelelser' i menuen til venstre



Skærmdump fra Projekt Vi&Dis profil på www.twitter.com

3) Nu kan du se, at

der som standard er sat flueben ved alle punkter, det vil sige, at du modtager e-mails, når der er aktivitet relateret til dig og dine tweets, dine retweets, dit netværk og opdateringer fra Twitter.

Du kan nu ændre på, hvornår Twitter skal sende dig e-mails ved at fjerne fluebenet ved enkelte eller alle punkter. Du kan altid gå ind og sætte flueben igen, hvis du ændrer mening.

4) Husk at trykke 'Gem ændringerne', så Twitter husker dine ændringer.

[Hjem](#) [Meddelelser](#) [# Opdag](#) [Mig](#) [Søg på Twitter](#)



Vi&Di
@viogdi

- Konto >
- Sikkerhed og privatliv >
- Adgangskode >
- Mobil >
- E-mail-meddelelser** >
- Webmeddelelser >
- Profil >
- Design >
- Apps >
- Widgets >

© 2014 Twitter Om Hjælp Vilkår Privatliv Cookies Annonce-info Brand Blog Status Apps Jobs Annoncer Erhverv Medier Udviklere

E-mail-meddelelser

Kontroller hvornår og hvor ofte Twitter sender e-mail til dig. [Lær mere.](#)

E-mail er aktiveret. [Slå fra](#)

Aktivitet relateret til dig og dine tweets

E-mail mig når

- ☒ Mine tweets er markeret som foretrukne
[Skræddersyet til dig](#)
- ☒ Tweets, jeg er nævnt i, er markeret som foretrukne
[Skræddersyet til dig](#)
- ☒ Mine tweets er retweetede
[Skræddersyet til dig](#)
- ☒ Tweets, jeg er nævnt i, er retweetede
[Skræddersyet til dig](#)
- ☒ Mine tweets bliver besvaret, eller jeg bliver nævnt i et tweet
[Skræddersyet til dig](#)
- ☒ Jeg følges af en ny
- ☒ Jeg har modtaget en direkte besked
- ☒ Nogen deler et tweet med mig
- ☒ En fra min adressebog opretter sig på Twitter

Aktivitet relateret til dine retweets

E-mail mig når

- ☒ Mine retweets er markeret som foretrukne
[Skræddersyet til dig](#)
- ☒ Mine retweets er retweetede
[Skræddersyet til dig](#)

Skærmdump fra Projekt Vi&Dis profil på www.twitter.com

Opdateringer fra Twitter

- E-mail mig med
- ☒ Nyheder om Twitter-produkt- og funktionsopdateringer
 - ☒ Tips til at få mere ud af Twitter
 - ☐ Ting jeg er gået glip af siden sidst, jeg loggede ind på Twitter
 - ☐ Nyheder om Twitter på partner-produkter og andre tredjepartstjenester
 - ☒ Deltagelse i Twitters research-undersøgelser
 - ☒ Forslag til personer jeg måske kender på Twitter
 - ☒ Forslag baseret på hvem jeg sidst er begyndt at følge

Gem ændringer

Skærmdump fra Projekt Vi&Dis profil på www.twitter.com

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Twitter den 8. juli 2014
[<http://vflblog.dk/spam-mails-fra-twitter/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Erfagruppe 2.0 matchens 2. etapevinder – Move Together

Erfagruppen som løber med anden rundes vindertrøjer er Move Together. Move Together er Agri Nords udenlandske erfagruppe, der består af 10 medlemmer fra hhv. Rumænien, Polen og Ukraine.

Der hvor erfagruppen scorer højt er i nytænkningen af deres brug af Facebook som fællesskaber for både medlemmernes integration i Danmark og i lokalområdet samt deres faglige sparring med hinanden og konsulenter fra Agri Nord. Det fungerer rigtig godt, og medlemmerne er gode til at afprøve nogle af de forskellige visuelle værktøjer som Facebook tillader (video- og billeddeling). Og da det ikke er alle der taler dansk, fungerer disse midler godt i kommunikationen og dialogen med hinanden.



Erfagruppen Move Together besøgte for nylig Stenaldercenter Ertebølle. Her leder nogle af gruppens medlemmer efter fossiler i sten på stranden.

Der er også god opbakning omkring erfagruppen og dennes brug af Facebook blandt rådgivere og konsulenter i Agri Nord. Gruppen får derfor også point for den interne videndeling, som sikrer en hurtig respons på medlemmernes behov, som bl.a. medfører en positiv omtale af erfagruppen blandt andre af Agri Nords medlemmer. Det er derfor meget spændende og interessant for Vi&Dis

erfaringer og anbefalinger, at Agri Nord overvejer, at starte to tilsvarende grupper med udenlandske medarbejdere.

Du kan læse mere om erfagruppen, Move Together og Agri Nords erfaringer i artiklen nedenfor, som [Landbrugsavisen bragte d. 20. juni 2014](#).

Facebook samler ansatte udefra

Erfagruppen Move Together består af udenlandske ansatte, som vinder anden runde af Erfagruppe 2.0 Matchen.

Af Lars Bødker Smitt
lbs@landbrugsavisen.dk
tlf. 33 39 47 46

Syv fra Rumænien, to fra Ukraine og en fra Polen.

Det er den nationale baggrund for erfagruppen med det rummelige navn Move Together, der løber med de gule førertrøjer i anden runde af Erfagruppe 2,0 Matchen. Hovedparten af gruppens medlemmer er ansat på svinebedrifter i Himmerland, og gruppen er etableret under AgriNord.

Deler erfaringer

Ifølge dommerne i matchen vinder gruppen, fordi med-

» Vi synes, at det er så positivt, at vi har planer om at starte to tilsvarende grupper med udlændinge

Christina Guldbæk,
HR-rådgiver, AgriNord.

lemmerne udviser stort engagement, og at Facebook fungerer godt til både personlig og faglige kontakt medlemmene imellem. Gruppen er god til at dele oplevelser fra ture rundt i Danmark, og ikke mindst til at dele faglige erfaringer og oplysninger via billeder og video.

At gruppen udgør et netværk, som også har tilknyttet en dansk koordinator og rådgiver, giver mulighed for at arbejde hen imod en bedre integration i lokalområdet og på arbejdspladsen.

»Selv om de fleste i gruppen har været i landet i flere år, er de kun delvist integrerede, og de ved ikke alt om samfundet. Den type af oplysninger deler de også med hinanden,« siger HR-rådgiver Christina Guldbæk, AgriNord.

»Vi synes, at det er så positivt, at vi har planer om at starte to tilsvarende grupper med udlændinge, for vi har jo mange af dem, og vi har indtryk af, at de gerne vil deltage.«

Lovstof på engelsk?

Ud over samværet på Facebook om dagligdags ting samles gruppen typisk hver anden måned til et halvdagsmøde om et aktuelt tema, som kan

handle om landbrug eller andre emner af interesse for de ti medlemmer.

Eksempelvis var gruppen for nylig inviteret ind til en orientering hos Vesthimmerlands Kommune, hvor borgmester Knud Kristensen (K) fortalte om kommunernes struktur og organisering.

»Men her kom det også frem, at der kan være stort behov for oversættelse af dansk lovstof til engelsk. Det ville være en stor hjælp for en del af gruppen, der jo primært kommunikerer på engelsk,« siger Christina Guldbæk.

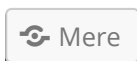
»I starten var det mest os danskere, der satte dagsordenen på Facebook, men efterhånden er gruppen kommet aktivt på banen.«

Erfagruppe 2.0 Match

- Har til formål at fremme brugen af sociale medier i rådgivning og videndeling
- 5 erfagrupeer deltager i matchen
- Grupperne bedømmes af dommere og får point
- se: www.facebook.com/erfagrupeer

Skærm dump fra Landbrugsavisen d. 20. juni

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Erfagruppe 2.0-matchen, Info og tagget 5623, 5625, DA, Facebook den 30. juni 2014 [<http://vflblog.dk/erfagruppe-2-0-matchens-2-etapevinder-move-together/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Hvad betyder et tweet for #dklandbrug

Erfaringerne fra vores [Twitter-projekt](#) viser, at Twitter er et effektivt medie, når det gælder aktuelle her og nu opråb fra konsulenterne i marken. Hvor medlemsblade og Facebook kan indeholde andre faglige nyheder, tvinger den begrænsede mængde tegn på Twitter én til at fatte sig i korthed og fokusere på det, man vil kommunikere. Konsulenterne mener derfor helt klart, at forcen ved Twitter er, at du lynhurtigt og præcist kan kommunikere vigtige observationer til landmændene, hvor det kræver, at landmanden reagerer med det samme.

Selvom mange ikke er på Twitter endnu, stiger [konsulenternes](#) antal af følgere alligevel. Du har også mulighed for at følge deres [tweets](#) med hashtagget #LDKviden på www.landbrugsavisen.dk, og hver fredag frem til 4. juli viser Landbrugsavisen i deres trykte avis tweets fra marken fra de lokale centre, der bruger hashtagget #LDKviden.

Vi håber også, at projektet fører til, at både landmænd og konsulenter fremover ser muligheder i at kommunikere på Twitter og på den måde involvere hinanden i deres hverdag via små hurtige observationer. Som en af konsulenterne nævnte, vil mange øjne i marken give en stor bredde i observationerne, som vil lede til en hurtigere parathed i forhold til fx arbejdet i marken.

Konsulenter vil tweete ekstra plus på bundlinjen

Konsulenter fra fem centre fordelt over hele landet bruger twitter til at videregive korte og konkrete råd om pludseligt opståede problemer i marken.

Af Lars Kelstrup

Facebook, Instagram, LinkedIn og Twitter. På få år er sociale medier blevet voldsomt populære. Men kan de også bruges i landbruget til at skabe bedre tal på bundlinjen ude hos den enkelte landmand? Det har Videncentret for Landbrug sat sig for at undersøge. Derfor har de bedt lokale planteavlskonsulenter oprette profiler på Twitter, så de i løbet af vækstsæsonen kan lægge billeder og korte tekster, såkaldte tweets, ud på nettet. Foreløbig tweete konsulenter fra fem centre los, og erfaringerne er gode.

»De engelske landmænd bruger Twitter meget til at dele viden og erfaringer med hinanden, men også som en form for fællesskab, hvor man ikke er begrænset af geografiske afstande. Nu vil vi se, om



Et tweet med en kort tekst og et billede, der viser skadegøreren eller problemet i marken.

danske landmænd også kan få gavn af den lidt anderledes måde at kommunikere på,« forklarer Christine Werlauff, VFL, som er leder af Twitter-projektet.

Hun tilføjer, at tilbagemeldingerne fra de planteavlskonsulenter, der bruger Twitter, er, at mediet egner sig rigtig godt til her og nu-opråb, som kræver hurtig indsats i marken. Via et billede og 140 tegn beskrives problemet og suppleres med et konkret råd om, hvordan problemer skal håndteres. Tilbagemeldingerne fra planteavlskonsulenterne er dog også, at der stadig er forholdsvis få landmænd, der benytter sig af tilbuddet. Men at antallet stiger støt i takt med, at de landmænd, der har gode erfaringer med tilbuddet, fortæller det videre til andre.

Twitter i planteavl

- Et tweet er en kort besked, som kan suppleres med et billede.
- For at få adgang til planteavlskonsulenternes tweets skal man oprette en profil på www.twitter.com og søge under #ldkviden.

Tweets

Hver uge frem til 4. juli viser vi tweets om marken fra de lokale centre - tjek: [#LDKviden](https://twitter.com/ldkviden)

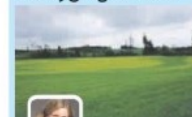
Vårbyg og bladplet



Marie Fritzen Uth
[@MarieUth_JYSK](https://twitter.com/MarieUth_JYSK)

Der er allerede kraftige angreb af bladplet og skoldplet i pløjefri #LDKvårbyg. På billedet ses bladplet. [#LDKviden](https://twitter.com/ldkviden) [pic.twitter.com/ya0qU5Uzja](https://twitter.com/ldkviden)

Vårbyg og kobber



Marie Fritzen Uth
[@MarieUth_JYSK](https://twitter.com/MarieUth_JYSK)

Kobbermangel er sjældent et problem, men når Cut er nede på 0,5 får det synlige konsekvenser i [#LDKvårbyg](https://twitter.com/ldkviden). [#LDKviden](https://twitter.com/ldkviden) [pic.twitter.com/cxj5c4pEL0](https://twitter.com/ldkviden)

udklip fra landbrugsavisen d. 23. maj 2014 <http://www.landbrugsavisen.dk/Nyheder/Alle/Forside.htm>

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Twitter den 26. maj 2014 [<http://vflblog.dk/hvad-betyder-et-tweet-for-dklandbrug/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Fremhæv dine Twitter-beskeder på en Facebook side

Hvis du som planteavlskonsulenterne bruger Twitter i dit arbejde og gerne vil dele de bedste tweets på en Facebook side, kan du gøre følgende.

Adgang via computeren www.Twitter.com (du skal ha' oprettet en profil på Twitter for at få adgang):

1. Gå ind på den enkelte profil, hvorfra du gerne vil fremhæve en Twitter-besked. Her er det et

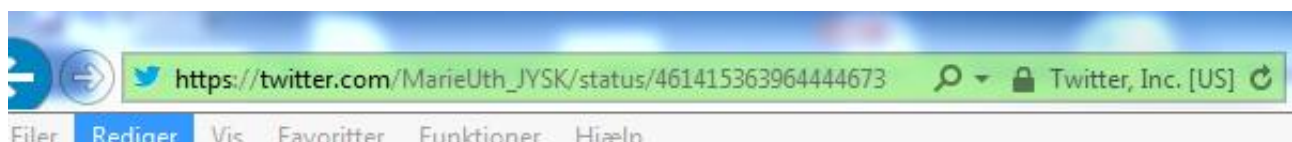
eksempel fra Planteavlskonsulent, Marie Uths Twitter-profil.



2. Tryk på den Twitter-besked, du gerne vil fremhæve, så det kun er den valgte tweet, der vises:



3. Kopier linket i URL'en:



4. Sæt linket ind i boksen på den Facebook-profil eller Facebook-side, du gerne vil lave en

opdatering. Slet linket fra tekst-området, når den valgte Twitter-besked dukker op:



Nu har du lavet dit opslag med Twitter-beskeden på Facebook. Når besøgende trykker på linket i din opdatering, bliver de ledt ind på Twitter. Har de ikke en Twitter-profil, vil de blive bedt om at oprette en.

Adgang via Twitter-app'en på din smartphone. Du kan på samme måde kopiere et link og sætte ind i en Facebook-opdatering via Twitter-app'en på din smartphone. Her er det et eksempel fra en iPhone.

1. Tryk på den Twitter-besked du vil fremhæve:



2. Når du har valgt den Twitter-besked, du vil fremhæve, så tryk på ikonet med de tre prikker:



3. Når du trykker på ikonet med de tre prikker, får du mulighed for at kopiere linket til Twitter-beskeden:



4. Når du har trykket på 'kopier link til tweet', kan du gå ind på Facebook via Facebook app'en på din smartphone og indsætte linket i en opdatering ved at holde fingeren nede i tekstfeltet.

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Twitter den 2. maj 2014
[<http://vflblog.dk/fremhaev-din-twitter-beskeder-paa-en-facebook-side/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Tweet på Twitter



Er du blevet inspireret af [planteavlskonsulenterne](#)? Og har du lyst til selv at tweete, følge eller kommentere på deres tweets om set og sket i marken skal du oprette en profil på Twitter.

Få hjælp til hvordan du skal gøre i denne vejledning:



Opret en profil på Twitter from Projekt Vi&Di

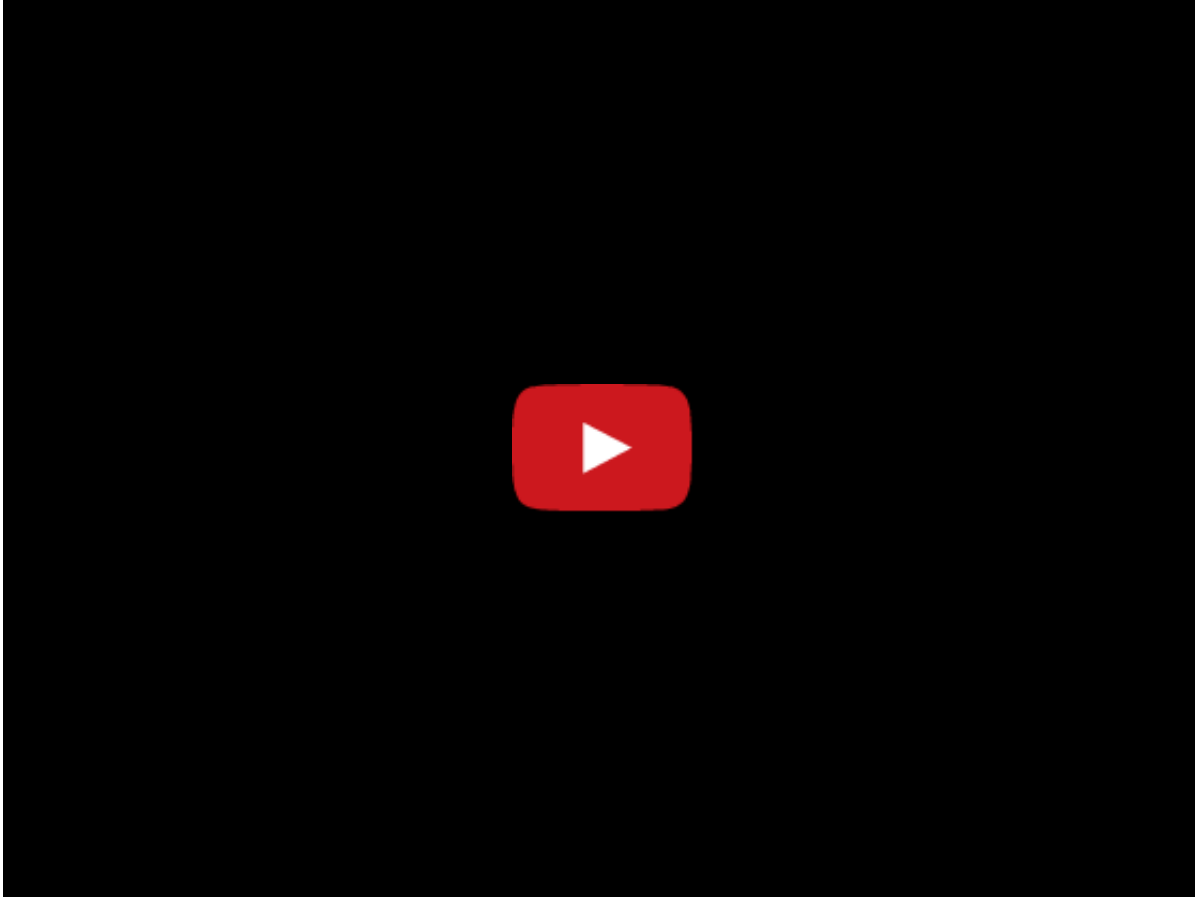
Del dette:



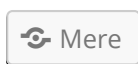
Dette indlæg blev udgivet i Info, Vejledning, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Twitter den 30. april 2014 [<http://vflblog.dk/tweet-paa-twitter/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Webinar: Social mediestrategi i en videnvirksomhed

Så du ikke vores webinar om Social mediestrategi i en videnvirksomhed, så kan du se det her.



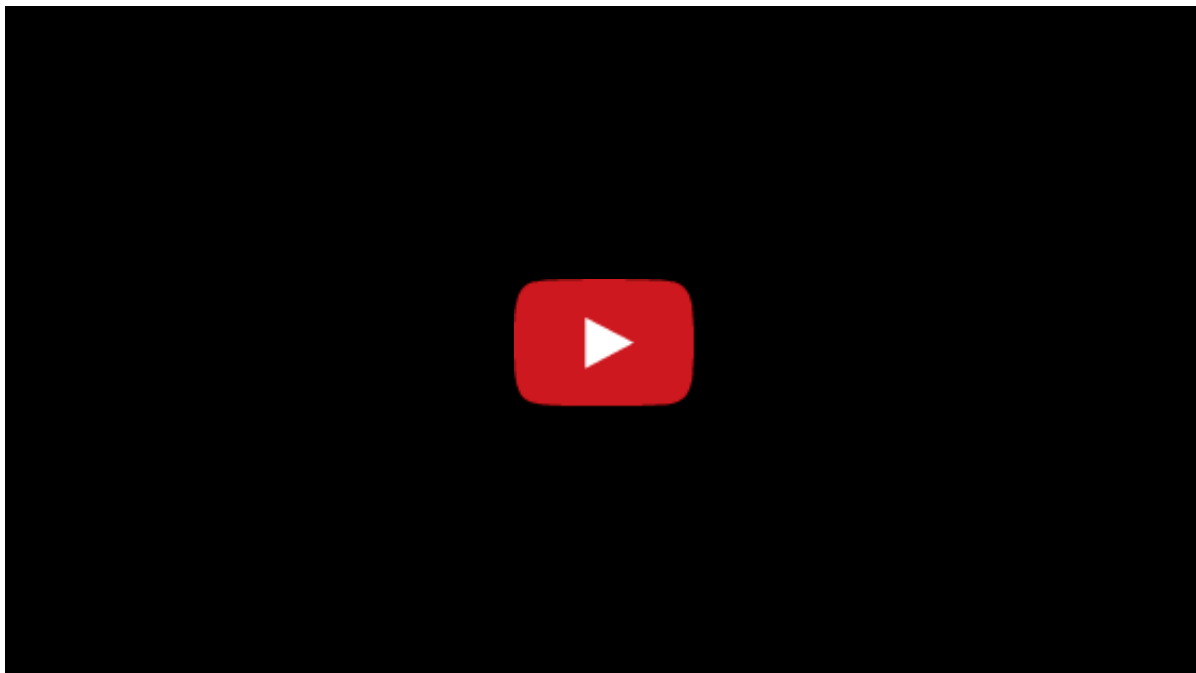
Se også slides fra webinarret herunder

Del dette:

Dette indlæg blev udgivet i Digital strategi, Gå-hjem Webinar, Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, mediestrategi, U1, webinar den 4. april 2014 [<http://vflblog.dk/social-mediestrategi/>] af Anne Skov.

Webinar: Skab værdi med sociale medier

Så du ikke vores webinar om at skabe værdi med sociale medier, så kan du se det her.



Se også slides fra webinarret herunder

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Gå-hjem Webinar, Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, sociale

medier, U1, webinar den 28. marts 2014 [<http://vflblog.dk/webinar-skab-vaerdi-med-sociale-medier/>]
af Anne Skov.

Vejledning til Yammer

Yammer er et socialt netværk designet til virksomheder, som vil øge samarbejdet, kommunikationen, vidensdelingen og team effektiviteten, ofte internt i organisationen eller med samarbejdspartnere og kunder.

Yammer foregår i et lukket forum og er gratis for alle Office 365 kunder med Enterprise aftaler med Sharepoint online.

Fordelene ved Yammer er at fremme samarbejdet og styrke produktiviteten i teams, idet det er let at forbinde, kommunikere og videndele om projekter og begivenheder. I forhold til den almindelig mailkorrespondance, kan Yammer være med til at give et overblik over, hvad de enkelte medarbejdere arbejder på og på den måde hurtigere opdage sparringspartnere til egne projekter eller arbejdsopgaver. Yammer kan derfor være med til at styrke læringen mellem kollegaer og bedre samarbejdsmuligheder kan også føre til en højere produktivitet.

Se vejledningen til hvordan du opretter og bruger din profil på Yammer her:



En introduktion til Yammer for virksomheder from **Projekt Vi&Di**

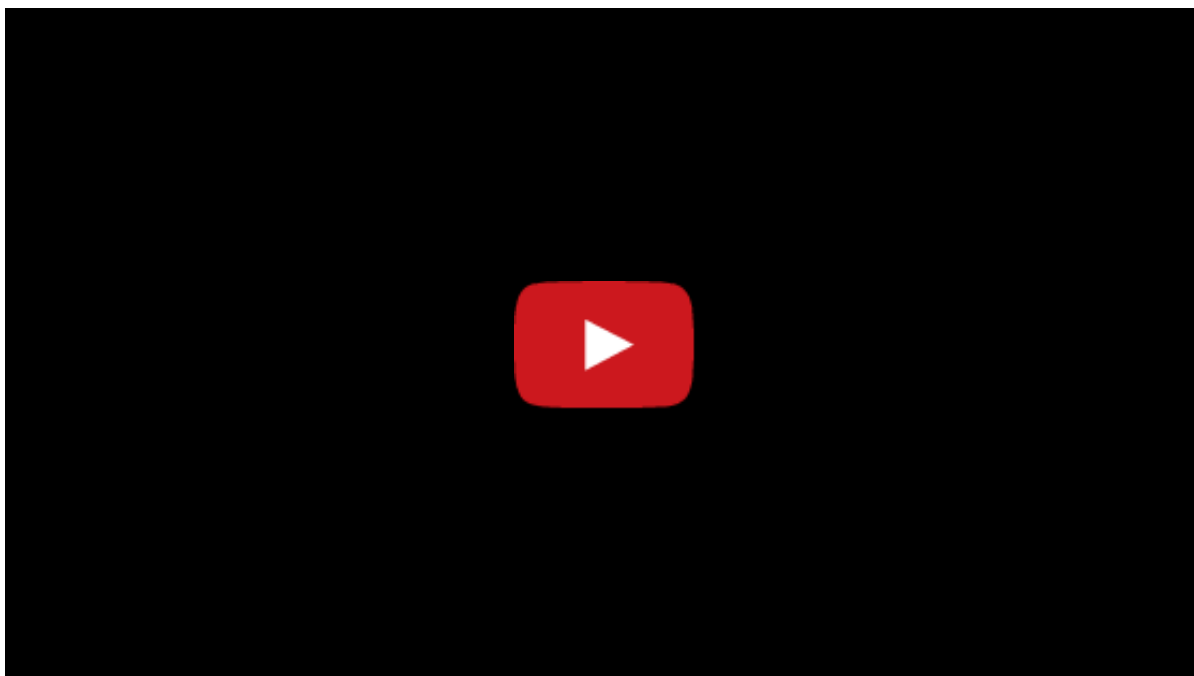
Du kan læse mere om Yammer [her](#)

Del dette:

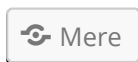
Dette indlæg blev udgivet i Vejledning, Viden og tagget 5623, 5625, DA, U3, Yammer den 14. marts 2014 [<http://vflblog.dk/vejledning-til-yammer/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Webinar om LinkedIn

Så du ikke vores webinar om LinkedIn, så kan du se det her.



Se også slides fra webinarret herunder

Del dette:

Dette indlæg blev udgivet i Gå-hjem Webinar, Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, LinkedIn, U3, webinar den 13. marts 2014 [<http://vflblog.dk/webinar-om-linkedin/>] af Anne Skov.

Twitter-tilbud til planteavlskonsulenter

Twitter i planteproduktionen, var et af de eksempler, der blev fremhævet i webinarret om Twitter.

Som I kan læse, efterlyser vi til projekt 'Planter i Vækst' fem planteavlskonsulenter, -rådgivere eller -undervisere til at afprøve Twitter i vækstsæsonen.

Vi har fundet syv hashtags, som vi vil filtrere på i Twitter-boksen på landmand.dk og på landbrugsavisen.dk: #LDKrops, #LDKkorn, #LDKbyg, #LDKhvede, #LDKmajs, #LDKgræs, #LDKfrøgræs. (LDK=landmand i DK).

Vi opfordrer konsulenter, landmænd, undervisere, elever – alle landbrugsinteresserede til at tilføje hashtags, så vi kan videreformidle alle spørgsmål, opfindelser, gode råd og opdagelser i det landbrugsfaglige arbejde.

Projektet vil undersøge, om Twitter kan bruges til en hurtig og simpel faglig viden- og erfaringsudveksling i en landbrugsfaglig kontekst.

Vi blev eksempelvis inspireret af denne opdatering fra Sønderjysk Landboforening, som ligeså vel kunne være en tweet fra en rådgiver til en gruppe af landmænd, der følger rådgiveren eller #LDKrops



Twitter i planteproduktionen

Kan du tænke dig at teste, om Twitter kan bruges i dit arbejde som planteavlskonsulent?
 Kan du tænke dig at få vist dine tweets på landmand.dk og landbrugsavisen.dk?
 Vil du se, om Twitter kan give mere trafik på jeres virksomheds hjemmeside?

Så tilmeld dig Twitter-teamet 'Planter i vækst' og vær med til at tweete om planteavl i den kommende vækstsæson. I bliver et team på ca. 5 personer.

I projektet vil vi sammen undersøge om Twitter kan bruges i en landbrugsfaglig kontekst. Twitter er smart i forhold til den simple kommunikation fra en til mange på kryds og tværs af netværk og geografi. Twitter er et effektivt og hurtigt medie, som mest af alt minder om SMS'er, og nu hvor smartphones er ved at være en fast bestanddel i enhver landmands lomme, kunne vi tænke os at se, hvordan landmanden, rådgiveren, ekspert, eleven og underviseren kan videndele med hinanden via Twitter.

Værdien af Twitter – derfor skal du tweete

Twitter handler om samtaler, interessefællesskaber, relevant information og links. Man interagerer, følger og tweetar med folk, man ikke nødvendigvis kender eller har mødt, men via hashtags som fx #dklandbrug, #dkpol, #Olympics2014 kan man følge med i diskussioner, blive opdateret eller få gode råd. Modsat Facebook, hvor man kan netværke med venner, familie og synes godt om brands eller virksomheder, er Twitter offentligt og interesseorienteret og handler mest om de emner, som er oppe her og nu.

Hashtags

Hashtags er metadata og bruges til at kategorisere samtaler og dermed vise, hvad samtalen drejer sig om. Fx hvis du tweetar, "Ser mange svindings-skader i #LDKhvede". Har mistanke til tidlige ukrudtsprøjtninger. #dklandbrug' vil alle, der søger på #dklandbrug eller #LDKhvede kunne se denne tweet og svare. Hashtags er brugbare til at definere tweeten, da en Twitter-besked kun må fylde 140 tegn, inklusive hashtag og links.

Det praktiske, når du deltager i projektet

Du skal:

- Tweete 2 beskeder om ugen i vækstsæsonen (1. april – 1. juli 2014) om noget, du har set i marken, læst i en faglig artikel eller oplevet, som kan have relevans for landmanden, mfl.
- Bruge et af disse hashtags i dine tweets: #LDKrops, #LDKkorn, #LDKhvede, #LDKmajs, #LDKbyg, #LDKgræs, #LDKfrøgræs (LDK (ligegyldigt om det er store eller små bogstaver) = Landmand i Danmark). Lav gerne selv flere hashtags.
- Deltage i et afsluttende videndelmøde på Skype eller lignende med de andre tweetere i projektet 'Planter i vækst'.

Du får:

- Opstartshjælp på et 3 timers møde hos dig som består af:
- Hjælp til oprettelse og brug af din Twitter-profil
- Indføring i Twitter-boksen på Landmand.dk, hvor du via dine tweets kan kommunikere direkte til alle interesserede i planteavl
- Mulighed for at få rådgivning i andre sociale medier
- Indlæring af Twitter-felt på jeres hjemmeside, blog (valgfrit)
- Sparring under projektløbet (1-2 timer pr. telefon eller mail)
- Følgere på Twitter. Vi tager kontakt til landbrugsfaglige uddannelsesinstitutioner, landmænd, undervisere mfl, hvor vi vil opfordre dem til at følge dig på Twitter
- Omtale i minimum en afsluttende artikel om Twitter-projektet i diverse medier
- Honorar på 15.000 kroner for dit arbejde med at tweete.

Tilmelding

Du tilmelder dig projektet hos Nicolai Fog Hansen nfh@vfl.dk eller Bodil Pedersen bfp@vfl.dk

Har du yderligere spørgsmål kan du kontakte Nicolai Fog Hansen på T: 8740 5028 / M: 21 71 7798


VIDENCENTRET FOR LANDBRUG





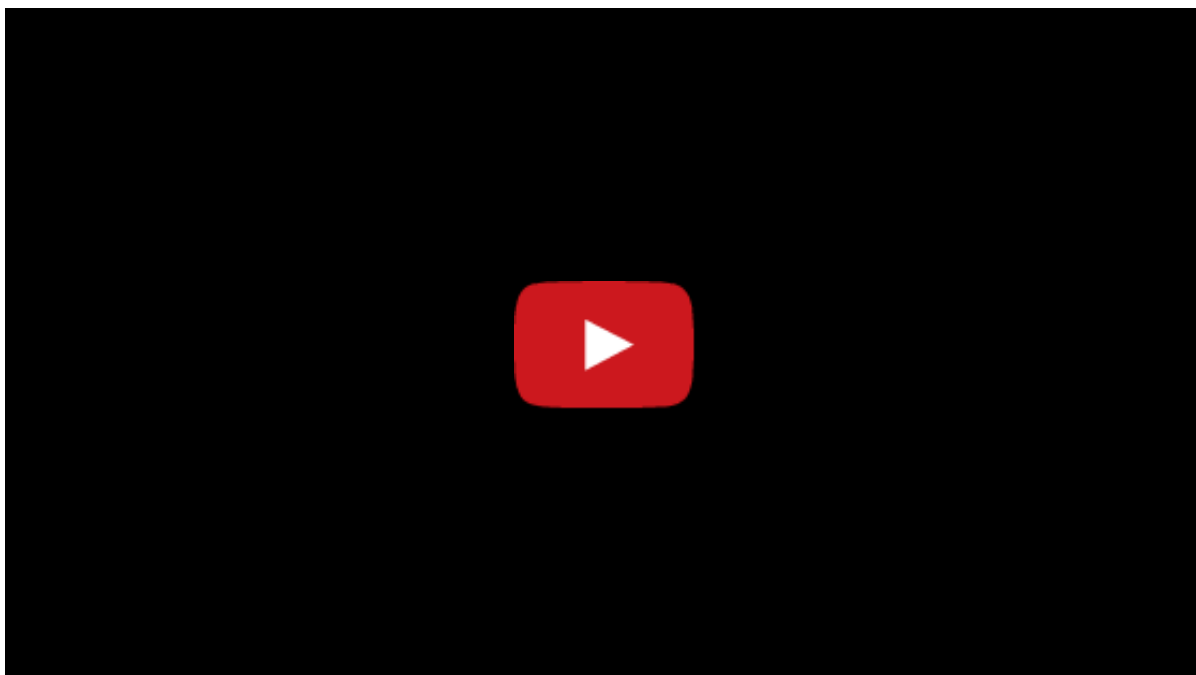
Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, Twitter, U1 den 11. marts 2014 [<http://vflblog.dk/twitter-tilbud-til-planteavlskonsulenter/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Webinar om Twitter

Så du ikke vores webinar om Twitter, så kan du se det her.



Se også slides fra webinarret herunder.

Del dette:

Dette indlæg blev udgivet i Gå-hjem Webinar, Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, Twitter, U1, webinar den 7. marts 2014 [<http://vflblog.dk/webinar-om-twitter/>] af Anne Skov.

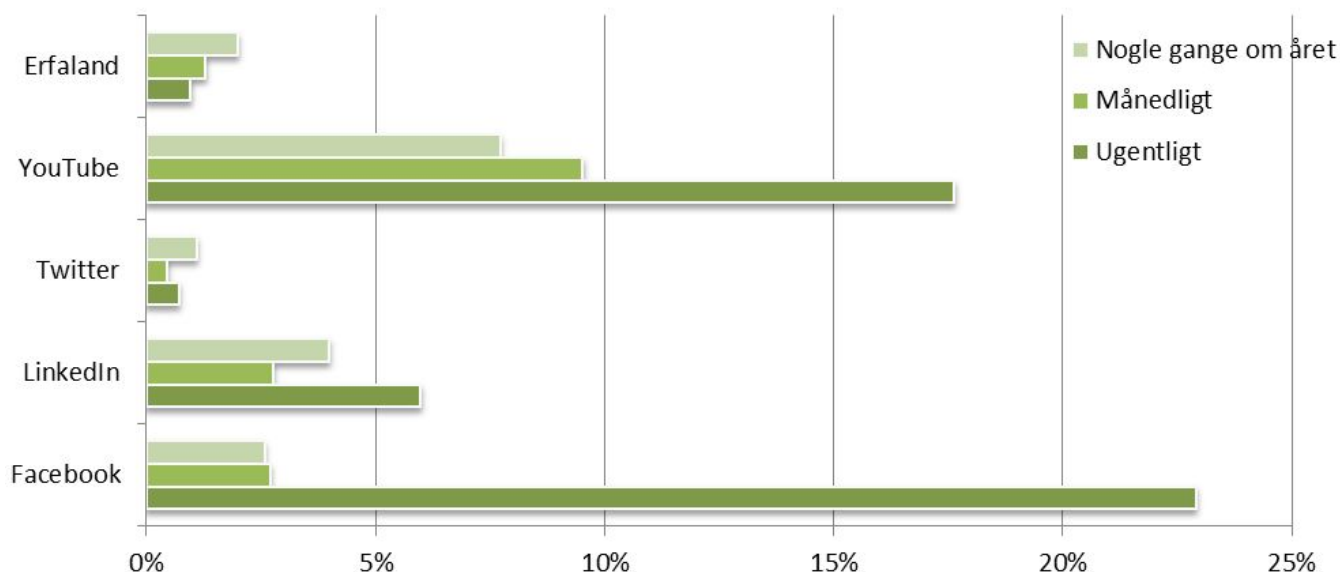
Landmænds brug af sociale medier

Økonomi & Virksomhedsledelse, ved Videncentret for Landbrug gennemførte i januar 2014 en spørgeskemaundersøgelse blandt danske deltids- og heltidslandmænd. Her blev der bl.a. stillet spørgsmål til landmændenes medieforbrug.

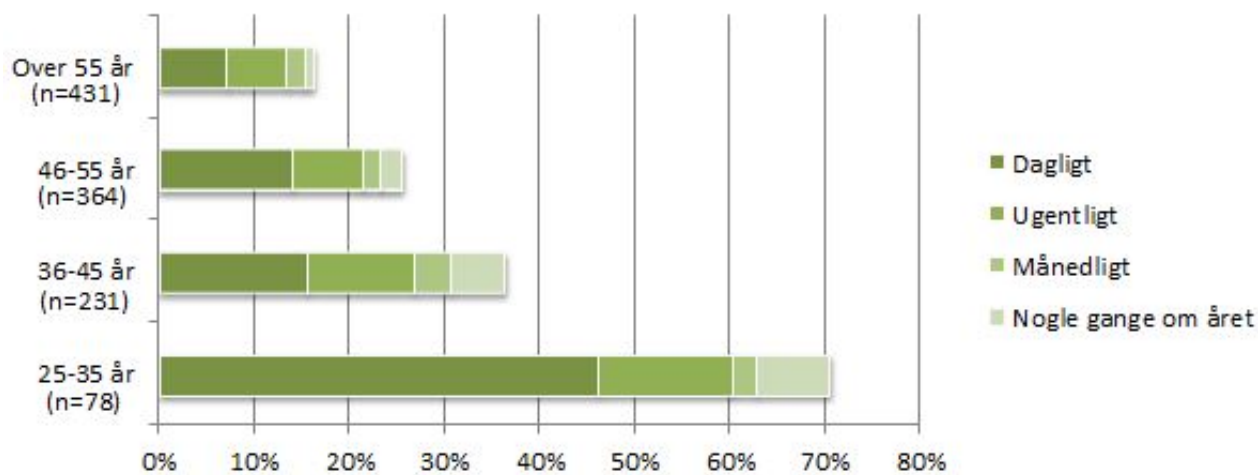
Resultaterne skal dog fortolkes med en vis forsigtighed, da det samlede antal respondenter af undersøgelsen kun er på 1.554 ud af de 17.968 landmænd, der fik tilsendt spørgeskemaet. Vi forholder os også til, at nogle kun har udfyldt spørgsmålene delvist om sociale medier.

Men besvarelserne er vigtige, da de kan give et praj om, hvor hurtigt de nye sociale teknologier spredes og adopteres af landmændene i dag.

Grafen nedenfor viser, at Facebook og Youtube stadig er mest populært blandt landmænd. Det skyldes, at Facebook er et veletableret medie og da Youtube både er et underholdning, reklame og fagligt medie, tiltrækker det rigtig mange mennesker. Snakker vi indholdsstrategier betyder det, at Youtube kan være et brugbart medie, hvor du kan uploade faglige film, som via links til eksempelvis Facebook, blogs eller virksomhedshjemmesider kan bruges strategisk til at understøtte din synlighed og dit budskab på flere medier.



Det er også værd at medtage denne graf, der viser, at det primært er den yngre aldersgruppe, der vinder frem på sociale medier



Aldersgruppen 25-35 år er med godt 70% på højde med det generelle danske niveau for brug af Facebook. Det vil derfor give god mening at indtænke denne målgruppes behov og tilstedeværelse på de sociale medier i sin fremadrettede kommunikation og behov for videndeling med målgruppen.

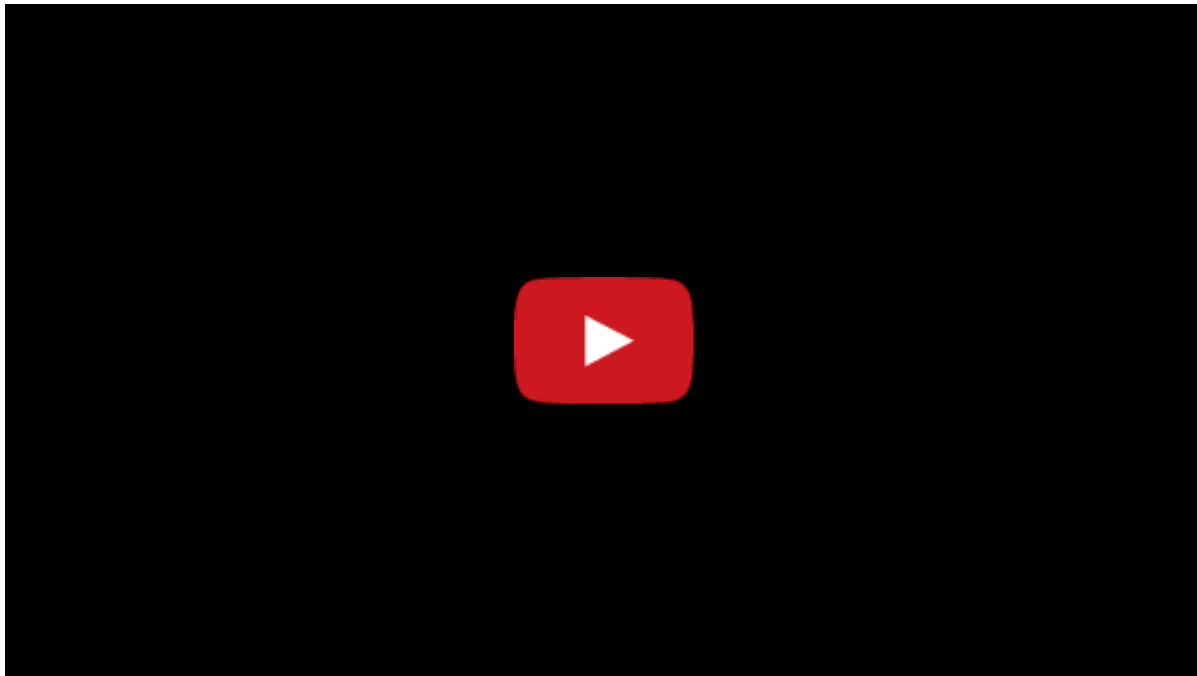
Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Analyser, Digital strategi, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, U1, Youtube den 28. februar 2014 [<http://vflblog.dk/landmaends-brug-af-sociale-medier/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Webinar om webinars

Så du ikke vores webinar om webinars, så kan du se det her.



Se også slides fra webinarret herunder.

Del dette:

Dette indlæg blev udgivet i Gå-hjem Webinar, Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, U3, webinar den 26. februar 2014 [<http://vflblog.dk/webinar-om-webinars/>] af Anne Skov.

OBS! Her er det endelige program til seminaret



DYRK DIALOGEN OG SPIND DIT NETVÆRK

SEMINAR - om sociale medier

TID: 19. marts 2014 kl. 8.45-15.45

STED: Koldkærgård Konferencecenter, Agro Food Park 10, Aarhus N

Få inspiration af blandt andet **Jonathan Wichmann**, manden bag Mærsk's succes på sociale medier og bliv udfordret på hvordan de sociale medier springer rammerne for, hvor langt vi kan nå med vores buskaber.

Fokus er hvordan du som landmand, rådgiver, kommunikationsmedarbejder eller virksomhedsleder kan integrere og indtænke de sociale medier i din faglige formidling.

Se programmet på landbrugsinfo.dk/viogdi

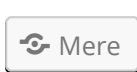
Programmet til seminaret er på plads, og vi kan nu præsentere hele seks indlægsholdere med hver deres vinkler på sociale medier.

Program

Kl.	Programpunkt
8.45	Kaffe og ankomst
9.15	Velkomst og Dagens program Projektleder Dorte Marcussen og Projektmedarbejder Christine Skærlund Werlauff, Vi&Di
Sektion 1: "Bliv fulgt og følg – sociale medier er kommet for at blive"	
9.30	Landmanden, bedriften, produktionen og produkterne på Facebook - Mælkeproducent Thomas Poulsen fortæller om, hvordan han bruger Facebook, og hvilke tanker han har om at benytte mediet i dagligdagen - Projektleder Dorte Marcussen giver bud på, hvordan landmænd, der er aktive på de sociale medier, kan blive "ambassadører" og vigtige aktører i formidlingen af faglig viden
10.00	Rådgivning og kundekontakt via sociale medier Advokat Jacob Tøjner, Partner i Sankt Petri Advokater i København viser hvordan han er aktiv på blog, Facebook og Twitter og fortæller hvad det har betydet for ham i forhold til rådgivningen og kunderne
10.45	Pause
11.00	Sociale medier og forretningsmodellen Selvstændig rådgiver i digitale og sociale medier Andreas K. Johannsen inspirerer os til, hvor og hvordan sociale medier kan bruges til tættere relationer i b2b sammenhænge
12.00	Frokost
Sektion 2: "Et rids af det nye digitale landskab"	
12.45	Jonathan Wichmann, Social medie konsulent hos Wibroe, Duckert & Partners har tidligere været social medie chef hos Maersk og har med stor succes fået Maersk til at have en meget aktiv profil på forskellige platforme, som rigtig mange følger.
Sektion 3: "Spind et net og skab relationer"	
13.45	Introduktion til sektion 3 Projektleder Dorte Marcussen og Projektmedarbejder Christine Skærlund Werlauff Vi&Di
13.50	Dialog med kollegaer i en lukket gruppe på Facebook Mælkeproducent Thomas Poulsen fortæller om, hvordan han er dialog med sine kollegaer på Facebook
14.00	Kaffe
14.30	Faglig dialog i grupper på LinkedIn Konsulent Lars Frello fra Teknologisk Institut fortæller om deres brug af LinkedIn grupper til faglig vidensudveksling, hvordan de holder gang i grupperne og gør opmærksom på disse
15.00	Hvorfor - og derfor - sociale medier Medieforsker Jakob Linde Jensen, AU, Institut for Æstetik og Kommunikation forsker i sociale anvendelser af nettet. Han vil derfor med udgangspunkt i teoretiske aspekter af internettet og samfundet se på præmissen i dag, og hvorfor vi skal implementere de sociale medier i vores informations- og kommunikationsstrategier
15.45	Tak for i dag

Læs mere om indlægsholderne [her](#) og [tilmeld dig seminaret](#) hos Pernille Ovesen pro@vfl.dk eller på Sched.org

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Info, Seminar 19.03.14, Viden og tagget 5623, 5625, DA, demo-c, U1 den 21. februar 2014 [<http://vflblog.dk/obs-her-er-det-endelige-program-til-seminaret/>] af Christine Skærlund Werlauff.

#landbrug på Twitter



<http://www.fwi.co.uk/articles/05/01/2013/137031/the-farmers-leading-a-twitter-revolution.htm>

En Twitter revolution ruller blandt engelske landmænd. For den engelske landmand er Twitter blevet et medie, hvor de opdaterer, deler viden og føler sig som en del af et større landbrugsfælleskab, der rækker langt ud over de små lokale grupperinger, de deler i deres nærområder.

Søger man på hashtagget #AgrichatUK, #clubhectare og #AgGen vil man opleve tre af de største landbrugsfaglige grupper på Twitter i England, hvor landmænd og andre interessenter deler en fælles passion for industrien og for de involverede i landbruget.

Ideen med eksempelvis AgrichatUK på Twitter er at give alle et sted at diskutere, dele ideer og best practice, debattere samt netværke med andre, man ikke nødvendigvis ville støde på ellers. AgrichatUK giver også landmænd mulighed for at forklare og eksemplificere landbrug til en ikke-landbrugsfaglig modtager.

Landbrugsavisens "Farmer-selfie" (af 'felfie') konkurrence er også med til at vise, at landmænd,

landbrugsskoleelever m.fl. har deres mobiltelefoner/smartphones med sig i hverdagen og at et medie som fx Twitter vil være hurtigere at kommunikere igennem i stedet for, at man fysisk skal ind til computeren, hver gang man skal netværke med sine kollegaer, rådgiver, omverden m.fl.

Følg Vi&Di på Twitter eller hent inspiration fra disse engelske landmænd på Twitter:

[Heather Gorringe](#) – farmer's wife and Wiggly Wiggles

[Commission for Rural Communities](#)

[Organic Farmers and Growers](#)

[Museum of English Rural Life](#)

[The Pink Pigs](#) – organic pig farmers

[Philip Gorringe](#) – farmer

[Matthew Naylor](#) – farmer and Farmers Weekly columnist

[Harper Adams](#)

[Stephen Clarkson](#) – ex-dairy farmer working in organic certification

[Tim Teague](#) – farmer

For mere inspiration læs disse artikler:

[The farmers leading a Twitter revolution](#)

[How to use Twitter](#)

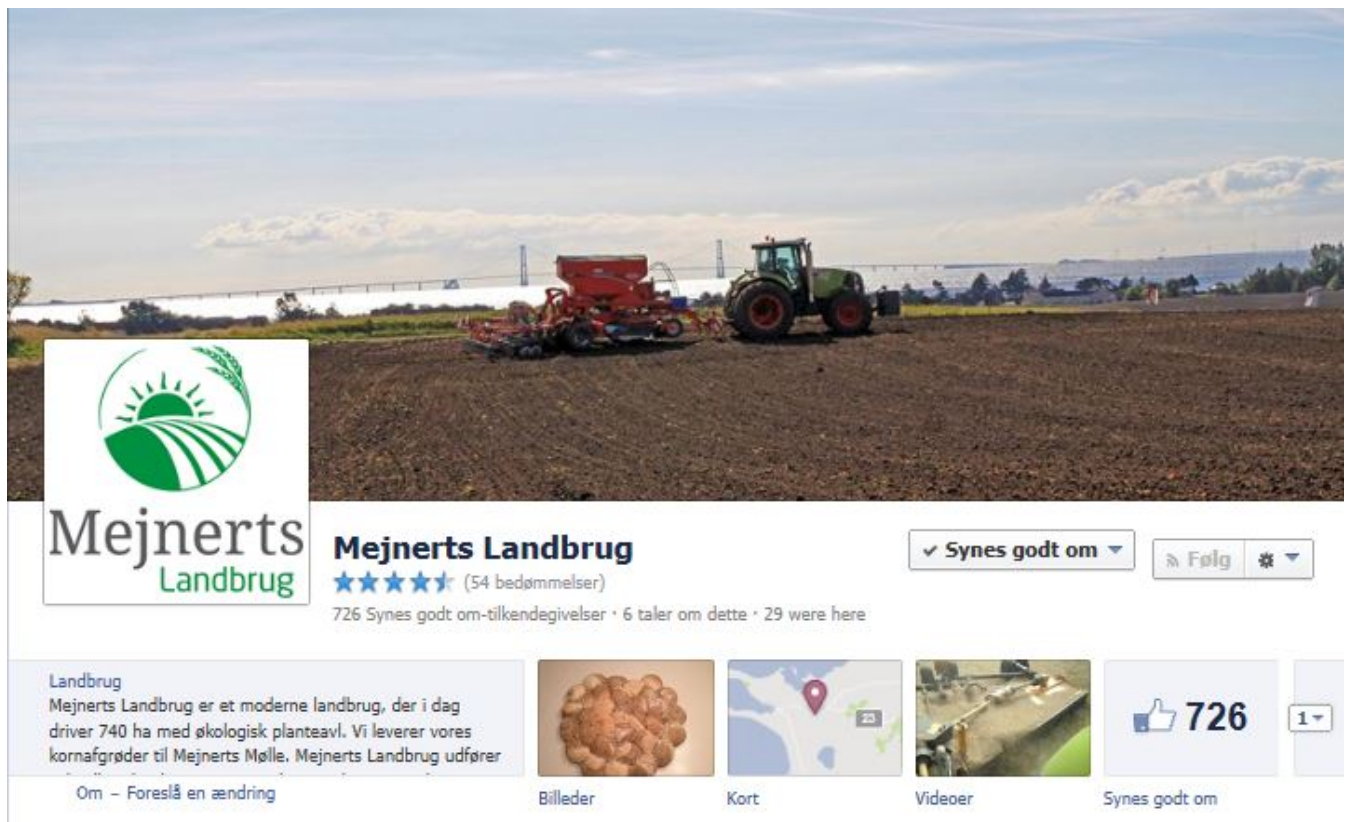
[The felfie: how farmers are embracing social media](#)

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Twitter, U1 den 19. februar 2014 [<http://vflblog.dk/landbrug-paa-twitter/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Landbrug på Facebook



Da vi afholdt webinar om Facebook, var I nogle stykker, der gerne ville inspireres af andre landmænd, som er på Facebook med deres bedrift. Jeg har derfor samlet nogle af dem, Vi&Di følger i en liste nedenfor. I må gerne linke til andre i kommentarfeltet, så vi kan følge flere på Facebook.

[Mejnerts Landbrug](#)

[Fuglsøgaard](#)

[Melbæk](#)

[Lindemærke](#)

[Schmidts jordbær](#)

[Gl. Overgaard](#)

[Lykkesholm](#)

[Nygaard v. Fam. Kristensen](#)

[Go-gris I/S](#)

[Tastum Jersey](#)

[Kærsholm-Overgaard](#)

[Klappekød](#)

[Mosegården ved Kristian Olesen](#)

[Ågården](#)

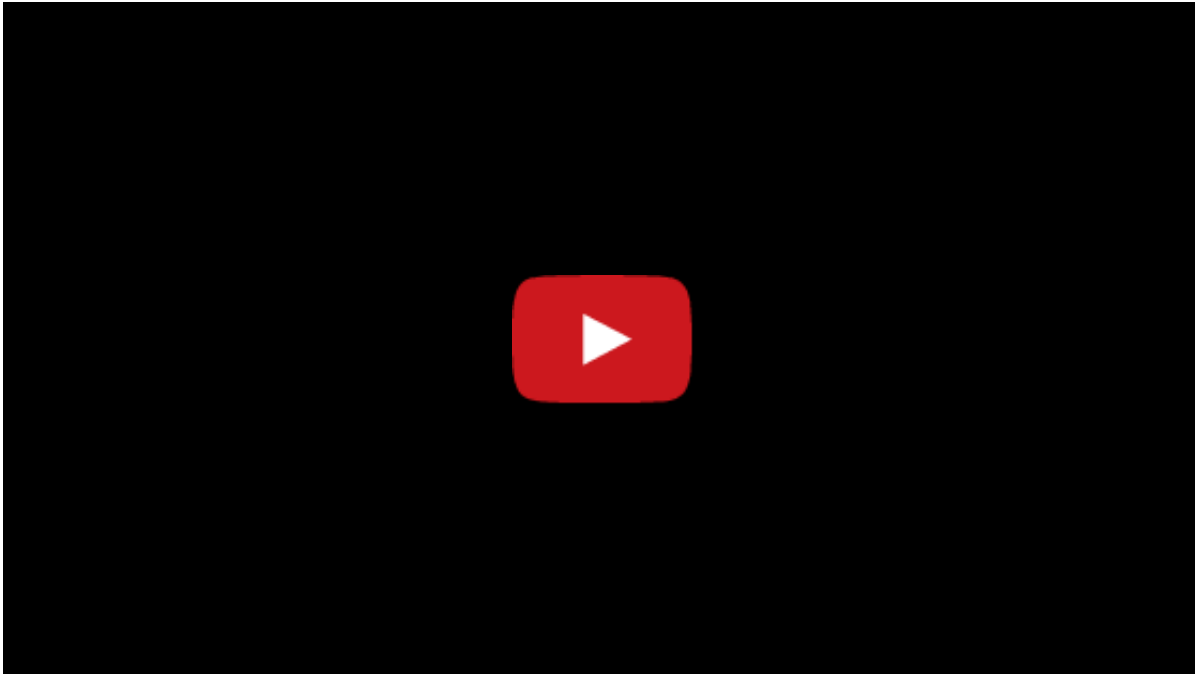
Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, U1 den 12. februar 2014 [<http://vflblog.dk/landbrug-paa-facebook/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Webinar om Facebook

Så du ikke vores første webinar om Facebook, kan du se eller gense det her.



Du kan se de vejledninger, vi henviser til her:

[Privatindstillinger på Facebook](#)

[Tre vejledninger til Facebook](#)

Herudover kan du stadig nå at tilmelde dig vores [seminar](#) om sociale medier d. 19. marts.

Se slides fra webinarret herunder:

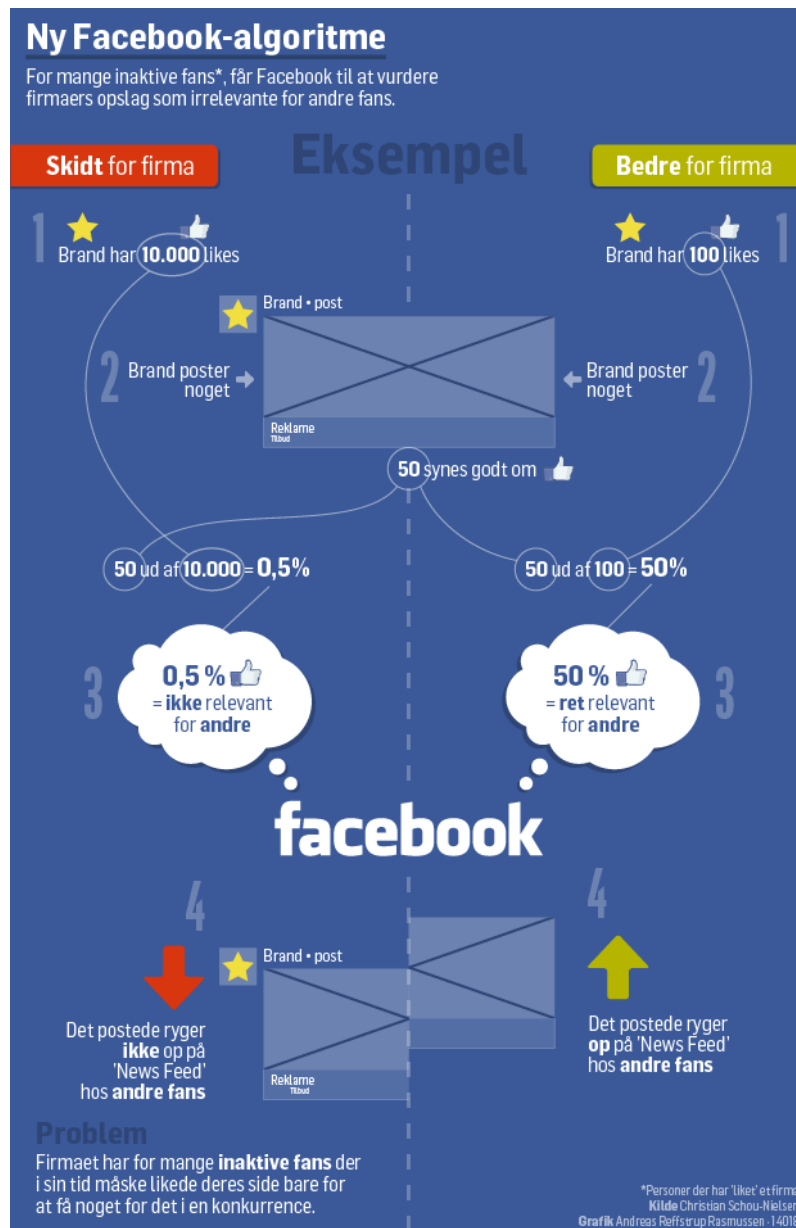


Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Gå-hjem Webinar, Generelt, Info, Viden og tagget 5623, 5625, DC, Facebook, U3, webinar den 6. februar 2014 [<http://vflblog.dk/webinar-om-facebook/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Til spørgsmålet om det er værd at samle på likes?



Politiken berører netop dette emne i deres omtale af [Burger Kings Facebook-stunt](#), hvor Burger Kings norske Facebook side opfordrede deres 'uægte' fans til at opgive deres like for en Big Mac fra McDonald's.

Det viste sig, at 28.000 af Burger Kings norske fans solgte deres like og efterlod ca. 10.000 ægte fans tilbage. Til gengæld er de 10.000 fans mere aktive og loyale, og der er nu mere fokus på kvalitet end kvantitet.

I forhold til Facebooks nye algoritme bliver det netop svært for virksomheder, som har mange inaktive brugere at få deres opslag vist. Algoritmen afhænger nu af hvor meget interaktion, man kan skabe på sin side, som så afgør om opslaget også spredes til facebookvennernes netværk.

Det kan derfor betale sig at sætte sig ind i hvad ens målgruppe forventer samt hvordan og i hvad de gerne vil engagere sig. I den forbindelse er fællesskabssider om arrangementer og interesser på Facebook ikke helt tosset, se fx [Plantekongressens](#) og [Kongres for Svineproducenter](#)s Facebook sider for inspiration, selvom siderne er gået i dvale.

Man skal bare huske at undersøge det, der interesserer og engagerer målgruppen.

Deraf realiseringen af et modtagerorienteret fokus på kommunikationen med målgrupperne. Man må huske, at uanset hvor seriøst ens 'produkt' er, så er humor og personlighed en god måde at personalisere og gøre indholdet vedkommende.

Dine fans forventer ikke nødvendigvis det samme indhold eller samme tone på alle platforme.

Se disse artikler for mere inspiration:

[Sådan bruger vi hashtags](#) og [Instagram som din nye kampagneplatform](#)

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Digital strategi, Generelt, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Facebook, U1 den 22. januar 2014 [<http://vflblog.dk/til-spoergsmaalet-om-det-er-vaerd-at-samle-paa-likes/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Tilmeld dig seminar om brug af sociale medier

DYRK DIALOGEN OG SPIND DIT NETVÆRK

Tilmeld dig seminar om brug af sociale medier onsdag d. 19. marts 2014

Få inspiration af blandt andet Jonathan Wichmann, manden bag Mærsk's succes på sociale medier og bliv udfordret på hvordan de sociale medier springer rammerne for, hvor langt vi kan nå med vores buskaber.

Vi&Di inviterer til et seminar om viden, dialog og netværk på sociale medier. Fokus er hvordan du som landmand, rådgiver, kommunikationsmedarbejder eller virksomhedsleder kan integrere og indtænke de sociale medier i din faglige formidling. Re-tænk dialogen mellem landmand og rådgiver, udviklingen af din virksomhed og din kontakt til naboer og andre interessenter.

Du vil få ny viden fra eksperter i sociale medier og blive inspireret af hvordan landmænd, rådgivere og virksomhedsledere har taget de første initiativer til at bruge de sociale medier.

Målgruppe for seminaret:

Landmand, rådgiver, kommunikationsmedarbejder eller virksomhedsleder, der ønsker at blive inspireret til, hvordan de kan bruge de sociale medier.

Tilmeld dig [her](#) inden d. 1. marts 2014. Du kan også læse mere om seminaret og det foreløbige program [her](#).

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Generelt, Info, Seminar 19.03.14, Viden og tagget 5623, 5625, DA, demo-c, U1 den 7. januar 2014 [<http://vflblog.dk/tilmeld-dig-seminar-om-brug-af-sociale-medier/>] af Christine Skærlund Werlauff.

Få en hashtag strategi

Som et led i at benytte de sociale medier i sin kommunikation med målgruppen, er det relevant at forholde sig til værdien i hashtags. Hashtags er ord eller udtryk, der angives med symbolet # og samler tweets i bestemte samtaler og emner. Vi brugte eksempelvis hashtagget [#vfljul](#) i [julekonkurrencen](#).

Formålet med hashtags er at få ambassadører og målgrupper til at benytte de hashtags, man selv anvender. På den måde kan du/l monitorere de samtaler, der foregår i målgruppen og derved fornemme og reagere på det, der rør sig.

Det kan derfor være en god idé at få sig en hashtag strategi og således forsøge at holde historier, samtaler, ros, ris og brok indenfor eget synsfelt.

Julekonkurrencen er et eksempel på, hvordan en hashtag strategi fungerer. Ved at benytte [#vfljul](#) i de tweets, der er relateret til julekonkurrencen, kan vi og andre se de aktiviteter, der angår julekonkurrencen. Det er rigtig smart i den forstand, at andre også kan bruge hashtagget og stille åbne spørgsmål som alle kan følge med i. I nedenstående eksempel kan du se, hvordan en vinder af julekonkurrencen deltager i samtalen med hashtagget [#vfljul](#).



Hashtags – hvad skal du være opmærksom på

Når du vælger dine hashtags, er det smart ikke at lave dem for lange. Er de for lange påvirker det eksempelvis hvor mange tegn, du har tilbage af din tweet, som maximalt må fylde 140 ord.

Modsat er der også en risiko for, at dine hashtags kan blive for korte. Hashtags med tre stavelses ord er ofte for korte, men du kan altid lave en søgning for at tjekke om det bruges i andre sammenhænge. Hashtagget #vfl henviser for eksempel til mange andre ting end det, der er relateret til Videncenter for Landbrug. Det er derfor for kort og inkluderer for meget andet støj, hvis vores målgruppe skulle følge hashtagget #vfl.

Del dette:



Dette indlæg blev udgivet i Digital strategi, Generelt, Viden og tagget 5623, 5625, DA, Hashtag, Twitter, U1 den 3. januar 2014 [<http://vflblog.dk/faa-en-hashtag-strategi/>] af Christine Skærlund Werlauff.

☺