



ET VIDENSHUS PÅ FACEBOOK: LANDBONORD KVÆGRÅDGIVNING

STØTTET AF

Promilleafgiftsfonden for landbrug

LandboNord er inden for det sidste halve år blevet aktive på en række sociale medier, heriblandt Facebook.



I stedet for en samlet Facebook-side for LandboNord blev det i første omgang en selvstændig side for KvægRådgivningen, der skulle afprøve mediet. "Argumentet var, at KvægRådgivningen startede for at starte et sted og samtidig få sig erfaringer den vej. Samtidig ønskede vi med en specifik kvæggruppe at målrette vores kontakt til dem med interesse for kvæg og ikke dynde dem ned i nyt om planter, svin og økonomi," udtaler Susanne Skelbæk Andersen, kvægrådgiver fra LandboNord.

LandboNord havde fra starten to formål med Kvægrådgivningens tilstedeværelse på Facebook. Susanne forklarer: "Vi ønskede at skabe positiv omtale omkring LandboNords KvægRådgivning, samtidig med at vi ønskede at fange en bredere og anden målgruppe end dem, vi har fat i til dagligt gennem de kendte kommunikationskanaler i LandboNord."

Facebook-siden har nu knap 500 likes og byder på alt fra marken, stalden, arrangementer samt praktisk information. Alt i alt har de stor succes med at målrette deres kommunikation og være sociale med deres følgere. De får god respons på at involvere følgerne, dele deres tips og tricks samt lade dem bidrage med billeder på sjove stemninger og arbejdssituationer. Resultatet er, at brugerne deler, kommenterer og liker indholdet.

Det er lykkedes LandboNord KvægRådgivning at være meget modtagerorienteret i deres kommunikation. Det sikrer, at LandboNord KvægRådgivning opnår en Return on Investment. På baggrund af interaktionsniveauet på siden kan de netop måle og se, at de skaber noget værdifuldt for følgerne. "Vi har opnået en positiv kontakt til kunderne og andre med interesse for køer," fortæller Susanne Skelbæk Andersen.

Ressourcemæssigt er der tilknyttet fire administratorer fra KvægRådgivningen til Facebook-siden, men med en primær bruger, der poster de fleste opslag. Administratorerne er bl.a. valgt ud på baggrund af deres kundekontakt og deres evne til at inddrage kunderne i interessante og

relevante vinkler via deres opdateringer på Facebook.

Anne-Mette Søndergaard – Kvægchef i LandboNord- har kun gode erfaringer med at bruge Facebook som et redskab til at nå ud med rådgivning til kvægbønder: "Facebook er en fantastisk nem og hurtig måde at ramme mange mennesker på. Gruppen af unge mennesker som bruger FB er en gruppe som vi i forvejen havde dårligt fat i, og pludselig opdager vi, at de ved hvem vi er og bruger vores rådgivning. Samtidig er mange landmænd fra 30 år og op også på FB og med vores engagement på FB oplever vi en større grad af loyalitet til os, da de igen bliver ramt af vores postninger flere gange om ugen.

Mere eller mindre bevidst bruger vi også navne på rådgivere, og bruger humor og personlige kendetegn til at skabe endnu mere menneskelige relationer via billeder og de kommentarer vi kan lave på FB. Vi er meget bevidste om, at vi ikke må/vil være politiske i vores oplæg, dvs. at vi har en målsætning om kun at poste faglige ting, som ikke kan tolkes politisk. Vi kan se, at bare farven på køerne vi poster billeder af kan give anledning til, at vi bliver opfattet til at have mere eller mindre race-præference, ligesom billeder af køer fra forskellige avlslinier, giver kommentarer

Vi har haft Cow Power North med i ERFA-matchen, og det har åbnet vores øjne for at flere ERFA-grupper skal på FB, da den kommunikation/faglige sparring som gruppen har dér er uvurderlig, ligesom det igen knytter os tættere til vores landmænd. Alt i alt en for os ny form at kommunikerer på, men som virkelig har rykket noget både fagligt og reklamemæssigt"

Facts:

Link til LandboNords Facebooksider for Kvæg og Svin

www.facebook.com/lnkvaeg

www.facebook.com/LandboNord-SvineRådgivning

Se hvilke rådgivere der på de sociale medier i blogposten: Rådgivere på de sociale medier

Find flere eksempler på brug: [Facebook-sider til faglig formidling](#)

Anbefalinger

- Ha' et klart mål med din Facebook-side og vær til stede, når følgere kommenterer og stiller spørgsmål
- Husk, at du IKKE kan ændre navnet på din Facebook-side efter 200 likes
- Facebook handler om tilstedeværelse og relationer – giv dine følgere andet indhold her end fx på hjemmesiden. Det forventes, at kommunikationen er uformel og i øjenhøjde
- Det vigtigste, du skal opnå på Facebook, er, at din modtager får noget ud af din indsats (læs blogindlægget: "Til spørgsmålet om det er værd at samle på likes?")
- Når du er administrator på en Facebook-side, ser modtageren ikke din private profil – kun siden (se slides til webinar om facebook)
- Brug dine følgere til at bidrage med indhold fx månedens cover-billede

Se også siden [Værktøjer](#)

Se øvrige [cases](#)

© 2021 - SEGES Projektsitet