

Etablering og afprøvning af crowdsourcing-platform	Ansvarlig	HELP
	Oprettet	18-12-2015
Projekt: 7464, Digitale relationer og datadreven informationsformidling	Side	1 af 6

## Etablering og afprøvning af crowdsourcing-platform

### Forord:

Nedenstående er en rapport, der beskriver arbejdsprocessen (inkl. resultater af undersøgelser) samt endelige beslutning i forhold til arbejdsplan E. Innovation og brugerinddragelse. Rapporten beskriver valg og fravalg i forhold til beslutningsgrundlaget for valg af platform. Derudover beskrives de foreløbige resultater ved indførelse af den valgte platform.

## Indhold

Etablering og afprøvning af crowdsourcing-platform.....	1
Projektbeskrivelse/målet med platformen: .....	1
At engagere brugerne: .....	2
Ønsker/krav til platformen: .....	2
Overordnet arbejdsplan for projektet: .....	3
Detaljeret arbejdsplan .....	3
Valg af platform: .....	4
Foreløbige resultater: .....	5

## Projektbeskrivelse/målet med platformen:

### Beskrivelse:

Etablering og afprøvning af crowdsourcingplatform med henblik på at fokusere SEGES indsatser på lige netop hvad er vigtigt for landmændene.

- At engagere brugere/kommende brugere i udviklingsprocessen af landbrugsfaglige initiativer.
- At sætte rammerne for et 'sted' hvor innovative idéer og landbrugsfaglig viden, kan komme i spil. Og hvor der er rum for at relationer mellem landmænd, faglige personer og SEGES kan opstå.
- At den faglige vidensdeling også vil danne grundlag for direkte sparring, samt være til inspiration og hjælp.

## At engagere brugerne:

---

Platformen sætter udelukkende en ramme for crowdsourcingen, hvor imod engagementet omkring brugerinddragelse, faglig vidensdeling og innovation, skal der løbende arbejdes aktivt med for at nå målene med projektet.

### 1.1 Om engagement

Videnskabelige undersøgelser har vist:

(baseret på et speciale om crowdsourcing af Nathalie Camilla Larsen, 2012, Speciale om Danske Bank og FDBs brug af crowdsourcing. <http://kommunikationen.dk/Bag-om-faget/Specialleist-i-crowdsourcing/>)

- Motivationen for at deltage i et crowdsourcing-initiativ bygger overvejende på indre motivationer. Deltagerne får fornemmelsen af, at de bidrager til en større sag.
- Deltagerne har forventninger til et crowdsourcing-initiativ. Blandt andet fordi crowdsourcing bliver koblet til selve brandet, og det image en virksomhed har. Det er derfor essentielt og nødvendigt for virksomheden at vise ansigt i processen og kommunikere.
- Crowdsourcing kan benyttes til at skabe loyale og knyttede brugere, men det kræver en langsigtet indsats.

### 1.2 Konklusion på engagement

Pga. ovenstående er det vigtigt at fokusere på:

- At sætte specifikke mål
- At kommunikere klart hvad der sættes fokus på
- At ramme en passion hos et antal personer
- At lave en strategi for brugen af crowdsourcing
- At gøre det let at deltage
- Være opmærksom på deltagernes forventninger. Henvender de sig til virksomheden med deres idéer eller håber de på en dialog med andre brugere
- Vise interesse, anerkendelse og give feedback på bidrag og følg op på processer

## Ønsker/krav til platformen:

---

(Disse krav er baseret på viden omkring interne arbejdsprocesser.)

Den endelige platform skal kunne imødekomme forskellige behov for brugerinvolvering, som er relevante for de projekter, der arbejdes med. Det kan blandt andet være:

- Lukkede grupper – både store og små – som brugerne inviteres til.
- Den skal kunne anvendes både internt og eksternt i SEGES-regi:
- Offentlige foras, hvor alle og enhver kan bidrage og kommentere.
  - o Disse skal administreres af en person, der:
    - Dagligt følger op på de indlæg, der måtte komme. Det er vigtigt, at der er respons med det samme.
    - Kan udvælge potentialer og se udviklingsmuligheder.
    - Kan forvalte idéerne videre til rette sted/personer.
      - En strategi laves for behandling af indkomne idéer
    - Løbende ekstern kommunikation omkring valg af idéer, for at understrege seriositeten omkring platformen.
- Den skal være meget nem at interagere med, for ikke at 'skræmme' potentielle brugere ved at være for besværlig. Evt. login til lukkede grupper og intet login til åbne foras.

## Overordnet arbejdsplan for projektet:

---

1. Udvælgelse og opsætning af platform.
2. Intern kommunikation:
  - a. Internt skal man forstå, hvad man her i huset kan få ud af den.
  - b. Internt skal man forstå, hvad brugerne kan få ud af det.  
Derfor skal der:
    - Laves et skriv på intra om formålet med tiltaget.
    - Laves et oplæg med workshop/test, hvor man får lov at teste en konkret case. Vigtigt man selv føler ejerskab over platformen for at kunne 'sælge' den til kommende brugere.
3. Eksternt kommunikation:

Der skal kommunikeres bredt ud på alle kanaler.

  - a. Det er med til at fortælle om SEGES. Vi gør det, vi taler om.
  - b. Kommende brugere skal opfordres til at fortælle deres succeshistorier, små eller store - hvordan det har ændret noget for dem. Landmændene skal inspireres til at bidrage. De skal motiveres til at se potentialet og gevinsten i at dele netop deres idé/initiativ.
    - Der skal findes et godt eksempel på en brugerdrevet innovationsproces, der er sket i samarbejde mellem landmand/rådgiver og SEGES.
      1. Video-spots
      2. Artikler i aviser
      3. Sociale medier

## Detaljeret arbejdsplan

---

### 1. Idéer og mulige crowdsourcing-emner:

- Podcasts
- Landmandens cockpit:
  - Bliver ikke registreret på nuværende tidspunkt
  - Summax
  - Dyreregistrering
  - Produktionstekniske nøgletal
- Kend din fremstillingspris: Driftsanalyse.
- Bytning af jord, da nogen har jord langt væk: Dele økonomi, forpagtning, kan det svare sig at drive denne mark.
- Grovfoderskolen: De medvirkende landmænd fik noget ud af det. Hvordan når man ud til de andre landmænd.
  
- DMS-system (registrering).  
På nuværende tidspunkt: 6 gårde, hvilke udfordringer står de med -> kan involvere andre.  
Gammelt system til et nyt.

Andet:

- Håndtering af udenlandsk arbejdskraft
- Forbedring af arbejdsmiljø for at undgå ulykker i landbruget
- Takling af ukrudt og plantesygdomme (IPM, smart planteværn)
- Digitale Handlingsplaner

## 2. Opsætning af platformen

- Ideascale er et muligt emne.
- Mouseketeers kan opsætte en platform, som brugertilpasses vores behov.

## 3. Plan for intern og ekstern kommunikation omkring crowdsourcing

- Artikler på facebook:
  - Hvad er crowdsourcing og hvorfor skal man deltage
  - De første emner der kommer på platformen + opfordring til at deltage
- Artikel på Landbrugsinfo:
  - Hvad er crowdsourcing?
  - Hvorfor skal man beskæftige sig med det?
  - Hvilke fordele?
  - Hvordan kommer man i gang?
  - Hvem skal man kontakte med idéer?
  - Hvordan fungerer platformen.
- Artikel til intra:
  - Hvad er crowdsourcing?
  - Hvorfor skal man beskæftige sig med det?
  - Hvilke fordele?
  - Hvordan kommer man i gang?
  - Hvem skal man kontakte med idéer?
  - Hvordan fungerer platformen.
- Andre medier:
  - Landbrugsavisen:
  - Landmand.dk
  - Maskinbladet

## Valg af platform:

---

På baggrund af ovenstående undersøgelser, er det blevet besluttet at takke ja til at opsætte en platform under seges.dk, der hedder <http://ideladen.seges.dk/>. Platformen er fleksibel, da SEGES kan få den tilpasset de behov, der måtte være. Ideascales tilbud er også blevet overvejet som et fint bud på en crowdsourcingplatform, men den har sin egen designskabelon samt standarder, som ikke lever op til de krav SEGES har både i forhold til visuelt udtryk og interaktion med platformen. Ideascale kræver at brugeren opretter sig med navn og login, hvilket ikke er optimalt i forhold til vores brugere, som er travle konsulen-

ter eller landmænd. Her tilbyder idéladen interaktion uden login, hvilket vurderes at være mest optimalt i forhold til brugerne.

## **Foreløbige resultater:**

---

Der er i 2015 testet 2 projekter på crowdsourcingplatformen idéladen. Digitale handlingsplaner samt podcasts.

Som denne rapport også understreger er det vigtigt i forhold til crowdsourcete emner, at de bliver kommunikeret ud og at der løbende bliver fulgt op på dem. Til dette har der været lavet en strategi for kommunikationsarbejdet og formidlingen omkring emnerne. Digitale handlingsplaner er pt. ude at blive testet og er et digitalt værktøj der kræver tid ude hos brugerne, før det er muligt at komme med input til dem. Derfor har dette emne ikke fået mange kommentarer endnu. Men projektlederen følger op på testpersonerne, og sørger for at engagere dem i at give feedback. Podcasts er derimod et produkt som brugerne kan teste nu og her og give respons på med det samme. Det betyder også at der er kommet flere kommentarer på dette emne.

Idéladen har ind til videre vist sig, at give mulighed for at engagere brugere i landbrugsfaglige initiativer, hvis de guides og præsenteres for platformen og dens muligheder. Men det kræver en aktiv og strategisk indsats og fra initiativtagerne og at der løbende arbejdes med at engagere brugere. Idéladen giver rum og muligheder for at innovative idéer og landbrugsfaglig viden kan komme i spil uden forhindringer fra login.

Idéladen kan give anledning til inspiration og hjælp til udvikling af landbrugsfaglige produkter og emner, men skal ikke betragtes som en sparring mellem landmænd og konsulenter. Men mere som en sparring og udveksling mellem SEGES og landmænd/konsulenter.



## IDÉLADEN

Vil du hjælpe os med at hjælpe dig? Du har nemlig viden og erfaring fra dit faglige område, som er vigtig og som kan gøre en forskel for vores arbejde. Med Idéladen er her en base for, at vi i fællesskab kan idéudvikle produkter og koncepter, så de bliver bedst mulige.

[Læs mere](#)



### PODCASTS

Podcasting er en gratis lydoplevelse, som i denne sammenhæng produceres af ansatte hos SEGES. Lydklippene kan sammenlignes med radio, men har et højere fagligt niveau og samtidig giver muligheden for...

3 x 

[Læs mere](#)



### DIGITALE HANDLINGSPLANER

### DIGITALE HANDLINGSPLANER

Digitale handlingsplaner er et ledelsesværktøj, der skal gøre det nemt og overskueligt for dig at tilgå de fokusområder du arbejder med lige nu, hvad enten du er landmand eller rådgiver.

2 x 

[Læs mere](#)

#### SEGES Idéladen

T: +45 8740 5000  
F: +45 8740 5010  
E: [ide@segess.dk](mailto:ide@segess.dk)

© 2015 - SEGES A/S



#### SEGES P/S

Agro Food Park 15  
8200 Aarhus N

T: +45 8740 5000  
F: +45 8740 5010  
E: [info@segess.dk](mailto:info@segess.dk)

[Cookie og privatlivspolitik](#)