

Test af nudge #3 Henvisning (referral) – Få landmændene til at sige ”ja” til et abonnement

Udarbejdet af Ivan Damgaard, chefkonsulent SEGES Økonomi & Virksomhedsledelse, i projekt 7433 Udvikling af nye metoder til at skabe adfærdssændringer og implementering i landbrugserhvervet, december 2016

Implementeringsoplæg

I dag bruger vi ikke nudget i AgroMarkets, dvs. vi har et stort datamateriale på ”ingen-intervention”. Men vi oplever stor forskel på landmandens interesse for især at købe et abonnement henover året og over forskellige år, så vi har ikke et klart billede af det perfekte årshjul for salg af abonnementer.

Tendensen er dog, at vi oplever størst succes i forhold til solgte abonnementer i januar-februar og november (hvis vi kigger på 2013-2015).

Projektet har aftalt med arbejdsgruppen bag AgroMarkets at afprøve nudge #3 i AgroMarkets. Hvis det giver mening, vil vi gerne udvide testen med følgende (markeret med kursiv):

Vi kontakter 100 landmænd og gerne 200 fra en randomiseret liste over landmænd.

1. Udfald: Landmanden siger straks ja til et abonnement
Vi spørger landmand¹, om han kender en anden, der kunne være interesseret i et AgroMarkets abonnement.

Landmand¹ har et navn, vi kan ringe til

1ai: Landmand² siger ja til et abonnement

1ai: Landmand² siger nej til et abonnement

Landmand² har ikke umiddelbart et navn

2. Udfald: Landmanden siger nej til et abonnement
Vi spørger landmand¹, om han kender en anden, der kunne være interesseret i et AgroMarkets abonnement.

Landmand¹ har et navn vi kan ringe til

2ai: Landmand² siger ja til et abonnement

2ai: Landmand² siger nej til et abonnement

Landmand² har ikke umiddelbart et navn

Eksempel på resultat:

	Kontaktet	Ja	Nej
1. udfald	200 landmænd	20	180
1ai	20 landmænd	6	14
2. udfald	180 landmænd	40	140
2ai	40 landmænd	10	

Agromarkets er bekymrede for at bruge en ”nej-hat” som springbræt til at komme videre, mens en ”ja-hat” virker meget bedre for os.

Implementering i praksis:

Vi har trukket en bruttoliste på i alt 4.124 landmænd, hvoraf vi tilfældigt har udvalgt 294 landmænd til at være med i testen af nudge #3. Den sidste tabel viser, hvordan landmændene har været fordelt på driftsgrene.

Bruttoliste:

Omsætningsgrupper	Antal
2-5 mio. kr.	2.589
5-10 mio. kr.	1.053
10-20 mio. kr.	404
20 - mio. kr.	78
I alt	4.124

Udvalgt til testen

Omsætningsgrupper	Areal	Overskudsgrad	Gæld	Antal
2-5 mio. kr.	>175 ha.	>20%	< 80%	139
5-10 mio. kr.	>175 ha.	20%< OVG <40%	20%< Gæld <80%	108
10-20 mio. kr.	>175 ha.	20%< OVG <40%	20%< Gæld <80%	31
20 - mio. kr.	>175 ha.	20%< OVG <40%	20%< Gæld <80%	16
I alt				294

Driftsgren	Kriterier	Antal
Plant		201
Kvæg	>150 køer	42
Søer	>400 søer	21
Slagtesvin	>2000 slagtesvin	27
I alt		291

Vi har tilfældigt kontaktet 251 landmænd af de 294 fra udvælgelseslisten

Aktivitetsoversigt	Antal	Har givet os navn og mobil til en kollega, vi kan kontakte
Salg - Lille	14	5 navne – har givet et abonnement
Salg - Stor	8	3 navne – har givet 2 abonnementer
Gentegning prøveabonnement - Ny henvendelse	15	0
Ikke interesseret	109	2 – har ikke givet noget
Ikke interesseret pt. - Ny henvendelse	18	0
Forkert nummer	11	0
Kontaktes ikke	3	0
Har ikke truffet rette person - ring senere	15	0
Har truffet rette person - ring senere	15	0
Svarer ikke - Telefonsvarer/Optaget	43	0
Total	251	

Konklusion

Generelt har det været svært at få landmændene til at oplyse et navn på en kollega, vi kunne kontakte, også selvom de selv har sagt ja til et abonnement. Dog er der en tendens til, at en landmand, der har sagt ”ja tak” til et abonnement, i højere grad har et navn til os, og især når han har købt et stort abonnement.