

D. 30. nov. 2016

**Tenna Holdorff Christiansen**

**Akademiet**

# **PRIVATE RÅDGIVNINGSFIRMAERS BRUG AF LANDBRUGSINFO**

# METODE OG DELTAGERE I UNDERSØGELSEN

- Interview med to virksomhedsrådgiver og en planterådgiver
- Rekruttering via personligt netværk
- Ingen segmenteringskriterier
- En times interview



# HVAD LAVER PRIVATE VIRKSOMHEDSRÅDGIVERE?

- Overordnet fokus på ledelse, drift og økonomi
  - At gøre landmændene mere konkurrencedygtige via budget- og virksomhedsrådgivning
- Samarbejder med rådgivere
  - Fungerer ofte som tovholdere, så der bliver fulgt op på opgaverne
  - Udfylde et stort videnshul for landmanden og gøre tingene simple
- Ofte er rådgivningen initieret af banken
  - Udviklingsforløb, forandringsledelse og drift

# HVAD LAVER PRIVATE PLANTERÅDGIVERE?

- EU ansøgninger om vinteren og gødningsplaner
- Primært på marktur om sommeren

# HVAD KIGGER DE EFTER PÅ LANDBRUGSINFO?

- Det er primært økonomi og en smule drift
  - Kalkuler, farmtal online, businessstjek, benchmarking, prognoser
- Ingen fagrådgivning, da fagrådgivere hentes ind til at optimere på områder
- Planterådgiver
  - Middeldatabasen og faglige artikler

# HVAD ER LANDBRUGSINFO?

- Landbrugsinfo har samlet regler, som er tygget og fortolket, så de er nemmere at forstå end når Natur & Erhvervsstyrelsen formidler det – det er *ikke* skrevet til mennesker
- Faglig portal med landsforsøg og godt overblik
- Det er en guldgrube af viden
- En vidensbank og et opslagsværk
- Et sted, hvor man kan hente viden, når vi har behov for det

# TROVÆRDIG, EVIDENSBASERET OG VALID VIDEN

*De fleste artikler er gode pga. god fortolkning af reglerne*

*Det er fantastisk at kunne tage en kalkule med ud til landmanden og dermed vise hvordan det ser ud hos ham.*

*Det giver mere troværdighed at henvise til LandbrugsInfo overfor banker*

*Man lægger ikke noget på landbrugsinfo, som ikke er sikker viden*

*Derudover så er landbrugsinfo uvildig ekspert*



*Kvaliteten af businessstjek (benchmark) skal være i top, hele vejen rundt, da det er et fantastisk værktøj*

# HVORDAN BRUGES LANDBRUGSINFO?

- Delvist som arbejdsredskab – målrettet søgning
- Delvist for at være koblet til nyhedsfagligt fællesskab
  - Nyhedsbrev primært





# LANDBRUGSINFO SOM ARBEJDSREDSKAB?

*Jeg synes, at der er nogle kanon værktøjer og gode informationer, som man har adgang til*

*Farmtal online skal holdes vedlige og det er et godt værktøj til at gøre ting enkelt. Det er fantastisk at kunne tage en kalkule med ud til landmanden og dermed vise hvordan det ser ud hos ham.*

*Businessstjek er det vigtigst værktøj for mig, men jeg ved ikke hvad de andre rådgiver bruger. Jeg har god erfaringer med at vise det til landmanden, hvor de kan forholde sig til andres tal*

*Jeg bruger rigtig meget benchmarking, så jeg kan pege forbedringsområder ud – hvad der er godt og skidt i øjeblikket også til at have et forandringsgrundlag*

*Middeldatabasen er vigtig. Er det ikke SEGES, som står bag det?*

# VIGTIGT MED TILKOBLING TIL VIDENSSTRØM



- **Private rådgivningsvirksomheder beskriver sig selv som mere afhængige af LandbrugsInfo til landbrugsfaglig opdatering**
- ***”Det er en stor udfordring for en lille konsulentvirksomhed at holde sig landbrugsfagligt opdateret”***
- ***”Vi har brug for at kende udmeldingerne fra SEGES, vi har brug for at kende priserne i farmtal online, da det er dem, som alle bruger og vi har brug for at snakke celletal eller robotter hos landmanden. Når man møder faglige udfordringer, så har SEGES nemt nogle anvisninger, som man kan sende landmanden”***
- ***”Man er tilkoblet og sejler ikke i sin egen sø og alle andre er også tilkoblet som banker og de lokale konsulenter – de læser de samme ting og forholder sig til de samme ting”***

# MEN DE KAN OGSÅ UNDVÆRE...

- Private rådgivningsvirksomheder beskriver sig som mere afhængige af Landbrugsinfo, men det er ikke uundværligt
  - De kan kompensere ved at bruge deres netværk mere
  - Kun vigtigt med adgang til businessstjek

# HOLDNING TIL PRIS FOR LANDBRUGSINFO

- De private rådgivningsfirmaer mener, at prisen er OK og de oplever at få værdi for pengene
  - Omkostninger til LandbrugsInfo sidestilles med betaling af forsikringer
- *"Prisen er ikke noget der fylder, for jeg får valuta for pengene"*
- *"Pris betyder meget for dem. De skal gøre alt for at sætte deres faste omkostninger ned, når de lever af at sælge timer. Når man investerer i et landbrugsinfo, så er der tænkt over værdien og hvis det steg til det dobbelte, så ville de overveje, om de fortsat skulle bruge det"*

# UDFORDRING → SØGNING

- En barriere for yderligere brug af LandbrugsInfo er søgningen, hvor nogle finder det vanskeligt at søge relevant information frem
- *”Jeg vil ikke bruge en halv time på at genfinde en artikel, som han har læst for en måned siden”*
- *”Forståelse af emnerne kræver at man forstår sproget og bliver bedre til at søge med tiden”*

# OVERLEVELSESKURVE

## Søgestrategi/adfærd hos rådgivere generelt

Start



Google Måske slut

# MEN...

- Brugervenligheden er rigtig fin
- Jeg finder det, som jeg skal bruge 80% af tiden
- Nej, søgning har jeg ikke problemer med. Der kommer en masse frem, og jeg plejer at finde frem til det, jeg skal bruge.



## HVOR TIT?

- Et kvarter til en halv time om ugen
- Jeg søger meget på [Landbrugsinfo.dk](http://Landbrugsinfo.dk).
- Bruger links fra nyhedsmails 2 gange om ugen ca



## ALTERNATIV FORMIDLING

**NO THANKS**

- Alle rådgivere i undersøgelsen foretrækker formidling via artikler
- De bruger landbrugsInfo målrettet og søger efter specifik viden
- Webinar og e-læring betragtes som kursus
- De prioriterer ikke tiden til længere formidling

# KONTEKST FOR BRUGEN AF LANDBRUGSINFO.DK

- LandbrugsInfo bruges næsten udelukkende på kontoret foran computeren
  - De private rådgivere færdes også i arbejdssammenhæng i banker og hos landmanden
- Forskellig tilgang til brug af computeren hos landmanden

# INGEN INTRODUKTION

- Ingen husker, hvor de kender LandbrugsInfo fra

# ANDRE MEDIER

- Landbrugsavisen og andre landbrugsfaglige blade
- Viden gennem samarbejde med store bedrifter
- Learning by doing
- Viden via kollegaer, både privat og DLBR samt netværk i det finansielle sektor
- *Bruger ikke andre medier...*

# MÅLGRUPPE

- Private rådgivere oplever sig i høj grad som målgruppe for LandbrugsInfo
  - Savner nogle gange forklaring på, hvorfor han ikke har adgang til eksempelvis Ø90 - irritationsmoment



# ARTIKLER

- **Artikler er fine og intet behov for ændringer**
- *"De er OK og essensen er trukket frem og dermed kan man selv bestemme, om man skal gå dybere"*
- *"De er lidt lange, men hvis de skal have noget dybde, så er det OK. De korte, målrettede og illustrative artikler med vejledning er også fint – det er OK"*



# FAGLIGT FYRTÅRN

- De private rådgivningsfirmaer foretrækker navn og billede ved artiklerne, fordi:
  - Det gør det nemt at stille opklarende mails og spørgsmål
  - Muligt at gennemskue om, det én, som har en systematisk tilgang og har flere års erfaring eller en speciale studerende

# INGEN COOKIES, TAK!

- *”Nej. Jeg vil hellere have friere søgning og det vil irritere ham. Jeg vil ikke styres, men selv bestemme”*
- *”Det har jeg ikke behov for!”*





# BEGIVENHEDSKALENDER

- Blandede holdninger til begivenhedskalender
  - Begivenhed kunne også komme i et nyhedsbrev
- Begivenhedskalender er relevant for en privatrådgiver, da de lever af at vedligeholde og udvide personligt netværk.

# BOGMÆRKER ELLER FAVORITTER - NIX

- Printer artikler i stedet
- Bogmærker ville ikke være aktuelt hvis søgefunktionen virkede



# INTET SKAL LAVES OM...



# FORBEDRINGSFORSLAG

- Mere intuitiv tilgang til søgning
- Ved søgning skal det nyeste komme først
- Søgningen må gerne være som google
- Mere benchmarking på det faglige område