

Business Check – Inspiration til handling

I forbindelse med udbredelse af Business Check, under overskriften *inspiration til handling*, har Specialkonsulent Mads R. Simonsen, SEGES Erhvervsøkonomi besøgt 17 rådgivningscentre og derved udbredt kendskabet til Business Check til mere end 350 konsulenter indenfor hovedsageligt økonomi, men også fagkonsulenter indenfor de gængse faggrene planter, svin og kvægbrug.

Business Check skaber et hurtigt overblik over områder på bedriften med stærk konkurrenceevne, middelstort og stort potentiale til forbedringer. Det hurtige overblik skabes ved at sammenlægge omkostninger i puljer, som driftsmæssigt giver mening.

Sammenlægningen gør naturligvis, at der skal foretages yderligere analyser, inden det kan konkluderes, hvorledes der kan sættes ind. Men netop det hurtige overblik giver landmanden indblik og forståelse for, at der er områder på bedriften, hvor sammenlignelige bedrifter klarer sig bedre.

Der er meget stor variation af kendskab til Business Check inden mødet, men det er lykkedes at skabe interesse for mere samt give en forståelse af, hvilke indsatser der skal have særligt fokus i forbindelse med at kunne udarbejde valide data, som danner grundlag for business check-opgørelsen. Overordnet har der været ensartede dagsordener på alle møderne, men hovedvægten har været afhængig af, hvor langt den aktuelle rådgivningsvirksomhed har været i sin anvendelse af værktøjet. Dagsordenen har i hovedpunkter indeholdt spørgsmålene: Hvordan laves Business Check? Hvad er Business Check? Hvordan anvendes Business Check?

Udbytte ved udbredelsesindsatsen

For regnskabs- og økonomikonsulenter har fokus været på, at de ikke skulle konkludere uden at konsultere kolleger fra fagretningerne. Det har ligeledes været et fokusområde, at de er ansvarlige for inddragelse af fagkonsulenter og landmand, så det sikres, at datamaterialet er validt, samt at der er ejerskab og tillid til værktøjet.

For fagkonsulenterne har der i høj grad været tale om udbredelse af kendskab, og via eksempler er det vist, hvordan det kan anvendes. Også overfor fagkonsulenterne har fokus ligget på vigtigheden af, at de understøtter validiteten af data, ikke mindst for deres egen skyld.

På Centrovise er der blevet afholdt et heldags-kursus, primært for fagkonsulenter, hvor deltagerne overfor konkrete kunder fik mulighed for at lave forslag til, hvorledes landmanden skulle rådgives, for at netop denne specifikke landmand kunne forbedre sin bundlinje. Det havde en meget stærk effekt at lade rådgiverne sidde med værktøjet på deres kunder og samtidig opleve, at det er en fælles opgave at lave datamaterialet validt.

Især i forbindelse med udarbejdelse af handlingsplaner er der mange, der har fået øjnene op for, at det ikke er tilstrækkeligt at arbejde på at forbedre ydelsen eller dækningsbidraget, men at også fagkonsulenterne er nødt til at fokusere på bundlinjen.

Flere rådgivningsvirksomheder har udtrykt ønske om at få hjælp til at styrke den tværfaglige indsats. Det er stadig uhåndgribeligt for de enkelte konsulenter at se, hvordan de skal kunne skabe tilstrækkelig merværdi ved at rådgive tværfagligt.

En løsning er øvelse og segmentering. Både landmænd og konsulenter skal segmenteres, og konsulenterne skal have mulighed for at træne på at sparre med kolleger om specifikke kunder og specifikke problemstillinger. Det er stort set uvant for langt størstedelen af konsulenterne at foretage denne sparring sammen med kunderne.

Det er ikke alle landmænd, der skal "udsættes" for denne tværfaglige rådgivning, for det er ikke alle landmænd, som er modtagelige for forandringer eller har en tilstrækkelig stor bedrift til at kunne dække en tværfaglig rådgivningsindsats. Men næsten alle fuldtidslandmænd vil have gavn af at få udpeget oplagte indsatsområder. Hvis udpegningen af indsatsområdet er sket i samarbejde med landmanden, datamaterialet er validt og med inddragelse af fagkonsulenter, så er det svært at forestille sig en virksomhedsleder, der ikke ønsker at forbedre sin bundlinje. Men det er svært for konsulenterne at være overbevisende og præcise i deres vurdering af potentialet. Derfor skal erfaringen med Business Check skabes via de største kunder, men med det klare mål at udbrede til hele kundeporteføljen af fuldtidslandmænd.

Hvis et rådgivningscenter ønsker at styrke den tværfaglige indsats, så kræver det en ledelsesbeslutning om at foretage den nødvendige investering. Primært i at træne medarbejderne i processen, herunder at foretage en korrekt vurdering af bedriftens potentiale. Først når potentialet er vurderet, kan det sættes op mod en omkostning.

Mads R. Simonsen, Specialkonsulent, Cand. Oecon. Agro., SEGES Erhvervsøkonomi

Møderække og link til præsentation på næste side

Møderække

	dato	deltagere
Rådgivningscenter		
Agrovi	02-06-2016	12
Lemvigegnens Landboforening	22-06-2016	8
Vestjysk Landboforening	10-08-2016	10
SLF	16-08-2016	32
KHL	19-08-2016	6
Landbrugsrådgivning Syd	06-09-2016	35
LHN	07-09-2016	12
Landbothy	19-09-2016	30
DLS	22-09-2016	24
Centrovic	27-09-2016	50
Odsherreds Landboforening	30-09-2016	6
Djursland Landboforening	04-10-2016	8
Fjerkræ interessegruppe	26-10-2016	24
LandboNord	02-11-2016	20
Agri Nord	30-11-2016	14
Centrovic	08-12-2016	26
Gefion	13-12-2016	30
Svinerådgivningen	15-12-2016	6

[Link til præsentation](#)

[Link til detaljeret møderække](#)