



ØKONOMIKONSULENTERS BRUG AF LANDBRUGSINFO

Tenna Holdorff Christiansen
Kompetencer og Vækst

SEGES, 27.04.2017

STØTTET AF
promilleafgiftsfonden
for landbrug



METODE OG DELTAGERE I UNDERSØGELSEN

Syv økonomikonsulenter

- 5 økonomikonsulenter
- 1 skattekonsulent
- 1 chefrådgiver for økonomikonsulenter

Rekruttering via udtræk fra spørgeskema

- Rekrutteringskriterier: ingen

Ikke repræsentativ viden, men fokus på nuancer



HVORDAN ARBEJDER ØKONOMIKONSULENTER?

En økonomikonsulent laver primært årsrapporter, budgetter og budgetopfølgning, men mange laver også strategi og SKAT, benchmarking og driftsgrensanalyser

En økonomikonsulent har mellem 15-20 budgetkunder og omkring 20 kunder, hvor der løses opgaver efter behov

ÅRSHJUL OG ARBEJDSOPGAVER

Jan:
Regnskab
og
driftsgrens-
analyse og
budgetter

Feb. og
marts:
mindre
intense -
færre
budgetter
og mere
benchmark-
ing og
fraktilana-
lyser

April:
budgetopfø-
lgning -
likviditet
(Ø90 1.
kvartal,
afvigelser),
samt
resultatopfø-
lgning og
afvigelser

Sommer:
deadline 1.
juni, hvor
sidste
regnskaber
sendes til
SKAT og
sidste
fraktikanaly-
ser og
driftsgrenan-
alyser

August:
stille og
rolig

Efterår:
budgetopfø-
lgning på
halvår –
flere
budgetter
og flere
afvigelser
og dermed
kommentar-
er, hvilket
sendes til
banken

Okt.-dec:
Budgetopfø-
lgning,
udkast til
nye
budgetter
for 2018
(forventet),
samt status
på
regnskab til
d. 31.12.

Nov:
3. kvartals-
regnskab
startes,
samt
budgetplan-
lægning,
sparring,
benchmark,
fraktilana-
lyse og
budgetpriser
indtil d.
31.12.

ØNSKER TIL SEGES VEDR. ÅRSHJUL

Ved kommentering af rapporter og strategier (april)

”Vi vil gerne vide, hvad SEGES holdning er til prognosen, hvilket er noget, som han skal bruge her og nu”

HVORDAN ARBEJDER ØKONOMIKONSULENTER?

Ude på bedrifterne: møde ved større sager, såsom budget, større investeringer, køb af ejendom, årlige bankmøder på ejendommen

På kontoret: Budgetter, budgetopfølgning, driftsgrenanalyser, årsrapporter, benchmarking, investeringsberegninger



Landmand

Rådgiver som bindeled

Bank

MEN BRUGER ØKONOMIKONSULENTER LANDBRUGSINFO.DK...?

1. Værktøjer

2. Opslagsværk

Primært de økonomiske perspektiver, som SEGES har regnet på, men ellers alt fra rentabilitet i forpagtning til foderkvalitet og GMO majs

Andre kommer på LandbrugsInfo via opslag på Google

2. Nyhedsbrev

De fleste økonomikonsulenter modtager nyhedsbrev, men der er stor variation i, hvorvidt det aktivt bruges og værdsættes

Én enkelt har fravalgt nyhedsbrev grundet den store strøm af viden

TIDSFORBRUG PÅ LANDBRUGSINFO



Svært at gennemskue...

- Flere økonomikonsulenter er på LandbrugsInfo hver dag og flere gange om dagen, mens enkelte adskiller sig fra dette mønster...

Informationssøgningen er meget forskellig og afhænger også af årshjulet

I HVILKEN KONTEKST BRUGES LANDBRUGSINFO?

LandbrugsInfo bruges primært på kontoret foran PC

- En enkelt bruger LandbrugsInfo på tablet på kontoret

Ved kundebesøg tager få økonomikonsulenter materiale med fra LandbrugsInfo, men altid i printet udgave

"Jeg har en bank af guld Korn i tasken"

- Produktionsøkonomihåndbog
- håndbog i driftsplanlægning
- businesschek

ØKONOMIKONSULENTER SOM MÅLGRUPPE?

Økonomikonsulenterne opfatter sig selv som målgruppe, samt yngre landmænd, landbrugsstuderende og landmænd fremme i skoene

Det påpeges, at mange landmænd kontakter dem om information, som de i princippet selv kan finde på LandbrugsInfo.

- Eks hvad er fremstillingsprisen på mælk ved 500kg?

ER ØKONOMIASSISTENTER I MÅLGRUPPEN?

Økonomiassistenter konterer landmændenes bilag primært

Økonomikonsulenter vurderer, at økonomiassistenter ikke har brug for viden fra LandbrugsInfo for at udføre deres arbejde

Én enkelt vurderer, at budgettering, Ø90 og best practice bruges af økonomiassistenter

"Nej, de har deres konkrete ting og der er interne retningslinjer. De har ikke brug for værktøjer heller"

TENDENSEN TIL BRUG AF VÆRKTØJER

Tendensen ser ud til, at de store rådgivningsvirksomheder bruger værktøjer fra LandbrugsInfo, samt deres egne og SEGES beregningsark

- Deres brug af værktøjer er forholdsvis strømlinet

De små rådgivningsvirksomheder vælger de værktøjer, som giver mening eller en form for learning by doing

HVILKE VÆRKTØJER BRUGER DE?

Farmtal online

Ø90

Regnskabsbank

Ydelsesprofiler

Businesschek

Produktionsøkon
omihåndbog –
kvæg

Inveprogrammer

Fraktil analyse

FMS

Kalkuler

Lagerbehandling

Ydelsesbudget

Rif hjul

Kapacitetstjek

Kreditanalyse

Risikohjul

Dette er muligvis et lille udsnit....

IKKE FLERE NYE VÆRKTØJER!

"Det er super, men jeg kender ikke omfanget af de mange værktøjer på LandbrugsInfo og ved der er mange derinde, som de ikke kender til"

- Flere økonomikonsulenter nævner, at de ikke mangler flere værktøjer, men mangler kendskab og overblik over de mange gode værktøjer, som de formoder ligger på LandbrugsInfo
- Bedre med mere implementering fremfor flere værktøjer
- Én enkelt efterlyser et værktøj, som viser fremstillingsprisens løbende udvikling fremfor statisk tal, som fastsættes, når budgettet lægges

FORMIDLING AF VIDEN FRA LANDBRUGSINFO

Artiklerne er relevante og fine med en passende længde

- Evt. producere færre artikler og så få implementeret det, som allerede findes

De modtager meget viden, så viden skal være meget målrettet

Faglige fyrtårne har ikke den store betydning, men fint man kan ringe til den relevante medarbejder uden at bruge tid på at lede

ANDERLEDES FORMIDLING – MÅLRETTET SIDE

Flere er glade for
ideen om mere
målrettet
LandbrugsInfo og
mere servering
fremfor
opsøgende
tilgang

- Cookies er OK
 - Alle andre bruger det
- Begivenhedskalender savner de fleste, når de spørges – også til koordinering
- Bogmærker bruges blandet og efterspørges ikke

ANDERLEDES FORMIDLING END TEKST

Store forskelle
i interessen for
anderledes
formidling

- Flere foretrækker at læse fremfor at se "film", mens film helt afvises af enkelte
- Flere har haft gode oplevelser med webinar og ønsker et overblik over webinarer
- I de eksisterende webinarer påpeges det, at der tales der hurtigt
 - En enkelt foreslår webinar med en personlig præsentation fremfor anonymiteten

ANDERLEDES FORMIDLING - FEED

"Feed ville være rigtig fint og dér har SEGES fat i noget"

Store forskelle
i interessen for
et news feed

- Flere er begejstrede for en form for nyhedsstrøm, mens enkelte afviser ideen
- Målettede nyheder fremhæves som vigtigt
- Flere vil gerne have notifikationer ved breaking ved for eksempel renteudvikling
- En app kunne være relevant og ville øge brugen af LandbrugsInfo fremfor andre nyhedskanaler, mener enkelte økonomikonsulenter
- Indhold: Aktiekurser, kornpriser, oliepriser, prognoser for råvarer, børsen, agromarkets, Landbrugsavisen, Global dairy trading, Financewatch

HVILKE ANDRE MEDIER BRUGER ØKONOMIKONSULENTER?



DIGITALE HANDLINGSPLANER

Flere økonomikonsulenter er meget positive overfor digitale handlingsplaner

Pt er praksis, at økonomikonsulenten husker sine aftaler eller skriver dem i outlook

Vigtigt! At DH snakker sammen med outlook

"Hvis jeg overser en deadline kan jeg få negative anmærkninger fra kunden"

"Landmænd har flere forskellige rådgivere i forskellige huse (ikke samlet et sted) og derfor giver det mening"

"Digitale handlingsplaner er meget relevant. Det er svært at huske alt i hovedet og det gør han nu, så ville være godt med hjælp. Der er positiv feedback fra kunder, hvis han husker at følge op"

INGEN INTRODUKTION TIL LANDBRUGSINFO

Ingen husker en speciel introduktion til LandbrugsInfo
For de ældre økonomikonsulenter har LandbrugsInfo altid været der, mens de yngre huske introduktionen til LandbrugsInfo fra uddannelsen

- *"Man kunne godt sende en pjece ud"*
- *"Film på youtube/webinar kunne være relevant intro til de nye"*
- *"Det er naturligt for mig at bruge det"*

OPBYGNING

*Indviklet og uoverskueligt
og kommer ud i nye sider
og går ned i mange lange
veje*

Mange klik for at finde den relevante viden

Kvægøkonomi og produktionsøkonomi formidler om det
samme, men skriver hver deres artikler

Eks. med budgetanbefaling for 2017

Funktionaliteten er der ikke. Efter de første emner, så stopper
tråden og det sker tit og så starter man forfra. Opbygningen giver
nok mening for dem, som laver den.

HVORDAN MED SØGNINGEN?

Flere bruger primært google som compensation for søgefunktionen

Det er ikke alle, som går efter links fra LandbrugsInfo, når de googler

Nogle printer, fordi de ikke kan genfinde artikler

Der er for mange hits ved søgningen og dette gider han ikke læse igennem

"Det vigtige kan drukne i det ligegyldige"

"Man skal vide, hvor det er for at finde det"

FREMHÆVES SOM POSITIVT



"Viden fra LandbrugsInfo er altid rigtig. Jeg tror på det... Det er dygtige folk og super viden. Der ligger enestående viden og database på LandbrugsInfo – det er ren misundelse fra andre lande"

"LandbrugsInfo er vigtig og det er primært mængden af data"

"LandbrugsInfo er en glimrende portal. Jeg bliver opdateret uden at skulle spørge en masse"

FREMTIDENS LANDBRUGSINFO

- IDEER FRA BRUGERNE

Muligheden for at skrive i kommentarfeltet direkte til forfatteren og dermed kunne flere brugere se svaret

- lynhurtig respons og dermed en løsning
- Barrieren kunne være blufærdighed og frygt for at udstille sig selv, da der er meget konkurrence i erhvervet

Big data er populært og kunne bruges mere og det ville være fint med mere data til analyse på LandbrugsInfo:

- til beregner, til landmandsmøde og årsmøder, til erfagrupeer, personlig interesse

Han holder til tider møder og oplæg og vil gerne fortælle om status på et givent område og det har han ikke altid mulighed for.

Eks. Hvor stor forskel er der på vandpriser eller pensionsopsparing i forhold til alder

Absolut ikke flere værktøjer, men promovering og tilgængelighed er vigtigere

"Vi sidder 5-6 topøkonomer og kun to kender til kreditanalysen og det er ikke ham, som tilfældigvis skal opdage dette, men SEGES skal komme ud og fortælle om det til gratis møder – det vil I også gerne, men det er rådgivningsvirksomhederne skal spørge efter det. Det implementeres ikke ved at ligge på LandbrugsInfo, men det skal spredes via relationer. Det er pt for tilfældigt, hvem der får kendskab til værktøjerne, men kom i stedet ud og forklar om værktøjet til et afdelingsmøde"

FREMTIDENS LANDBRUGSINFO

- IDEER FRA BRUGERNE

- LandbrugsInfo skal være opdateret og information skal være så nemt tilgængeligt ligesom facebook
 - På den måde kan vi fange yngre konsulenter og landmænd
- Det skal være mere LandbrugsInfo på tablet og smart phone, og mere digitalt og brugervenligt
- Der skal være mere e-læring og webinar og det skal ikke være så anonymt, men gerne personligt

ANBEFALINGER

- Kampagnefilm for LandbrugsInfo til potentielt nye brugere, samt en best practice
- Travlhed kræver hurtigere søgninger og mere overskuelig opbygning
- Mere digitalt landbrugsInfo til smartphone og tablet
 - Især den yngre målgruppe beskrives som klar
- Langt mere servering
 - Målrettet i form af feed, cookies, begivenhedskalender mm...

