

Effektmåling af kommunikationstiltag	Ansvarlig	AKJM
	Oprettet	23-11-2017
Projekt: 7440, Kortlægning og formidling af økonomiske og finansielle potentialer og risici i landbruget	Side	1 af 17

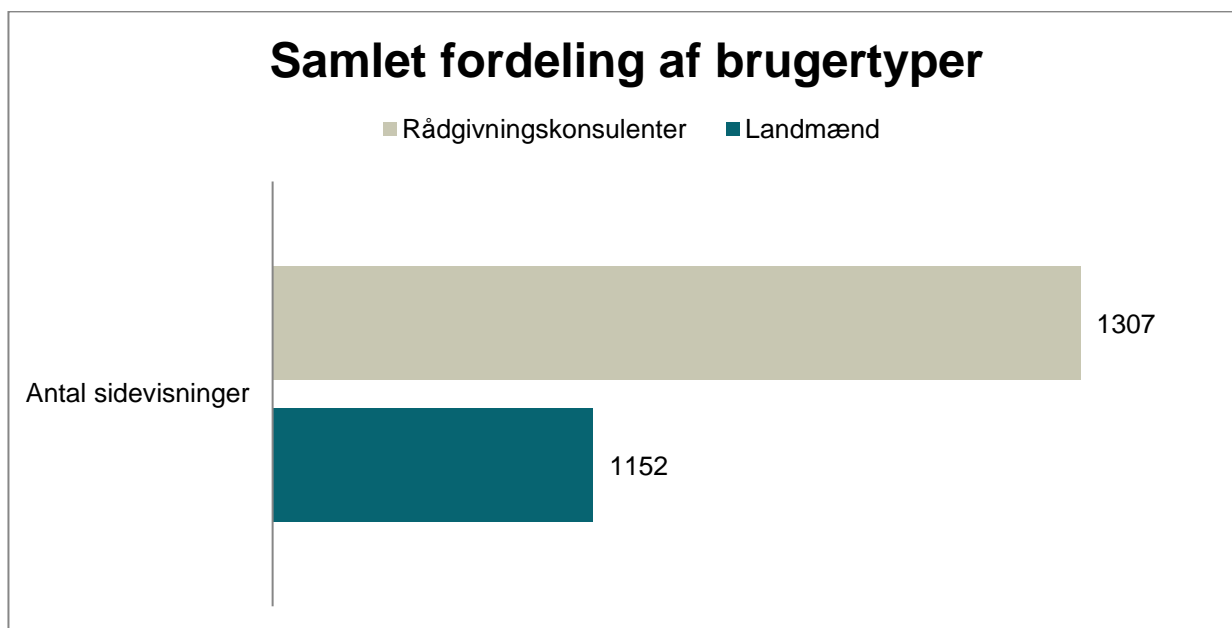
Produktionsøkonomipjecer – effektmåling af kommunikationstiltag

På baggrund af definerede målepunkter - også kalder Key Performance Indicators (KPI'er) – er der målt på effekten af de i projektet udførte [kommunikationstiltag](#) i forbindelse med udgivelsen af Produktionsøkonomipjecerne indenfor fagområderne kvæg, svin og plante. De udvalgte målepunkter er som følger:

- Antal visninger med PØ pjece indhold på landbrugsinfo.dk
- Antal landmænd, der har læst PØ pjece indhold på landbrugsinfo.dk
- Antal rådgivere, der har læst PØ pjece indhold på landbrugsinfo.dk
- Antal download af PØ pjecer på landbrugsinfo.dk og svineproduktion.dk

Nedenstående grafer viser i første omgang en samlet effekt og performance af de forskellige kommunikationstiltag, hvorefter der i notatet følger en individuel behandling af hvert kommunikationstiltag fordelt på uger, i form af antal sidevisninger, fordeling mellem landmænd og konsulenter samt hvilke kilder, der har givet trukket trafik til den pågældende kommunikationsaktivitet.

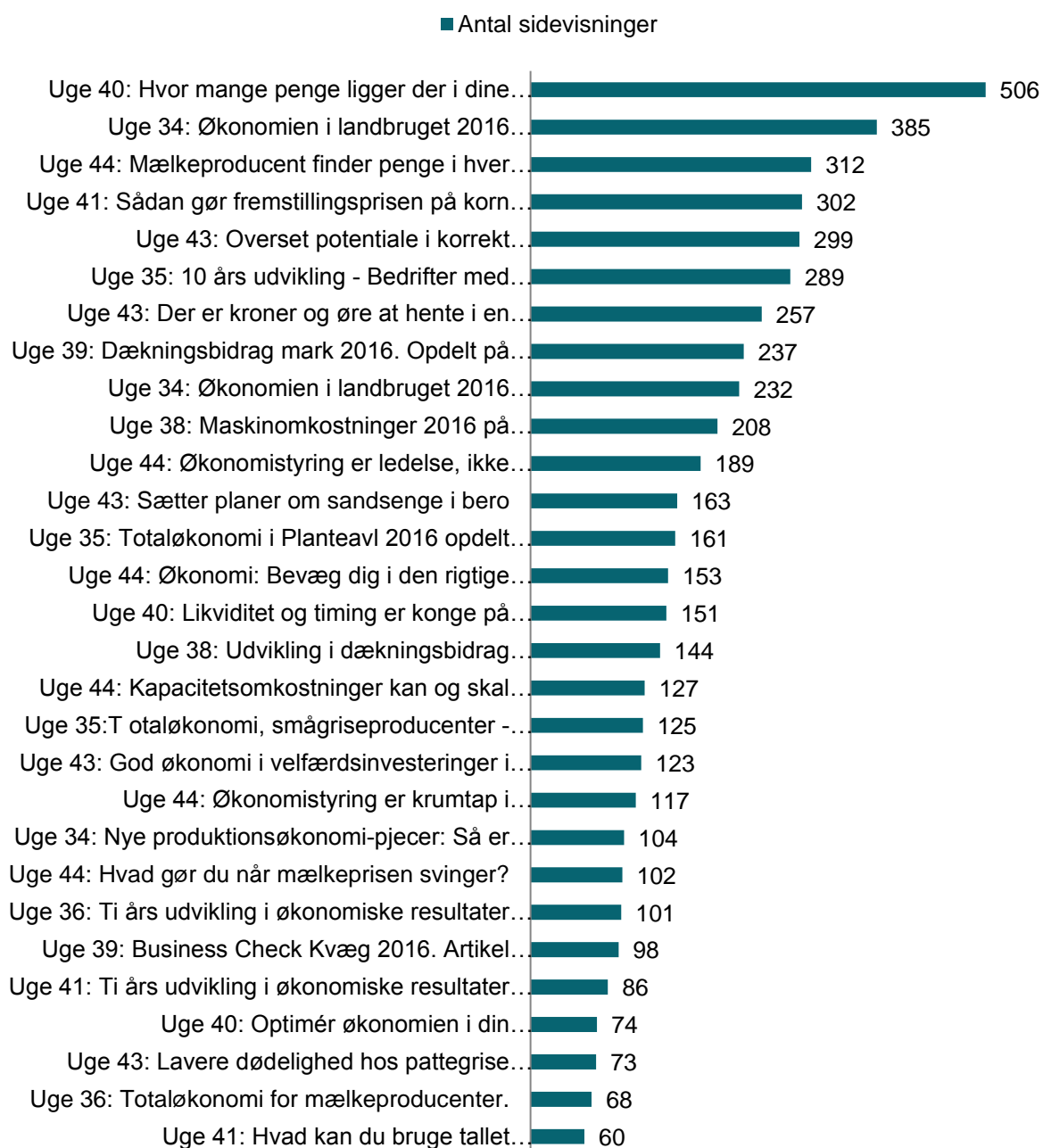
Samlet effekt og performance for kommunikationsaktiviteter vedrørende Produktionsøkonomipjecer og kommunikation vedrørende pjecerne.



Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc).

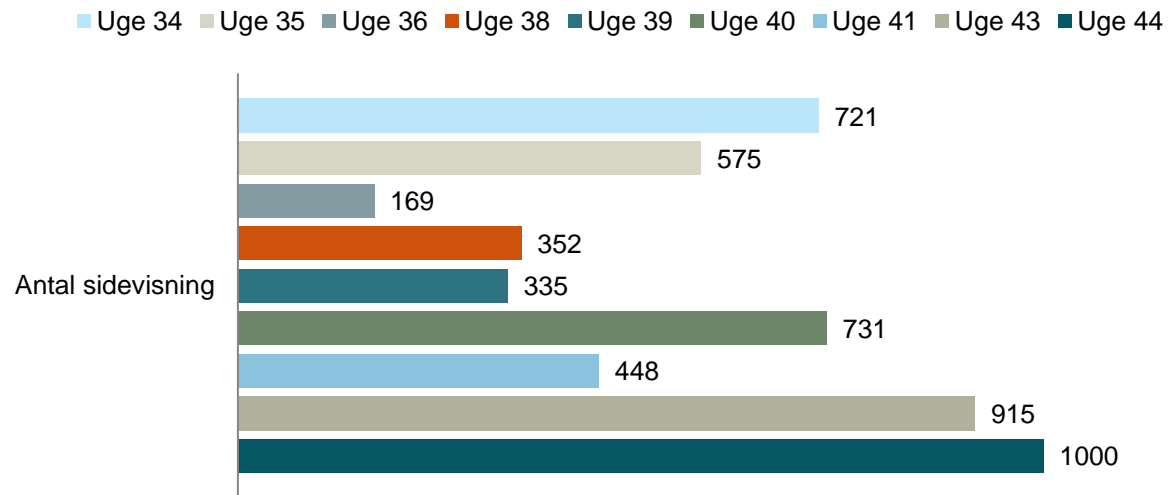
Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Kommunikationstiltag - fordeling af sidevisninger

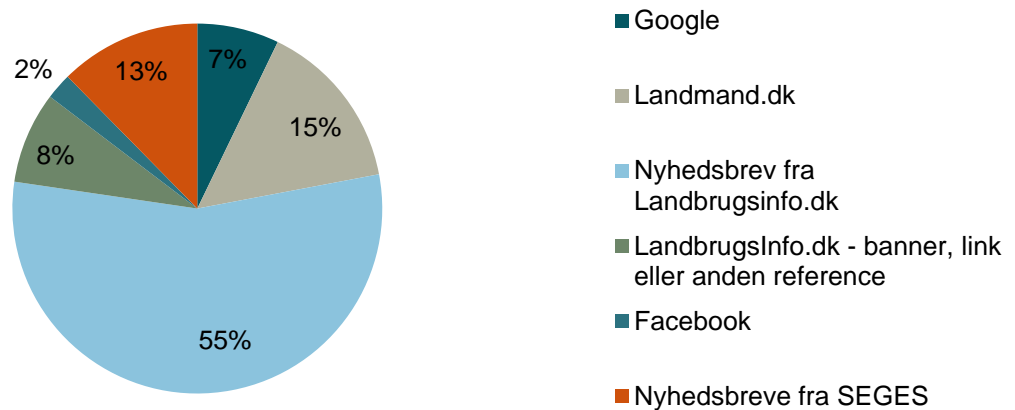


Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne.

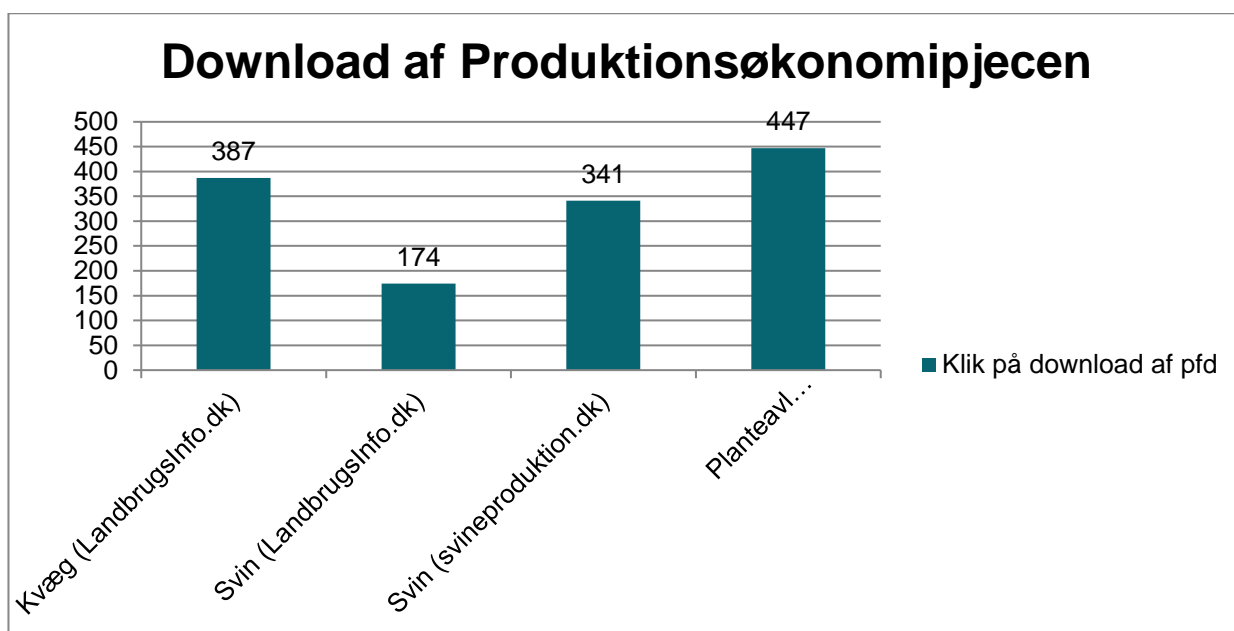
Antal sidevisninger fordelt på uger



Samler antal sidevisninger fordelt på kilder

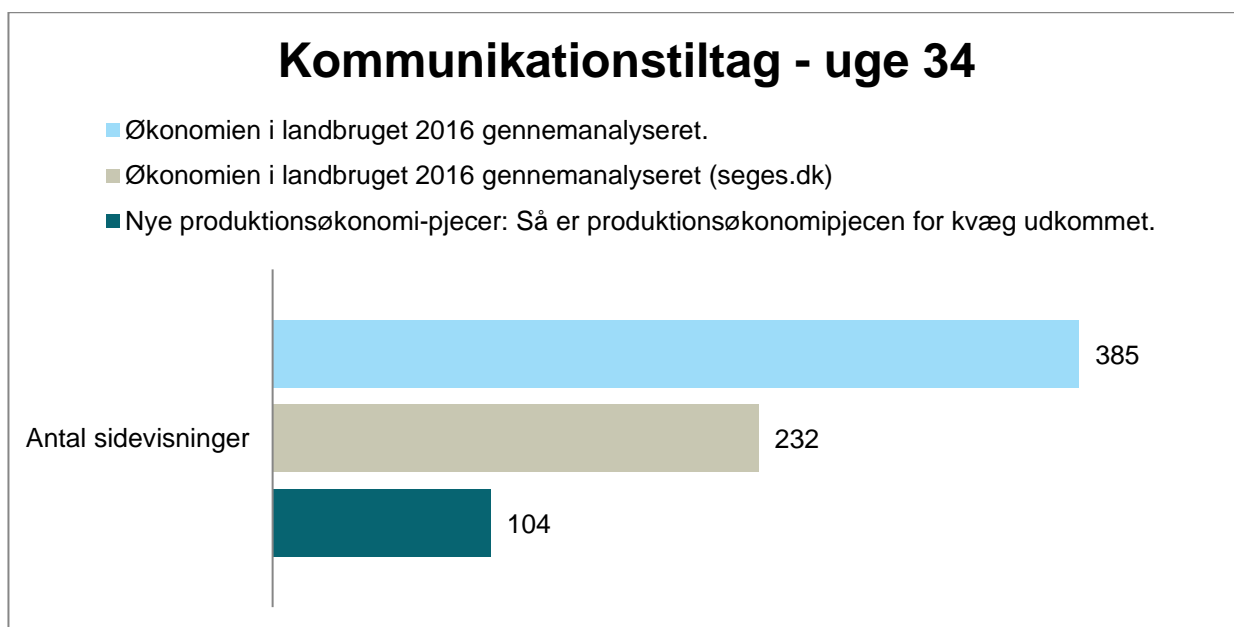


Landbrugsinfo.dk nyhedsbreve er ubetinget den største kanal til at få brugere ind på artiklerne.



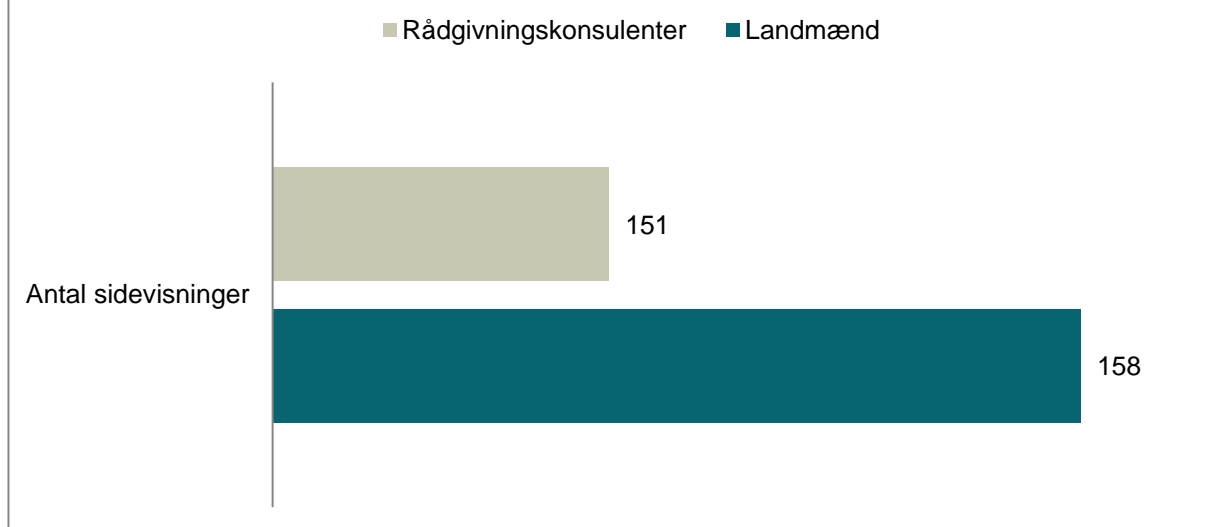
Ovenstående er baseret på data fra LandbrugsInfo.dk og svineproduktion.dk. At Produktionsøkonomipjecen for svin har været tilgængelig via to hjemmesider kan have sine fordele.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 34



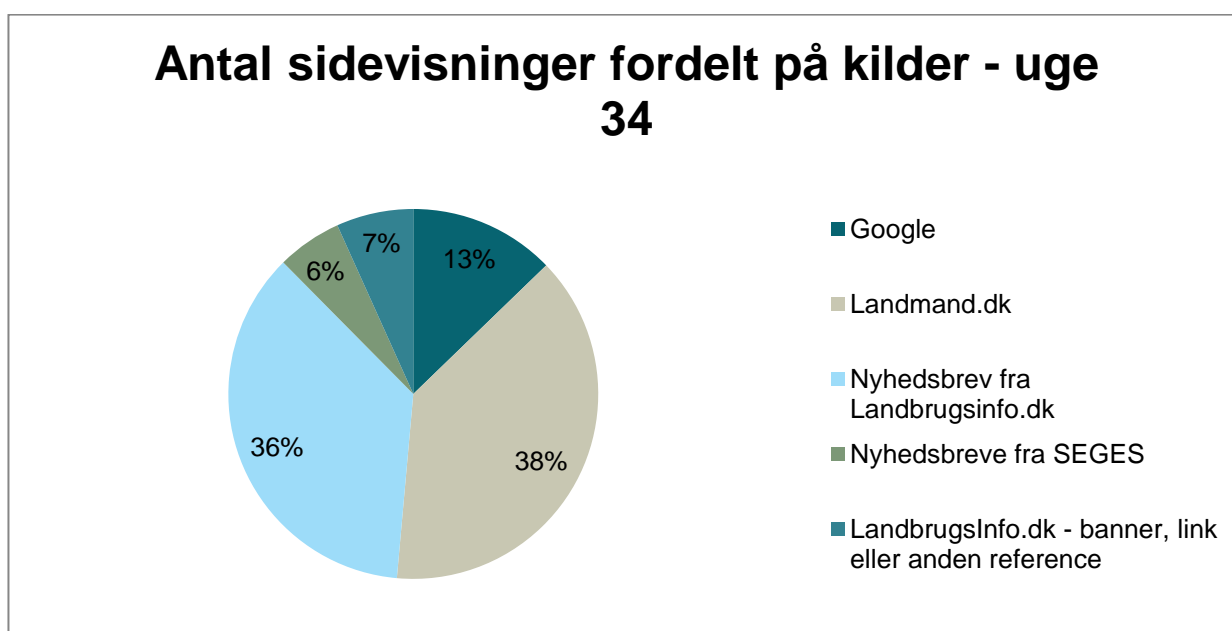
Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne.

Samlet fordeling af brugertyper - uge 34



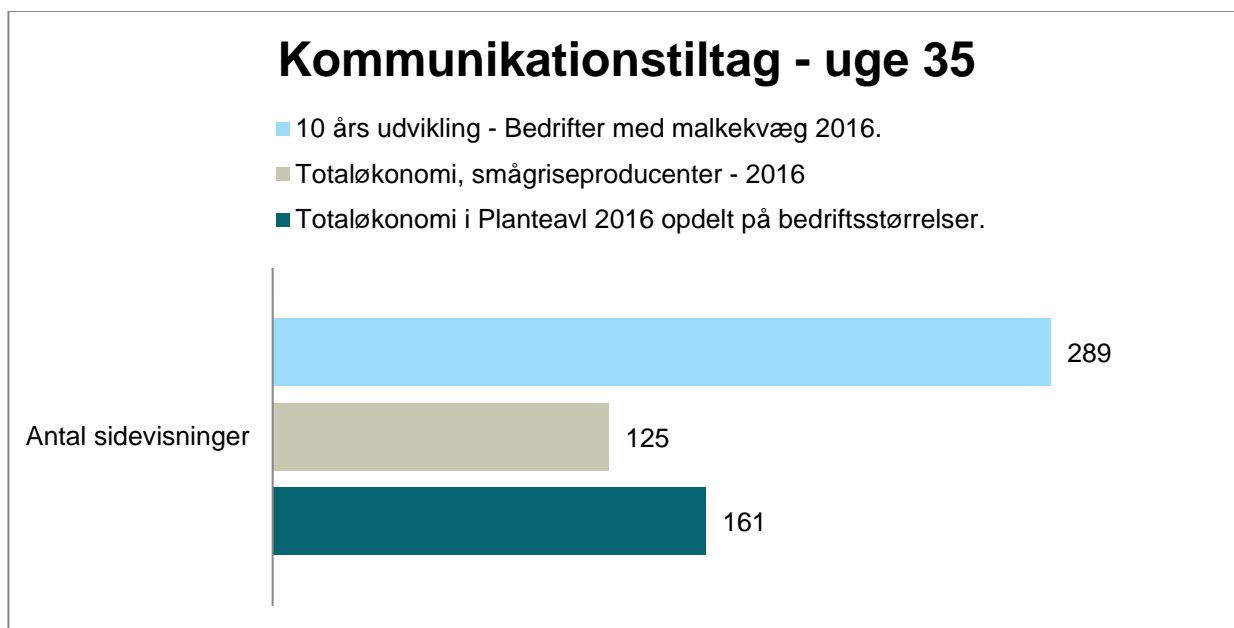
Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 34

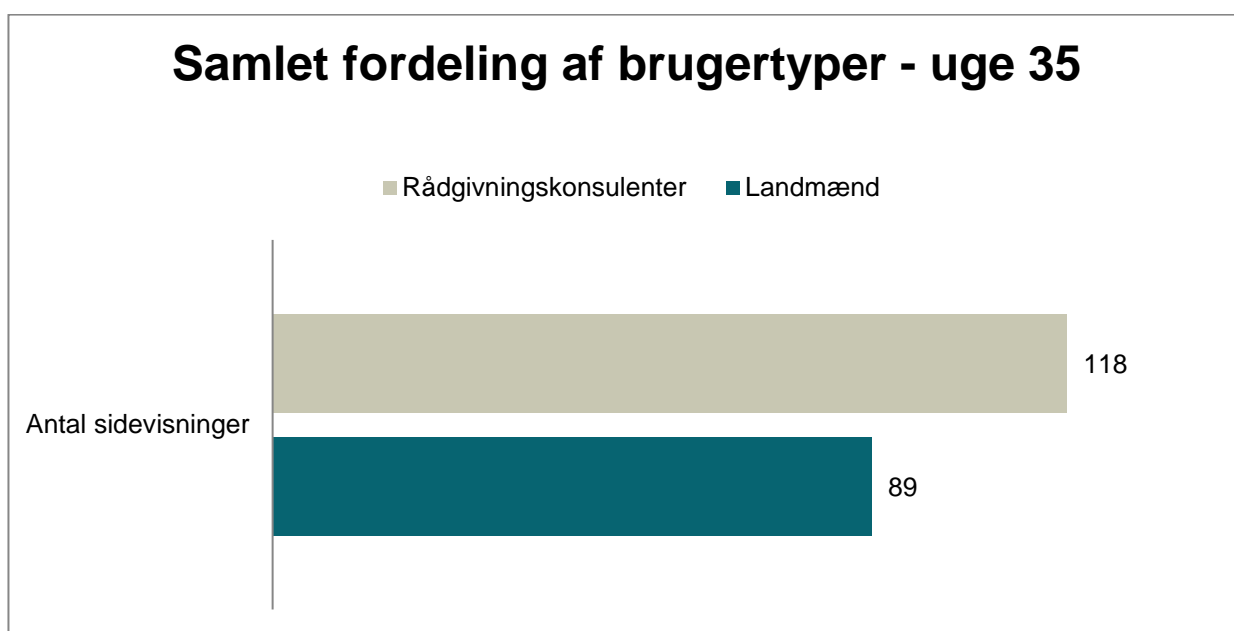


Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 35

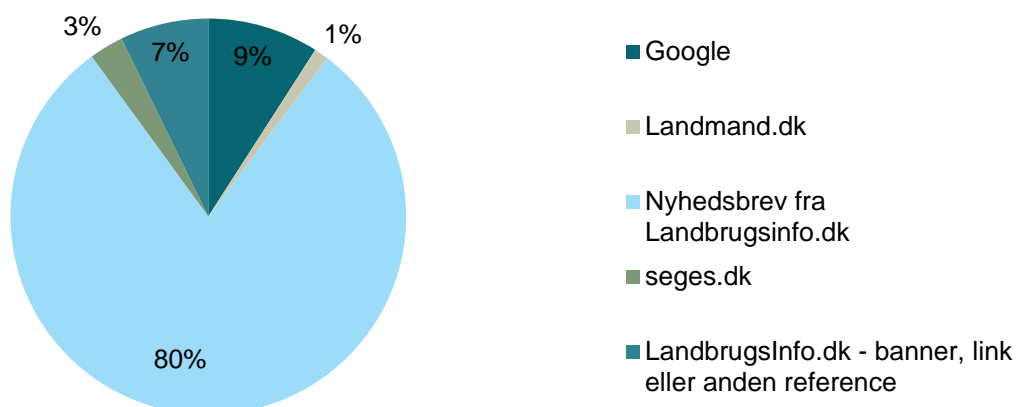


Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne.



Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

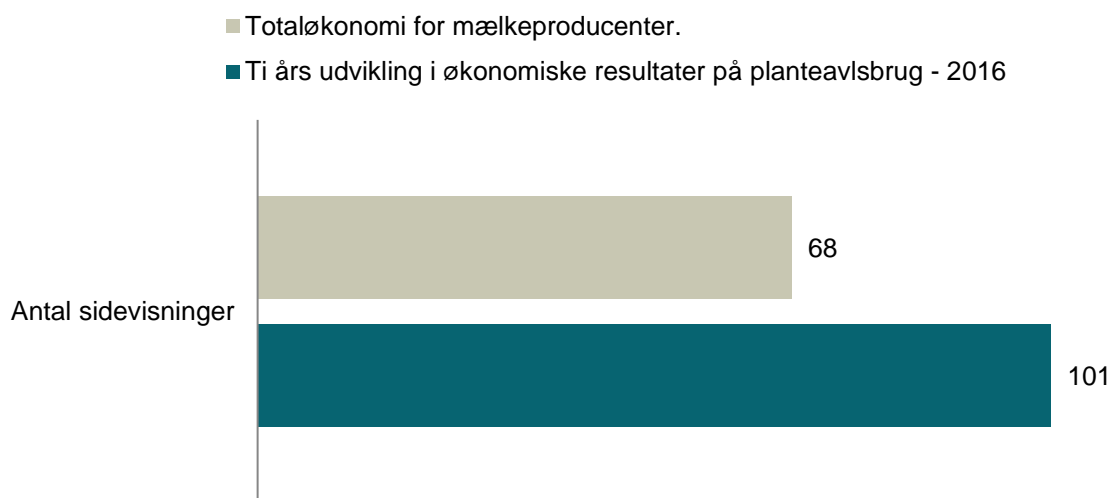
Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 35



Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

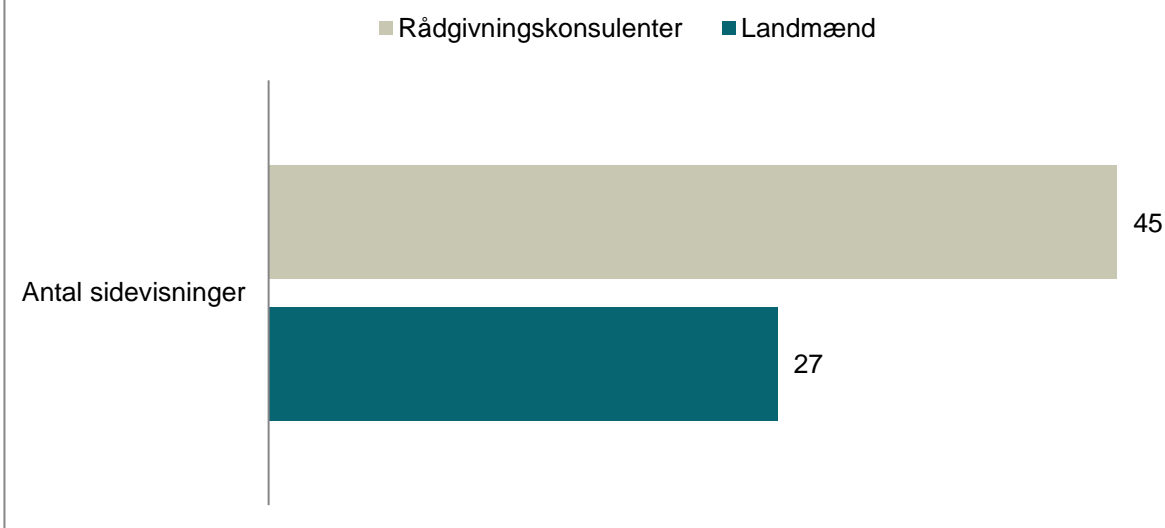
Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 36

Kommunikationstiltag - uge 36



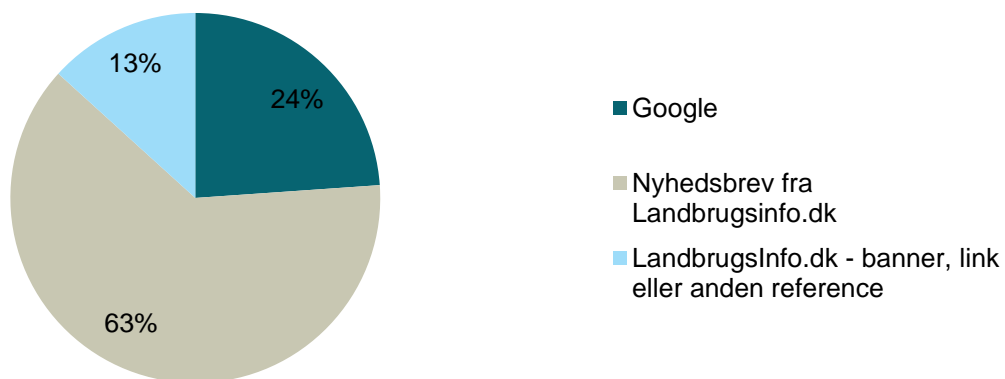
Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne.

Samlet fordeling af brugertyper - uge 36



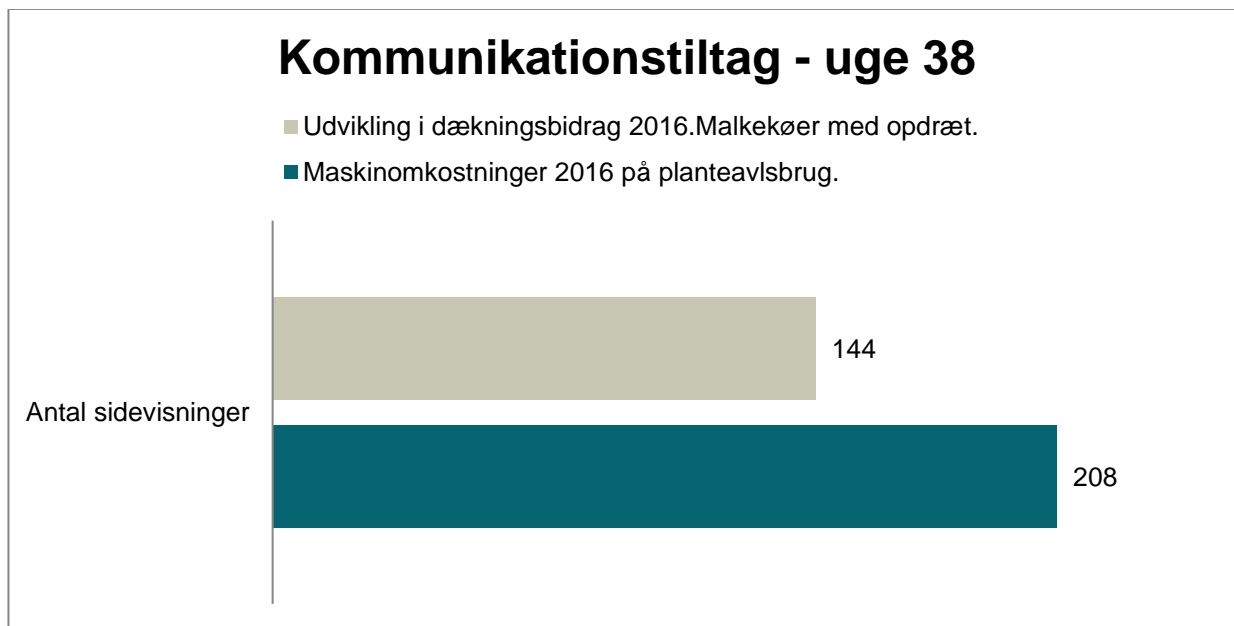
Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 36

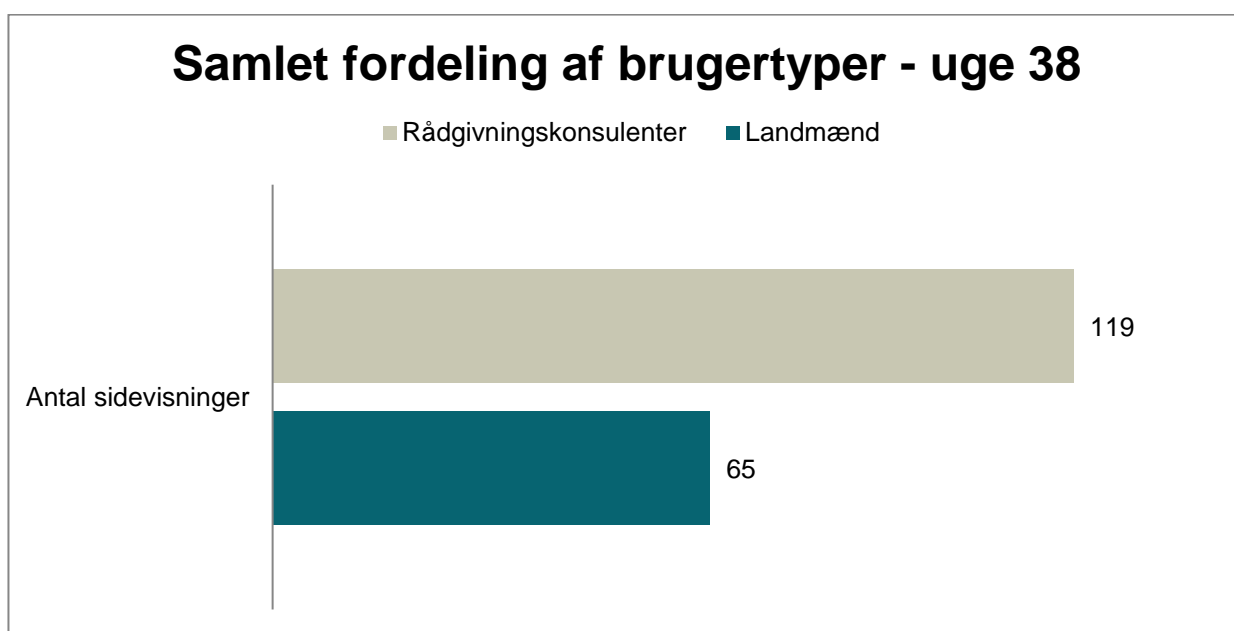


Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 38

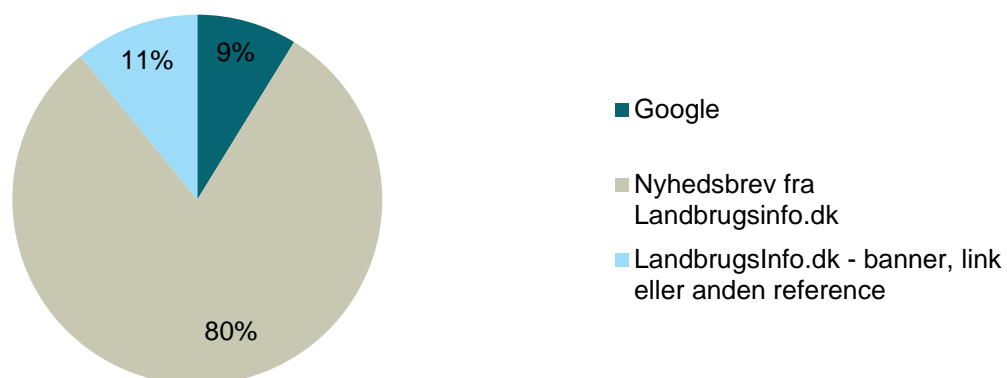


Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne.



Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

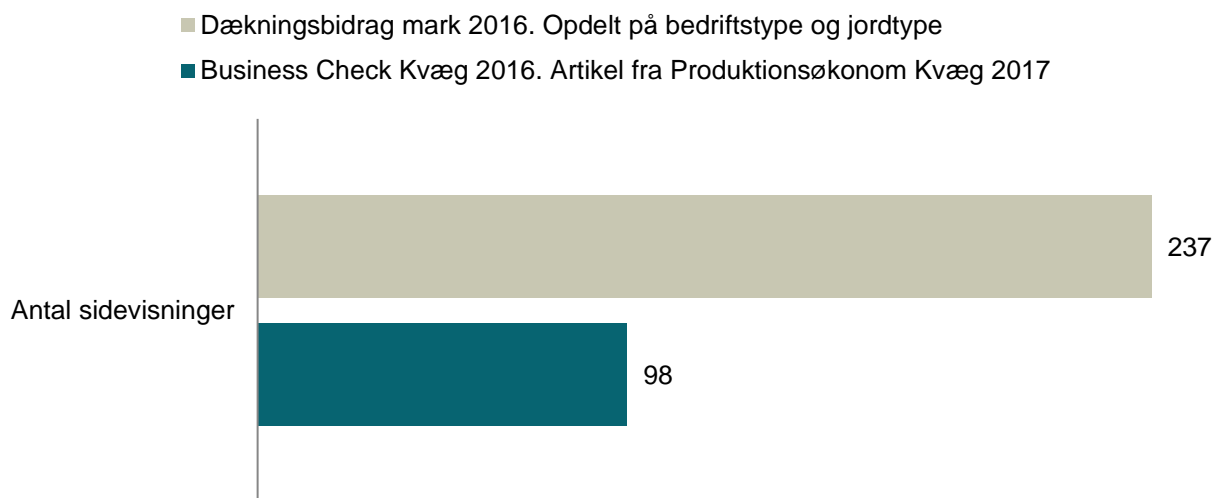
Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 38



Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

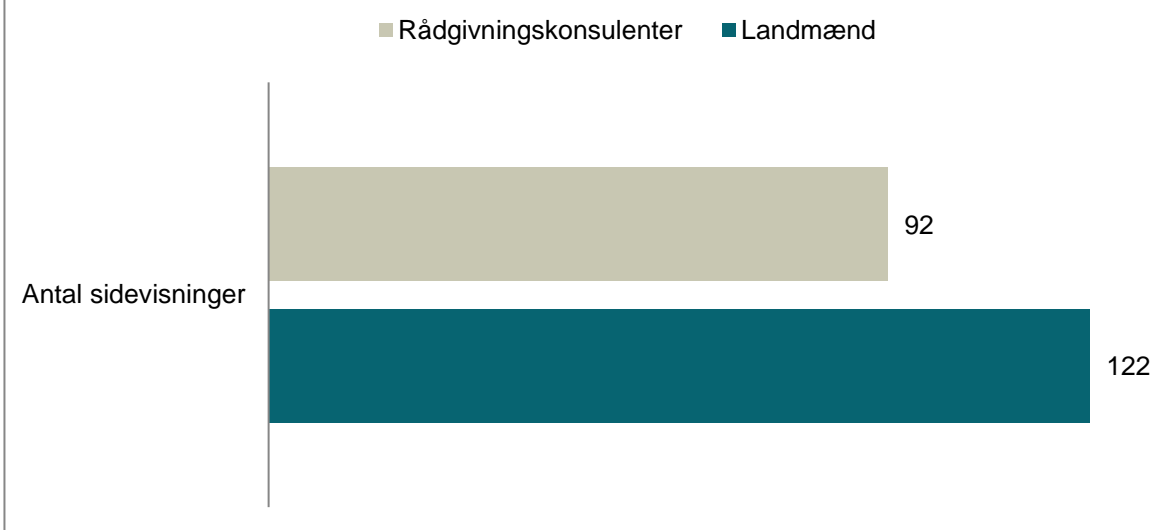
Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 39

Kommunikationstiltag - uge 39



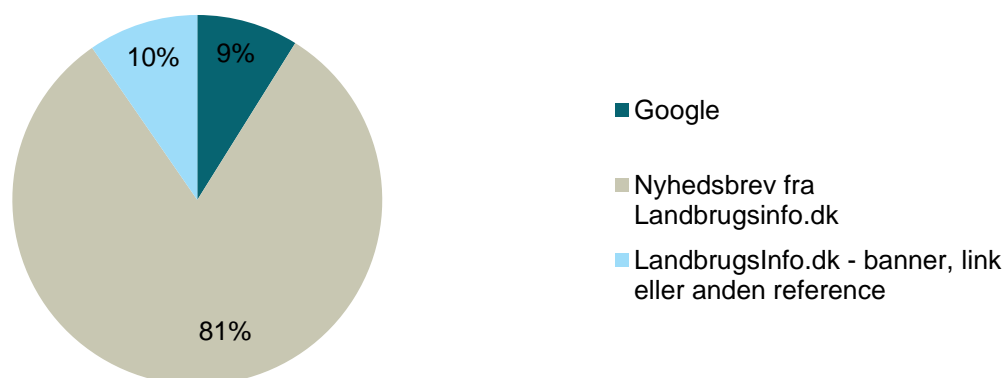
Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne

Samlet fordeling af brugertyper - uge 39



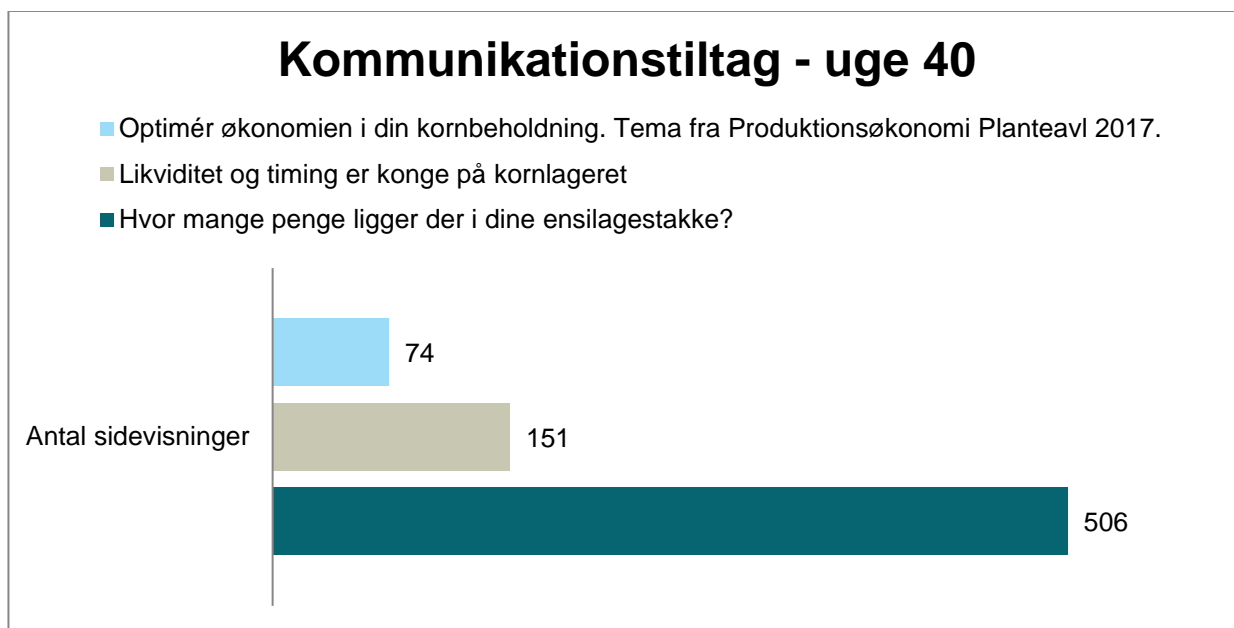
Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 39

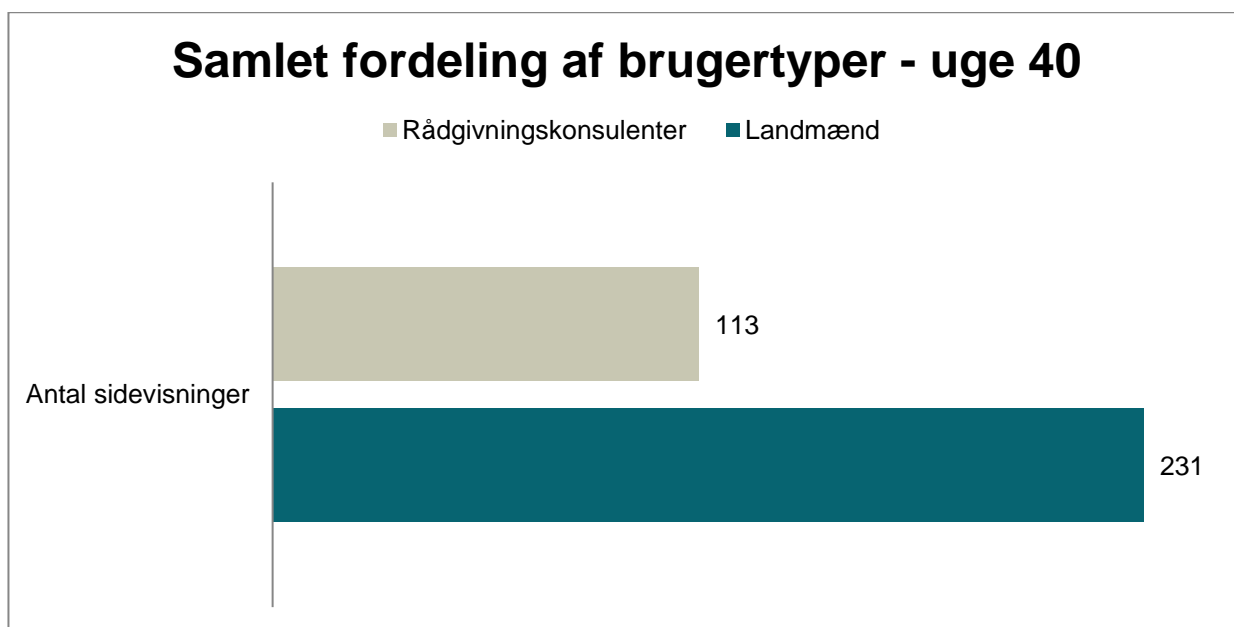


Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 40

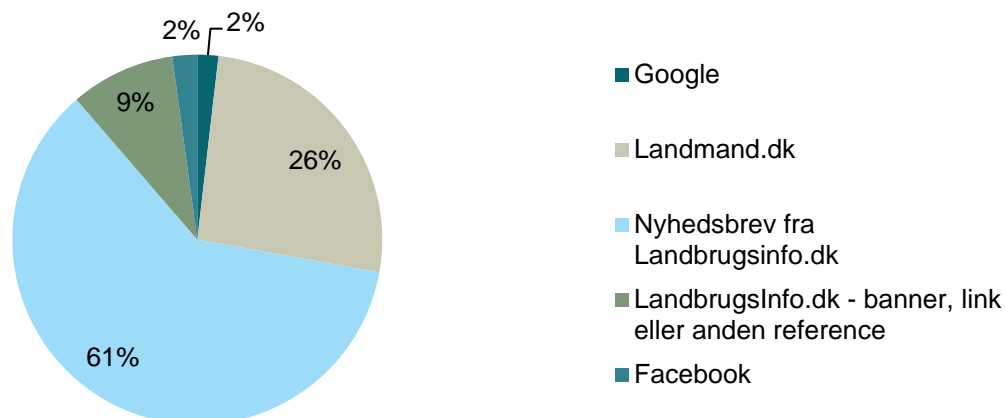


Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne



Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 40

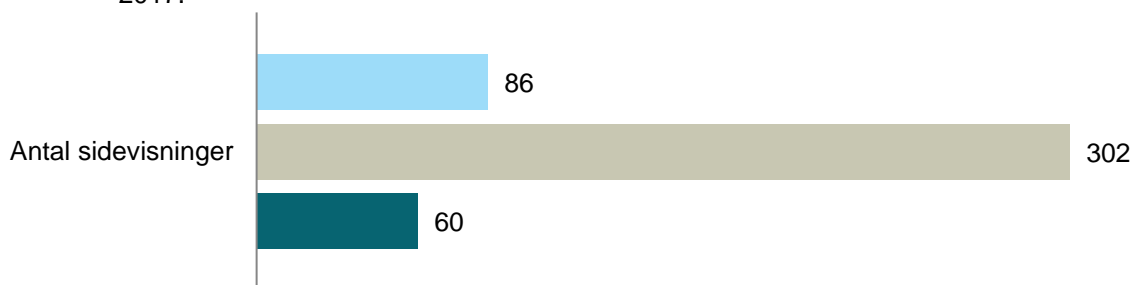


Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 41

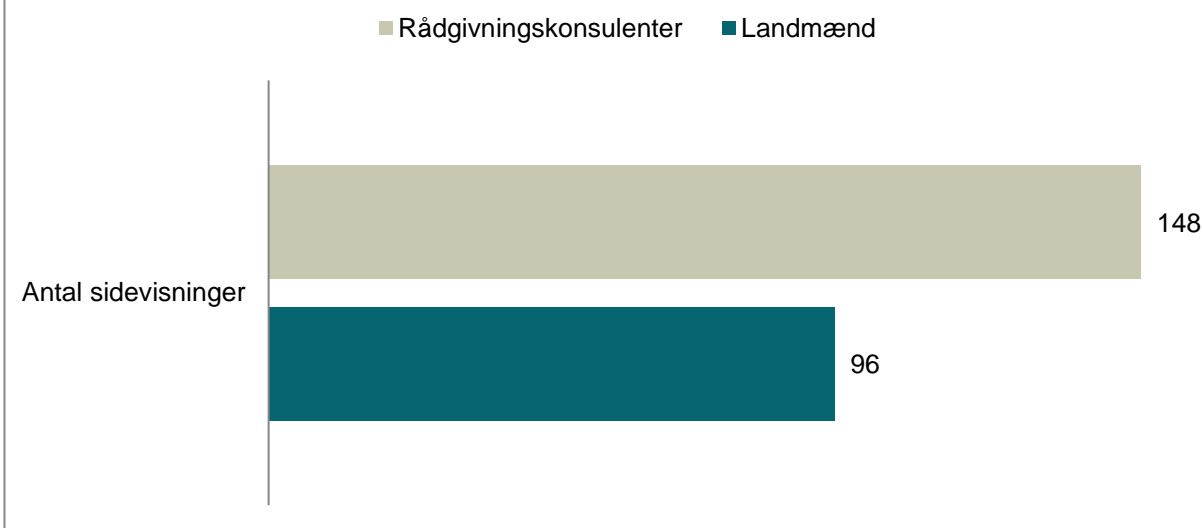
Kommunikationstiltag - uge 41

- Ti års udvikling i økonomiske resultater i svineproduktionen 2016. Artikel fra Produktionsøkonomi Svin 2017
- Sådan gør fremstillingsprisen på korn landmanden bedre
- Hvad kan du bruge tallet Fremstillingspris til? Tema fra Produktionsøkonomi Planteavl 2017.



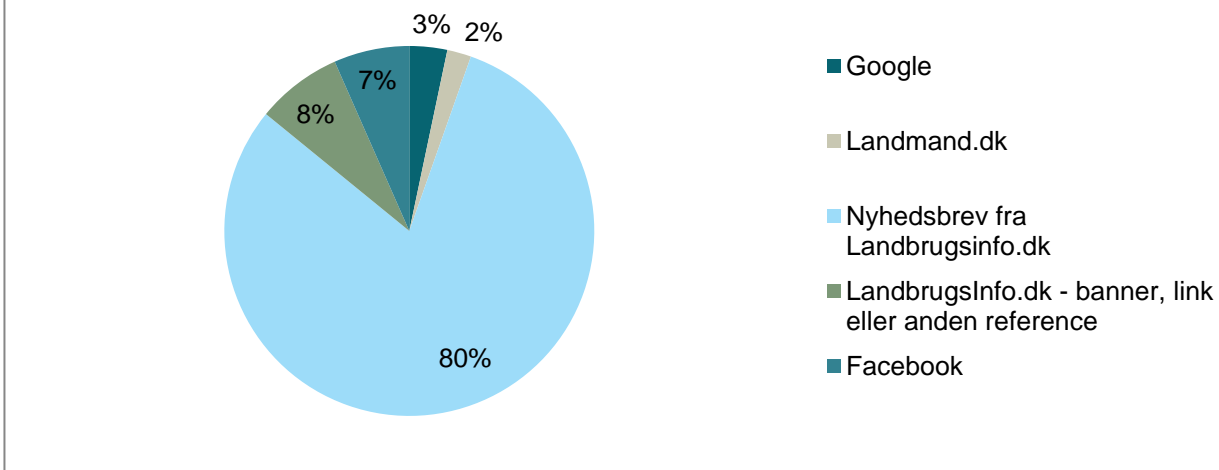
Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne

Samlet fordeling af brugertyper - uge 41



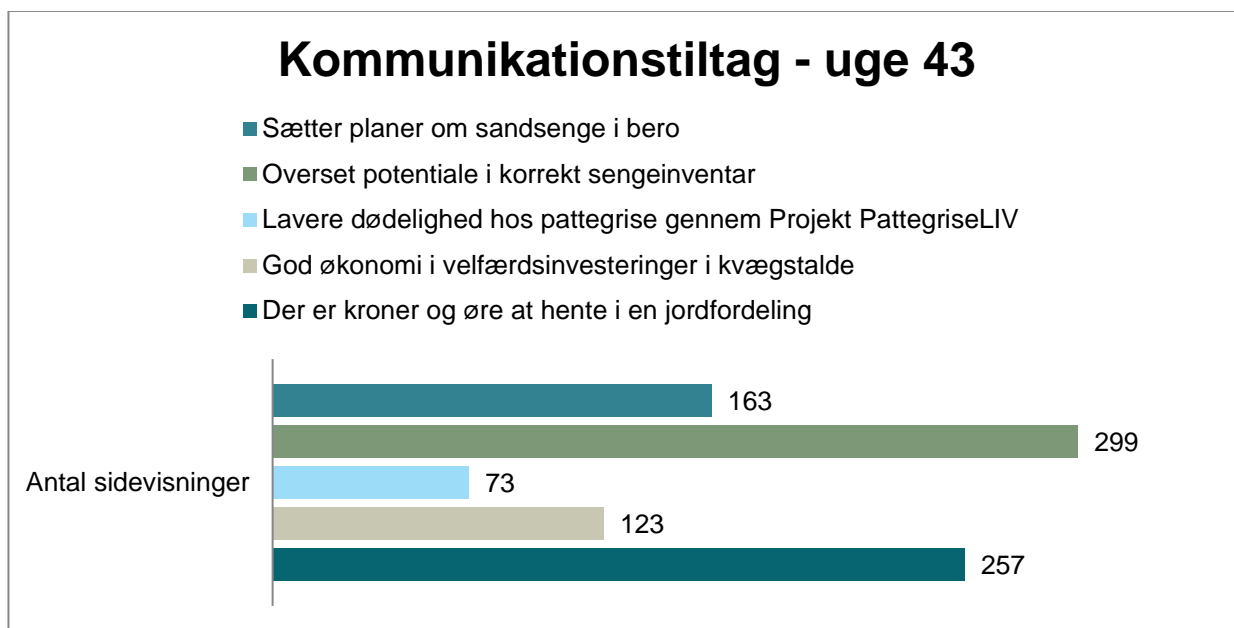
Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 41

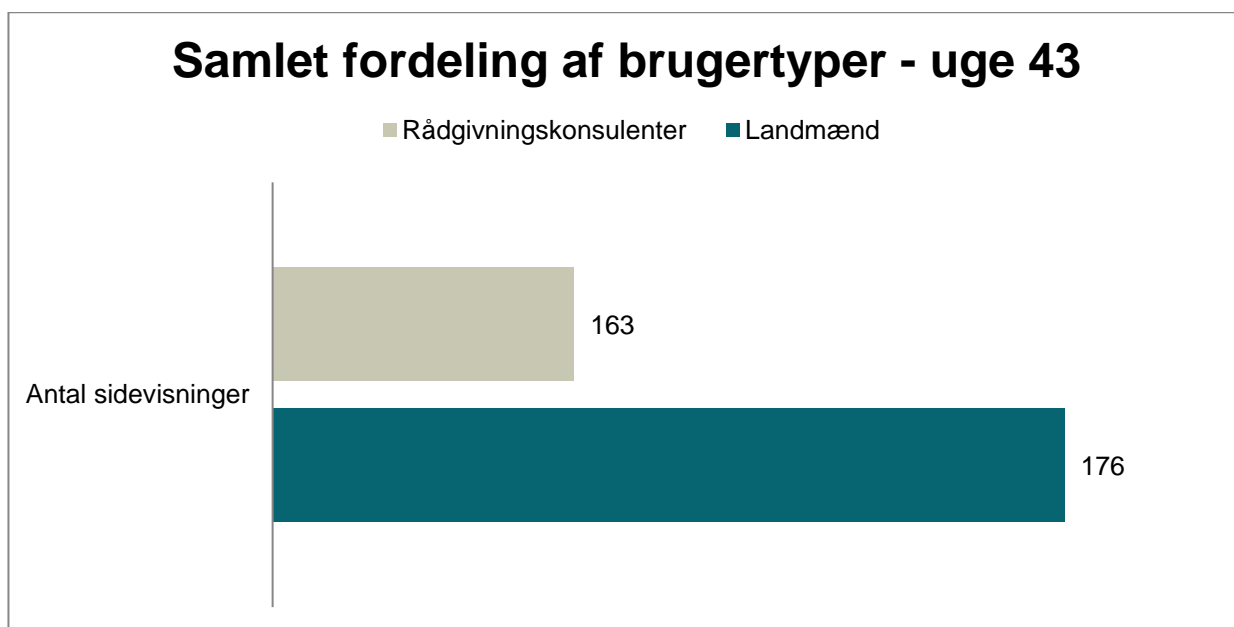


Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 43

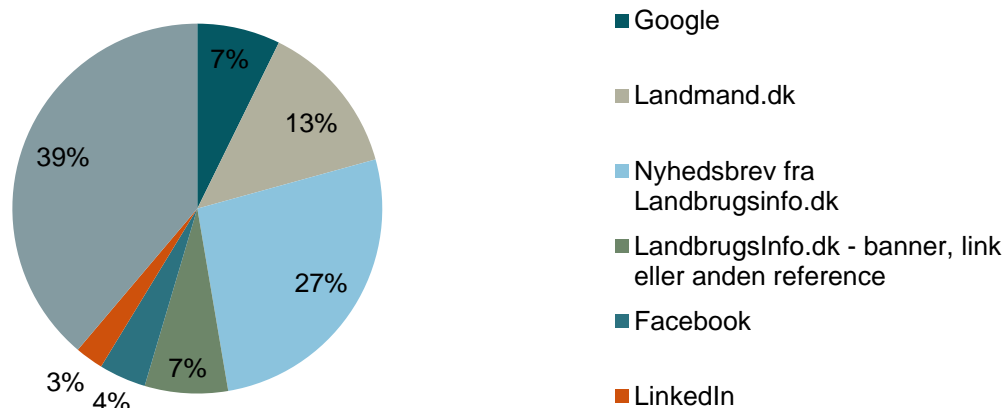


Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne



Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 43

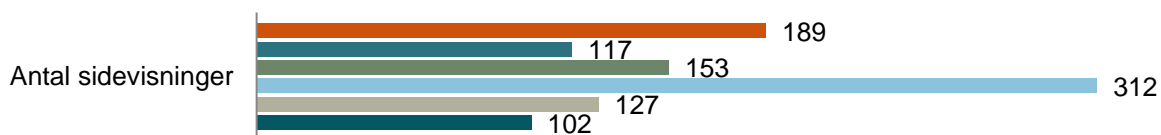


Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.

Effekt og performance af kommunikationstiltag uge 44

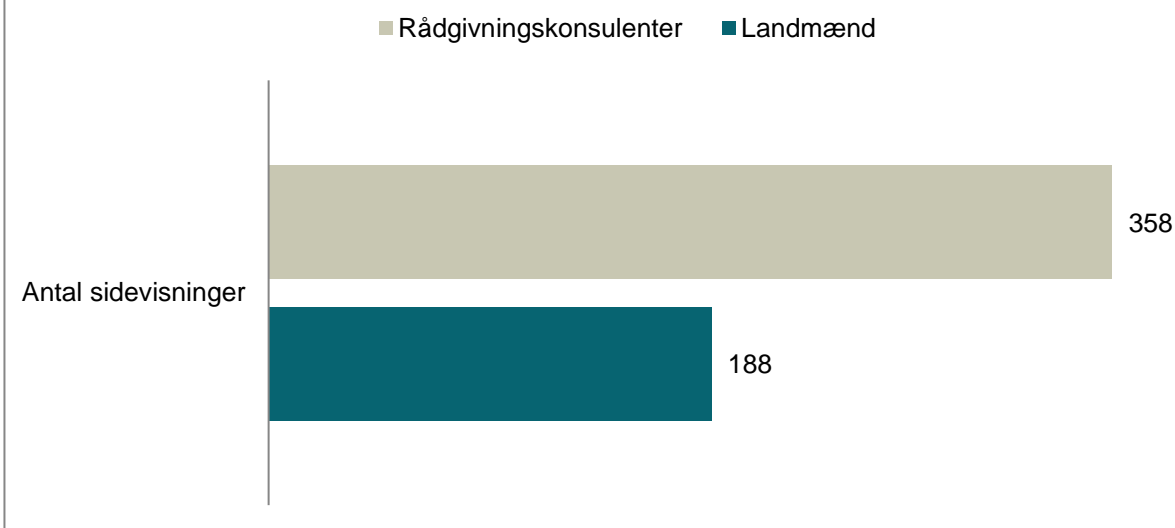
Kommunikationstiltag - uge 44

- Økonomistyring er ledelse, ikke regnearkstyranni
- Økonomistyring er krumtap i virksomhedens ledelse. Tema fra Produktionsøkonomi Planteavl 2017.
- Økonomi: Bevæg dig i den rigtige retning (svineproduktion.dk)
- Mælkeproducent finder penge i hver budgetproces
- Kapacitetsomkostninger kan og skal styres
- Hvad gør du når mælkeprisen svinger?



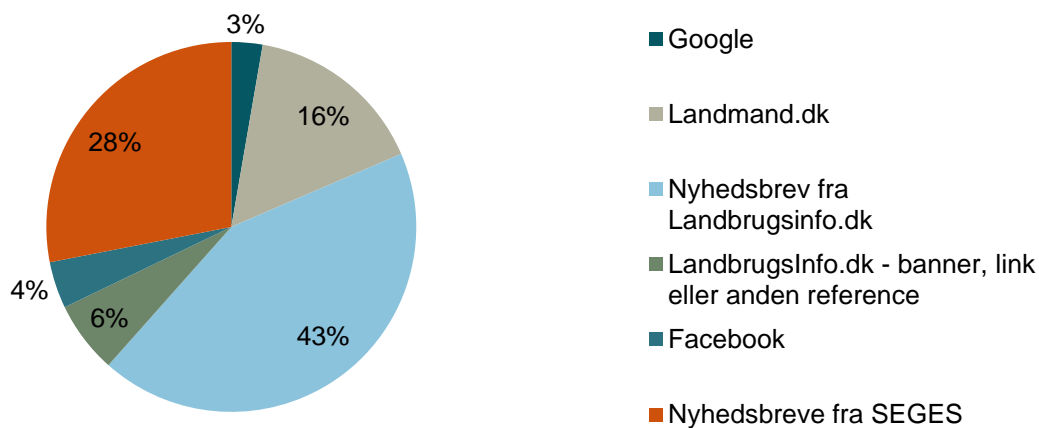
Ovenstående antal sidevisninger viser alle brugertyper samt anonyme brugere og vil derfor ikke nødvendigvis matche antallet af landmænd og rådgivere, der har set siderne

Samlet fordeling af brugertyper - uge 44



Ovenstående måling af sidevisninger viser ikke sidevisninger foretaget af ikke indloggede brugere, da disse er anonyme. Derudover er der også andre brugertyper end landmænd og konsulenter, der kan logge ind og tilgå artiklerne (landbrugsskoler, virksomheder, kommuner, presse etc). Sidevisninger fra aktivitet på seges.dk er ikke identificeret på brugerniveau, da der ikke er login på siden, hvorfor det ikke er muligt at identificere brugerne.

Antal sidevisninger fordelt på kilder - uge 44



Ovenstående måling viser kun de mest relevante kilder for den respektive uge, da der kan være et stort antal kilder, der henviser til artiklerne.