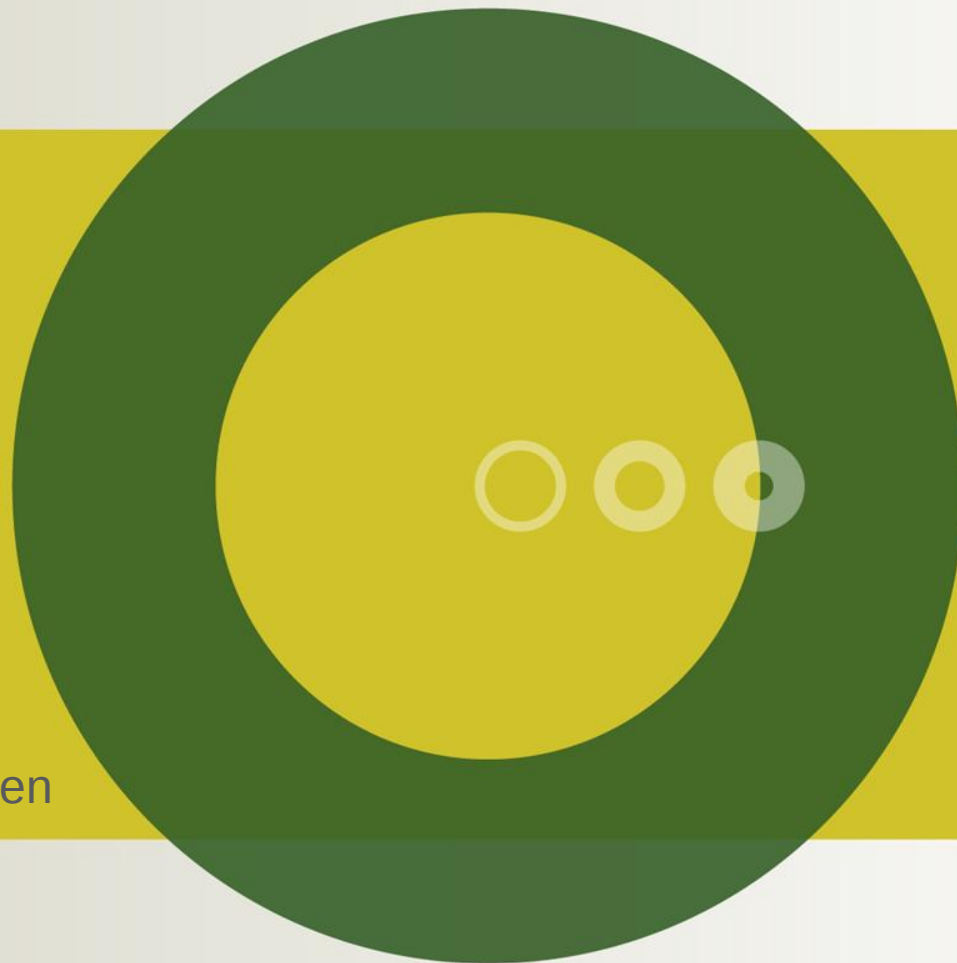


”Din bundlinje NU!”

TEMA – Hvordan udnytter vi erfaringerne fra kampagnen ”Din bundlinje NU” i vores aktiviteter?

Projektleder Dorte Marcussen



- DLBR kampagnen "Din bundlinje NU", der har fokus på at styrke landmandens bundlinje, har givet rigtig mange gode erfaringer og positive oplevelser, som vi skal sørge for at bygge videre på i vores arbejde i 2011.
- Dorte Marcussen, der er projektleder på kampagnen, giver selv udtryk for, at kampagnen har været en kanonoplevelse. Dorte vil på baggrund af kampagnen fortælle om erfaringer og muligheder.
- Efter Dortes præsentation vil vi i grupper drøfte, hvordan vi kan tænke nogle af idéerne ind i vores aktiviteter i 2011.



Din Bundlinje NU!

– fordi det er federe at gå i sort end at se **rødt**



Din Bundlinje NU!

Rådgivningskampagne i 2010

Formål

- **At opnå hurtige forbedringer** i produktionsresultater og indtjening hos økonomisk trængte fuldtidslandmænd og derved øge deres muligheder for at forblive i erhvervet
- **At synliggøre Dansk Landbrugsrådgivning og herunder Videncentret** som den stærkeste kilde til relevant og værdiskabende viden

DLBR®

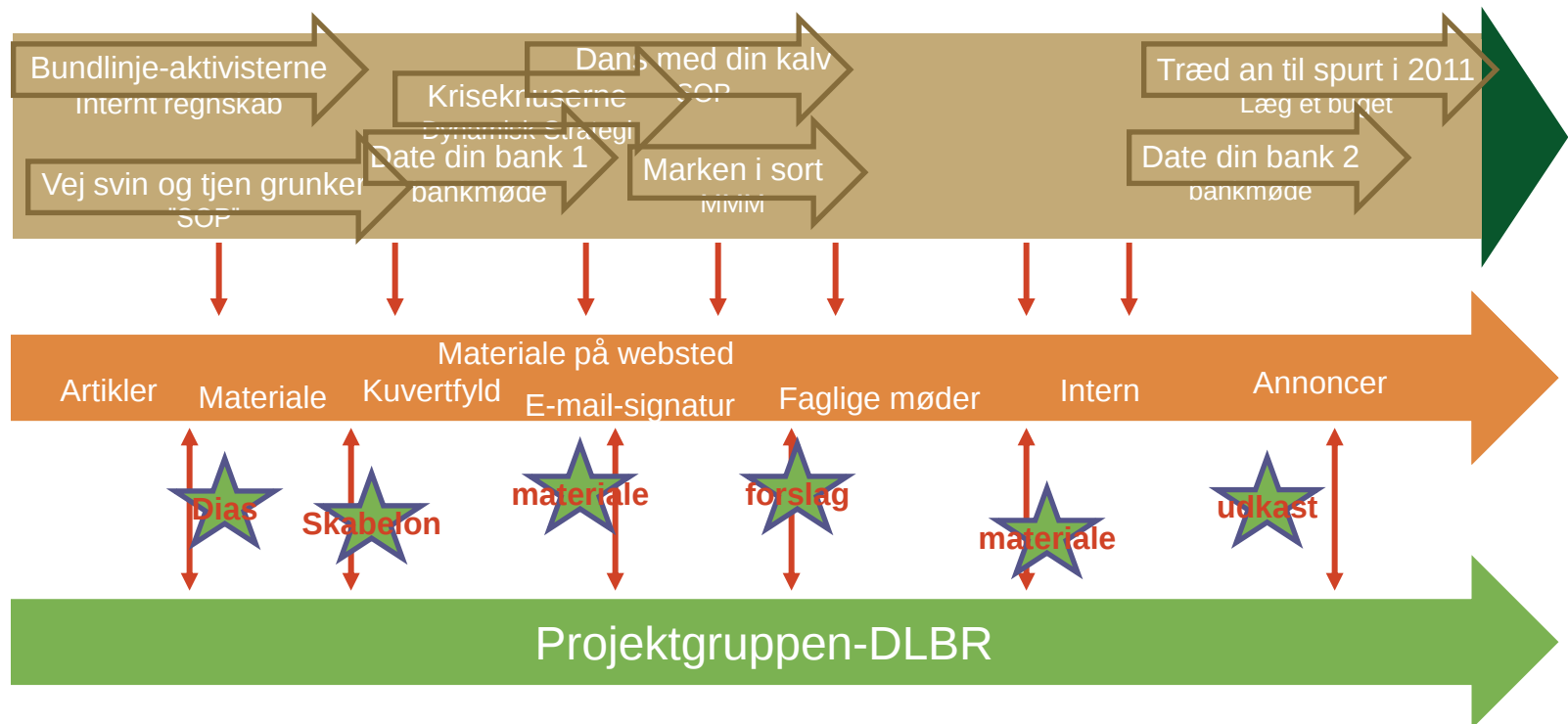
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

Din Bundlinje NU!

Rådgivningskampagne i 2010

- 24 rådgivningsenheder deltager – landsdækkende kampagne
- Fokus på optimering og effektivisering – bundlinjen løftes HER OG NU
- Samspil mellem landmand og konsulent – forpligtelse
- Bankerne er opmærksomme på initiativet
- BundlinjeMatchen
– fra muligheder til handlinger og resultater

Fase 2 – Rådgivning - Lokal markedsføring



BundlinjeMatchen

Dommerne fokuserer på:

- At effektiviseringsmuligheder på bedriften sker i et samarbejde mellem landmand og rådgiver
- At der udarbejdes korte, beskrivende handlingsplaner
- At der ved gennemførelsen af hver enkelt bundlinjeaktivitet estimeres virkninger inden opstart, så de efterfølgende bliver direkte målbare
- At ambitionsniveauet i bundlinjeaktiviteterne er højt, hvorfor innovative og udfordrende bundlinjeaktiviteter honoreres relativt mere.

Kartoffelavleren

- Teamet realiserede 324.000 kr. i år
- Landmanden så med helt andre øjne på sine rådgivere

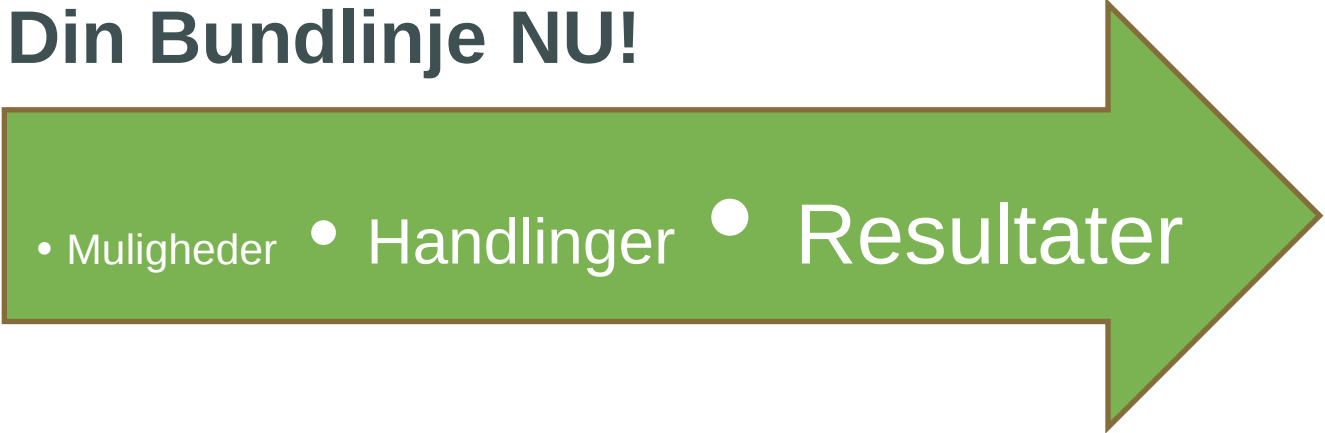


Kampagnen 2011 -2012

	2011												2012							
	1/1	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6	1/7	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/1	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6	1/7	1/8
DBNU	Evaluering - Kampagnes forløb - Effekt hos landmand																			
LBNU DLBR	Planlægning start Workshop: - Kampagneledere - Projektledere			Kick-off: alle	Planlægning forsat - Sparring med kampagnelederne - Effektmål? - Skabeloner for rådgivning med effekt					Artikler fra indsatsen i DBNU-virksomhederne "løftes op" til nationalt niveau										
LBNU DLBR-virksomhed					Planlægning - Tilbuddet(ne) til landmanden - Ekstern Markedsføringsindsatsen - Interne processer og kompetencer - Intern markedsføring					Kick-off: Virksomhedens kampagne gennemføres										
										Rådgivningsforløb:										
										Faglig og økonomiske minikampagner: - Egen indsats - I samarbejde på tværs af Virksomheder - Deltager i et projekt										
Landmanden Oplever																				

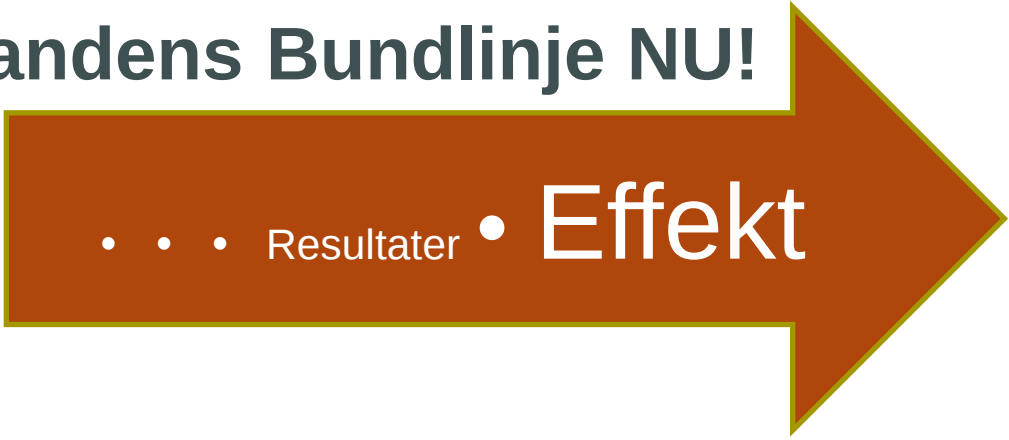
Synergi og sammenhæng

Din Bundlinje NU!



• Muligheder • Handler • Resultater

Landmandens Bundlinje NU!

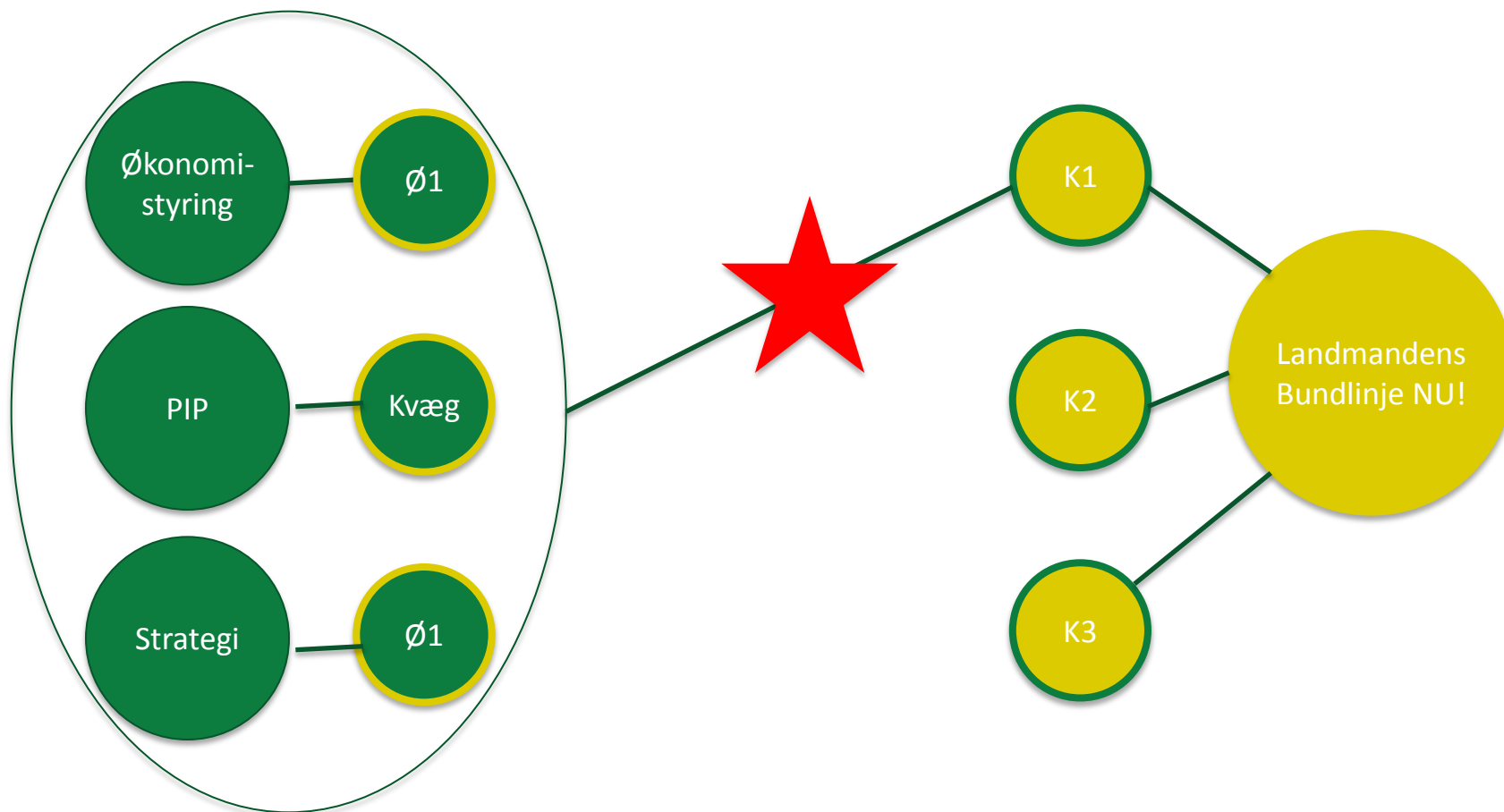


• • • Resultater • Effekt

Demonstrationer LD

	Risiko- styring	PIP	Dynamisk Strategi	Økonomi- styring
Landmandens Bundlinje NU!	Markedsføring og implementering			
Effekt af rådgivning	Effektmål på tværs			
Landmandens som virksomhedsleder	En del af værktøjskassen			

TO-sidet tryk



Mål med koordineringen

- Centrene opfatter aktiviteterne koordineret og sammenhængende mellem LD-projekterne og øvrige projekter
- Landmændene får en koordineret og sammenhængende markedsføring – Budskabet er klar
- Fælles opfattelse i VFL, Centrene og landmænd hvad effekt af rådgivning er for en størrelse
- Alle projekterne får succes