

## **Se till din Marknad**

Lantbrukarnas Ekonomi AB, avd. Företagsutveckling

### **Projektid**

Projektiden är 15 mars 2008 till 31 juli 2009.

### **Sammanfattning**

Inom projektet har planerats och genomförts 10 omgångar av en kurs i sälj och marknadsföring baserat på utbildningsmaterialet *Vägen till Marknaden*. I nio av LRFs 19 regioner har sammanlagt cirka 100 företagare genomgått utbildningen som består av sex tillfällen á fyra timmars utbildningstid. Genom utbildningen har företagarna fått en grund för sitt fortsatta sälj- och marknadsföringsarbete. Effektmålet med utbildningen är att varje deltagares företag ska öka omsättningen med minst 20 % ett år efter genomförd utbildning. Utvärdering av det målet kommer att göras under hösten 2009 och våren 2010.

Utvärdering efter avslutad kurs gav medelbetyget 3,56 av maximala 4,0. Målsättningen vara att uppnå ett resultat på 3,0 vilket innebär att resultatet blev långt över förväntan med mycket nöjda deltagare. De flesta deltagarna vill gärna rekommendera utbildningen till sina kollegor i branschen.

### **Bakgrund**

LRFs medlemsundersökning från våren 2007 visade att en stor del av de företagare som sysslar med småskaligt livsmedelsföretagande anser sig behöva kompetensutveckling inom försäljning (29 %) och marknadsföring (22 %).

I rapporten "Försörjning av kompetensutveckling för småskaliga livsmedelsföretagare" framtagen av LivsTek på uppdrag av LRF framkommer att det saknas ett konkret pedagogiskt sälj- och marknadsföringsutbildningsmaterial specialanpassat till företag som producerar och säljer lokal och regional mat.

LRF tog genom eget finansierat projekt, tillsammans med LRF Konsult, Almi Gotland och LivsTek fram utbildningsmaterialet *Vägen till Marknaden* för att erbjuda medlemmarna ett verktyg för att öka kompetensen inom området. För att få effekt på utbildningsmaterialet beslutade LRF ansöka om medel för att kunna erbjuda kurser baserat på utbildningsmaterialet.

Kurserna och därigenom även projektet är till för småskaliga livsmedelsföretagare, såväl LRF-medlemmar som icke medlemmar.

Kurserna förväntas ge företagarna ökad kunskap och kompetens för att lyckas bättre i sälj- och marknadsföringsarbetet och därigenom utveckla sitt företag och öka sitt företags omsättning.

## Syfte och målgrupp

Syftet med projektet är att ge kursdeltagarna ökad kunskap om marknad, marknadsföring och försäljning samt ge dem verktyg för att arbeta tidseffektivt och strukturerat med försäljning och marknadsföring. Kursen ger ett helhetsperspektiv på marknad och försäljning och en plan för positionering samt förberedelse för att expandera och utveckla företaget.

Målgruppen är primärt företagare i småskaliga livsmedelsföretag som producerar och/eller förädlar och säljer direkt till slutkund.

## Projektets mål

Projektets mål var att förbereda, planera och genomföra 10 utbildningar baserade på materialet Vägen till Marknaden med 10 till 20 deltagare per kurstillfälle. Varje utbildning innefattar sex stycken träffar om fyra timmar.

För utbildningen fanns en utvärderingsblankett som alla deltagare skulle fylla i vid sista kurstillfället. Målsättningen var att uppnå ett medelresultat på minst 3,0 av max 4,0.

Projektet har ett uttalat effektmål: Deltagande företag ska ha ökat sin omsättning med minst 20 % ett år efter genomförd utbildning. Effektmålet kommer att utvärderas löpande med start hösten 2009 och avslut våren 2010.

## Måluppfyllelse

Tio kurser genomfördes under hösten 2008 och våren 2009. Cirka 100 företagare har genomfört utbildningen. Medeldeltagarantalet hamnade på 10 deltagare per kurs, vilket är det lägsta antalet i målsättningen.

Antal deltagare varierade mellan de olika regionerna och det var ett regionalt ansvar att marknadsföra och bjuda in företagare till kursen. I vissa regioner var deltagarantalet nära 20 stycken. Från projektets sida förstärktes marknadsföringsarbetet genom annonser i tidningen Land Lantbruk.

Det genomsnittliga deltagarantalet visade sig vara lämpligt för att få bra kvalitet på utbildningen. Omkring 10 personer är en lagom stor grupp för kunskapsinhämtning och utbyte mellan företagarna samt för kursledaren att hantera. Kursledarna upplevde att de grupper där deltagarantalet var nära 20 stycken var svårare att hantera, mindre tid till varje företag.

Utbildningspaketet erbjöds LRF:s regioner som bedriver småskaligt livsmedelsföretagande. En regional projektansvarig i varje region där kursen genomfördes ansvarade för inbjudan, bokning av lokaler, förtäring med mera.

Deltagarna fyllde i en utvärderingsblankett efter det sista kurstillfället. Betyget 1 "stämmer inte" till 4 "instämmer helt" 4 på varje fråga. Nedan redovisas medelresultatet på varje fråga samt det totala medelresultatet:

Fråga		Medel
1	Jag har fått användbar kunskap inom marknadsföring	3,58
2	Jag har fått konkreta tips som jag kan använda i min marknadsföring	3,68
3	Vilket omdöme vill du ge kursdelen marknadsföring som helhet	3,46
4	Jag har fått användbar kunskap inom försäljning	3,49
5	Jag har fått konkreta tips som jag kan använda i min försäljning	3,56
6	Vilket omdöme vill du ge kursdelen försäljning som helhet	3,44
7	Tror du att ditt företags omsättning kommer att öka om du använder din nya kunskap	3,32
8	Vad anser du om studiematerialet	3,28
9	Har kursledaren tillräckligt goda kunskaper inom marknadsföring och försäljning	3,83
10	Har kursledaren kunnat lära ut på ett bra sätt	3,79
11	Vill du rekommendera utbildningen till andra företagare	3,78
	<b>Medel alla frågor</b>	<b>3,56</b>

Målet att få minst 3,0 på utvärderingen överträffades med råge. Varje enskild fråga har ett högre resultat än förväntat medelresultat.

### Deltagarnytta

Deltagaren har fått en grundläggande utbildning i sälj- och marknadskunskap. De har också fått en plattform för sitt framtida sälj- och marknadsföringsarbete som de kan ha nytta av flera år framåt. Deltagarna har redovisat den omedelbara nyttan av deltagande i kursen i följande svar i utvärderingen:

Fråga		Medel
1	Jag har fått användbar kunskap inom marknadsföring	3,58
2	Jag har fått konkreta tips som jag kan använda i min marknadsföring	3,68
4	Jag har fått användbar kunskap inom försäljning	3,49
5	Jag har fått konkreta tips som jag kan använda i min försäljning	3,56
7	Tror du att ditt företags omsättning kommer att öka om du använder din nya kunskap	3,32
11	Vill du rekommendera utbildningen till andra företagare	3,78

Effektmålet, 20 % omsättningsökning ett år efter avslutad kurs har inte varit möjligt att mäta vid tidpunkten för denna slutrapport. Målet kommer att mätas under hösten 2009 och våren 2010.

### **Leveransen**

Resultatet av utvärderingen var över förväntan. Projektet genomfördes enligt förväntningarna gällande antalet kurser. Antal deltagare blev något lägre än angivet i ansökan, vilket dock visade sig vara bra, för kvaliteten på kursen. Kursen erbjöds 10 av LRFs regioner och den regionala spridningen blev mycket bra.

### **Genomförandeplan och tidsplan**

Tio kurser genomfördes under hösten 2008 och våren 2009. Utbildningarna genomfördes i Visby, Falkenberg (2 ggr), Östersund, Skellefteå, Sundsvall, Stockholm, Enköping, Kalmar och Höör. På samtliga orter utom Skellefteå genomfördes kursen vid 6 tillfällen med cirka 2 veckor mellan tillfällena. I Skellefteå genomfördes utbildningen vid 3 heldagar istället för planerade 6 halvdagar på grund av lång restid för deltagare och kursansvarig/utbildare. Den andra utbildningen i Falkenberg modifierades något för att deltagarna medverkade i ett annat projekt och där hade ett specifikt mål att sälja till detaljhandeln.

Nio av tio kurser kunde hållas som planerat. Kursen i Skellefteå flyttades fram på grund av lågt deltagarantal, men kunde sedan genomföras med gott resultat då vi ändrat förutsättningarna, och gjort regional anpassning med färre men längre kurstillfällen. Deltagarantalet påverkades även delvis av det regionala engagemanget och inbjudan till kurserna.

### **Spridning av projektets resultat**

Som nämnts tidigare erbjöds kursen till 10 av LRFs regioner och den regionala spridningen blev mycket bra. Kurstillfällena och praktisk övning på olika moment under kursen har bidragit till kunskapsöverföring mellan företagarna. Företagarna har fått möjlighet att skapa nätverk, affärsrelationer, diskutera förpackningslösningar, distribution med mera. Efter kursen har de konsulter som var kursledare sålt konsulttid till deltagarna, affärer som sannolikt inte blivit av utan kurserna. Kursledarna har fått kunskapsutbyte av att vara på olika platser i landet samt genom att träffa många företagare med olika verksamhetsinriktning och förutsättningar. Kursledarna har fått möjlighet att sprida kunskap över stora delar av landet.

Kursen har visat sig mycket användbar i specifikt sammanhang. Kursen användes för att hjälpa företagarna som deltog i projektet Edsbacka-Logistik som är ett samarbetsprojekt mellan ICA och LRF. Marknadsföringskursen användes för att förbereda företagarna att sälja sina produkter till ICAs butiker i Halland och övriga landet. Kursen kunde efter en mindre modifiering av vissa moment användas till det ändamålet. Utvärderingen av den kursomgången gav medelbetyget 3,59 av maximala 4,0.

## Projektets finansiering

Den totala kostnaden för projektet Se till din marknad blev 428 325 kronor. Projektet har finansierats på följande sätt:

LRF: 274 325 kronor

Jordbruksverket: 154 000 kronor

## Projektets arbetssätt

Projektorganisation:

Beställare: Martin Andersson, LRF Företagsutveckling

Projektledare: Lisa Persdotter, LRF Konsult Falkenberg

Projektmedarbetare: Susanne Welin Berger, LivsTek, Caroline Göransson, LRF Konsult Malmö

Styrgrupp:

Martin Andersson, Kicki Svensson, LRF Företagsutveckling

Lisa Persdotter, Peter Moberg och Lars-Erik Jansson, LRF Konsult

Mikael Jidenholm, Ugglarps Grönt

Utbildarna delade upp kurstillfällena mellan sig för att företagarna skulle få chansen att höra budskapet från olika personer.

Projektledaren ansvarade för kontakten till LRFs regionala medarbetare som genomförde det praktiska arrangemanget av kurserna som marknadsföring, anmälningar, boka lokaler, mat, utvärderingar, kursmaterial med mera. Inför ev. kommande kurser behövs tydligare uppdragsbeskrivningar till de regionalt ansvariga för att undvika misstag och minska det administrativa arbetet som uppkom av diverse missförstånd.

## Projektadministration och styrning

Projektledaren upplever att hon har fått bra stöd av projektbeställaren. Arbetet har varit en lärande process eftersom uppdragets innehåll varit nytt för projektledaren. Instruktionerna till regionerna behöver bli tydligare. Den regionala organisationen skulle kanske ha varit representerad i styrgruppen för att säkerställa att beställningen till regionerna gjordes på rätt sätt.

## Samarbetsformer

Kurserna har inneburit ett stort erfarenhetsutbyte mellan deltagande företag samt mellan kursledare och företag. Erfarenhetsutbyte har också skett mellan LRF Konsult och LivsTek och den totala kunskapen har ökat för alla inblandade parter. Projektet har bidragit till att utveckla samarbetet kring denna näringsverksamhet mellan LRF och LRF Konsult både på regional och på nationell nivå.

## Metoder och verktyg

I utbildningsmaterialet har väl kända modeller i marknadsföring fogats samman till en utbildning som ger en målgruppspecifik plattform att utgå från

i sälj- och marknadsföringsarbete. Kursen ger ett helhetsperspektiv på sälj- och marknad som kan byggas på med fördjupning.

### **Aktiviteter**

Kurstillfällena med fyratimmarspass är lämpligt sett ur företagarnas perspektiv, då de vanligen har jobb på gården som skall klaras av före och efter kurspasset. Kurstillfällena varannan vecka är bra för då hinner företagarna göra läxan och kunskapen hinner sjunka in.

Där det på grund av långa avstånd inte har fungerat med 6 tillfällen har det jobbat med färre heldagar i stället.

Möjligheter att öva försäljning, säljsamtal och rollspel var mycket uppskattade av företagarna. Sannolikt skulle kurserna behöva fokusera mer på det eftersom företagarna generellt är mycket ovana att sälja sina produkter.

### **Utvärdering**

Projektet har utvärderats genom två olika deltagarutvärderingar. En standardiserad utvärdering för LRF-projekt där enkäter fylldes i av deltagarna vid kursstart och kurslut och en kursspecifik utvärdering med frågor om kursen. Samtliga enkäter var anonyma och delades ut och samlades in av kursledare eller regionala kursansvariga.

### **Slutsats och rekommendationer**

Kursen och utbildningsmaterialet har visat sig vara bra både för företagare i tidigt skede av företagsutvecklingen och för etablerade företagare. Att dessa två typer av företagare deltar på samma kurs ger ett bra erfarenhetsutbyte. Kursen ses som en grundkurs, men de praktiska delarna med övningar har visats sig nyttiga även för dem som har erfarenhet av sälj- och marknadsföring.

Målgruppen visar en begränsad betalningsvilja för kompetensutveckling. En förklaring kan vara att företagarna ser kompetensutveckling som en kostnad inte som en investering. Det finns också hos företagarna en viss tveksamhet att avsätta tid till att utveckla kompetensen om sälj- och marknadsföring – delvis på grund av okunskap om vikten och nyttan av metodiskt och strukturerat sälj- och marknadsföringsarbete.

Företagarna har ett mycket stort behov av kunskap och stöd inom områdena marknad och försäljning. Bland företagarna finns många mycket duktiga producenter som producerar utmärkta produkter. Med tanke på den stora efterfrågan på närproducerat finns stor utvecklingspotential i företagen.

### **Slutsatser**

Det var helt rätt att genomföra kurserna, fler än tio regioner ville genomföra kurserna, det vill säga att flera fick avstå. Företagarna behöver kunskapen och de har blivit bättre rustade att hantera sälj- och marknadsfrågor. Kurserna har varit uppskattade av företagarna. Inblandade organisationer och personer har ökat sin kunskapsnivå inom området tack vare kurserna. Den regionala

införsäljningen är viktig. Företagarna är inte vana att fokusera på sälj och marknadsfrågor och är därför lite tveksamma till att avsätta så mycket tid som kursen innebär. Det är alltså extra viktigt att kommunicera vilken konkret nytta företagen har av detta, om man väljer att jobba på detta sätt. Att deltagarna är så nöjda med kursen visar att de tycker att det har varit värt den avsatta tiden.

Kursmetodiken och erfarenheterna har redan lett till att ett liknande marknadsmaterial är under produktion riktat till företag med mat och boende.

### **Rekommendationer**

Det finns utrymme för fler kurser. Redan har ett antal kurser hållits utanför projektet och fler planeras. Det finns en stor efterfrågan av produkter på marknaden som inte besvaras av företagarna, vilket tyder på att det behövs fler kurser och mer insatser för att främja sälj- och marknadsföringsarbete.

Uppföljning genom återträffar för företagarna skulle vara bra. En återträff efter 1 till 2 månader skulle ge företagarna chansen att ställa kompletterande frågor och repetera vissa delar av utbildningen. Projektbudgeten har inte medgett detta.

Företagarna har fått en plattform för marknadskunskap, marknadsföring och försäljning som de kan utgå ifrån under flera år framåt. Kursen har med andra ord en långsiktig effekt.

Kurser kommer fortsättningsvis att erbjudas till företagare. Kurserna får då finansieras av deltagaravgifter och/eller med sökta medel från exempelvis länsstyrelser.

Lämpligt deltagarantal på kurserna är 8 till 12 stycken och maximalt 15 st.

### **Kontaktperson**

LRF (Lantbrukarnas Ekonomi AB), avd. Företagsutveckling  
Martin Andersson  
tel 08-787 50 25  
martin.andersson@lrf.se