

**LANTBRUKARNAS
RIKSFÖRBUND**

SLUTRAPPORT

Jordbruksverket
Landsbygdsavdelningen
Anna Ö Orestig
551 82 Jönköping

Titel/id

Vägen till marknaden – Modifiering av utbildningsmaterial

Diare nr: 19-803/08

Projekttid

Projekttiden 2008.11.20 – 2009.11.30

1. Sammanfattning

Uppdraget var att ta fram ett studiematerial för landsbygdsföretag inom turism med fokus på äta, bo och uppleva. Inriktningen är baserad mot tjänsteföretag. Kursmaterialet är indelat i sex kapitel som är specialanpassade med specifik branschkunskap, exempel, tips, case, övningar, checklista, hemuppgifter förslag på mallar för avtal och offerter för målgruppen landsbygdsturism. Kurspärmen omfattar 243 sidor, tryckt på båda sidor i färg. Kurspärmen kan användas för självstudier men rekommenderas att användas som kurspärm med sex kurstillfällen och fyra timmars utbildningstid.

Förutom kurspärmen har det tagits fram en handlingsplan hur kursmaterialet ska användas som berör kursanordnare, kursutbildare och LRF. Det är framtaget mall för inbjudan, bekräftelse med kursinfo och ett dokument som kursdeltagarna ska fylla i till första kurstillfället. Det är även framtaget PowerPoint presentation till varje kursdel med handledning. Utvärdering och kursintyg är även framtaget.

Kunskapsmässigt har projektgruppen med medarbetare från Almi Gotland, Kilsbergens Konferens och Lodge samt LRF Konsult varit en gruppkombination av teoretiska kunskaper, praktiska kunskaper och erfarenheter. Texterna är skrivna på ett enkelt språk men innehållet håller väl etablerade teorier och arbetsmetoder.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

En pilotutbildning har genomförts för att säkerställa kvaliteten och där utvärdering efter avslutad kurs gav medelbetyget 3,6 med maximalt 4.0. Denna utbildning genomfördes i Halland, Falkenberg. På denna utbildning medverkade 7 företagare på landsbygden med inriktningar pensionat, restaurang, B & B, hästupplevelser, stuguthyrning, naturcamping och nya ej helt klarlagda affärsidéer. Pilotutbildningen i Halland finansierades inom detta projekt efter beslut av styrgruppen för att säkerställa materialets kvalitet och användbarhet.

2. Bakgrund

LRF:s medlemsundersökning från våren 2007 visade att en stor del av de företagare som sysslar med småskaliga 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, pedagogisk sälj- och marknadsföringsutbildningsmaterial specialanpassat till företag som producerar och säljer lokal och regional mat.

LRF tog tillsammans med LRF Konsult, Almi Gotland och Livstek fram utbildningsmaterialet *Vägen till Marknaden – småskaligt livsmedelsföretag* för att erbjuda medlemmarna ett verktyg för att öka kompetensen inom området. Då *Vägen till marknaden – småskaligt livsmedelsföretagande* var lanserad och denna kurspärm uppskattades så kom det från marknaden förfrågningar om liknande upplägg för turism – äta, bo och uppleva. Denna marknad är växande men det saknades konkreta och anpassade verktyg för målgruppen inom denna sektor av tjänsteföretag.

Kurspärmen i kombination med kurs 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.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

3. Syfte/förväntade effekter – Projekt mål och deltagarnytta

Syftet med projektet är att kurspärmen ska ge landsbygdsföretagare ökad kunskap om marknadsföring och försäljning, de får metoder och verktyg för att arbeta tidseffektivt samt strukturerat med försäljning och marknadsföring. Att genomföra kurser med Vägen till marknaden – turism, som kursmaterial ska förhoppningsvis även ge effekter av ökat kontaktnät, samverkan och kunskapsöverföring. Företagarna ska få ett helhetsperspektiv för sin marknadsföring och försäljning, plan för positionering samt förberedelse för att expandera och utveckla företaget.

Målgruppen är primärt landsbygdsföretag med inriktning på turistverksamhet såsom äta, bo och uppleva.

Projekt mål:

Ta fram en kurspärm för målgruppen landsbygdsturism inom branschkunskap turism, marknadskunskap, marknadsföring, försäljning och värdskap/service.

För utbildningen finns en utvärderingsblankett som alla deltagare ska fylla i vid sista kurstillfället. Målsättningen är 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 2010.

Måluppfyllelse - resultat

Det har framtagits en kurspärm Vägen till marknaden – turism och ett utbildningskoncept som vänder sig till målgruppen företag inom landsbygdsturism. En omfattande handledning hur materialet ska användas har tagits fram för att strukturera upp ansvarsområden samt säkerställa kvaliteten på utbildningskonceptet. Förutom kurspärmen har det tagits fram kursinbjudan, bekräftelse på kursanmälan, ett formulär som kursdeltagarna har fyllt i före kursstart med företagsfakta samt förväntningar på utbildningen och som företagarna lämnar vid första kurstillfället. Det finns sex PowerPoint presentationer och dessa är försedda med lärarhandledning. Inför kursslut så finns det kursintyg som delas ut till de deltagare som medverkat vid minst 5 kurstillfällen. Slutligen så finns även en kursutvärdering.

Det har tagits fram 200 kurspärmar som distribueras genom Distributionstjänst i Södertälje.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

För att säkerställa kvalitet och företagsnyttan så har det genomförts en pilotutbildning, en i Halland, genomförd i regi av LRF Halland. Kursutvärderingen för pilotutbildningen hade ett genomsnitt på 3,6 av 4.0. Målet att få minst 3,0 på utvärderingen överträffades med råge.

Deltagarnytta

Deltagaren har fått en grundläggande utbildning i sälj- och marknadsföring. De har också fått en plattform för sitt framtida sälj- och marknadsföringsarbete som de kan ha nytta av flera år framåt.

Effektiva målet, 20 % omsättningsökning ett år efter avslutad kurs har inte varit möjligt att mäta vid tidpunkten för denna slutrapport. Målet kommer tidigast att mätas under hösten 2010.

Inom projektet av framtagandet av kursparmen/utbildningen så har det varit ett omfattande kunskapsutbyte i projektgruppen men även viktiga inspel från styrgruppen och referensgruppen.

Det har kommit förfrågningar om kurser från befintliga projekt där Vägen till marknaden – turism är ett bra verktyg för företagarna. Förfrågningar kommer även från en kommun där det finns intresse av att utveckla företagen och destinationen. I detta sammanhang så är förfrågan även på att kursledare sedan genomför enskilda besök hos kursdeltagarna samt tre återträffar med fördjupningar i vissa delar av Vägen till marknaden – turism.

Leveransen.

Förfrågan om materialet från kursanordnare, länsstyrelser, enskilda företag, och kommuner, visar på ett stort intresse och behov av ett anpassat material med inriktning marknad och turism. De färdiga materialet har gett gensvar över förväntan hos potentiella användare. Projektet har visat på att det finns många komplexa frågor att ta ställning till vid framtagande av ett utbildningsmaterial. För att hålla hög kvalitet krävs att materialet är ”levande” och vid behov kan justeras/moderniseras/förändras utifrån att marknaden och säljkanaler förändras. Projektägaren har ansvaret för uppdatera materialet.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

Tidsplan

En tidsplan och genomförande plan har satts upp och inledningsvis så gick projektet helt enligt plan i fasen för faktainsamling, textbearbetning och skrivande. I fasen för layout så visade det sig att tidsplanen var för optimistisk och i denna fas så kom det mycket synpunkter på utformning och illustrationer. I fasen för layout så var det semestertider som gjorde att beslut och arbete påverkades i tid. På grund av detta så har det därefter varit en förskjutning i tid mot planerat, men framtagande av dokument såsom kursintyg, PowerPoint presentationer med handledning, kursintyg, utvärdering med mera är framtagna och använda inom pilotutbildningarna.

Ekonomi

Projektbudget	446 000 kronor.
Projektets utfall	424 853 kronor.

Finansiering.

Livsmedelsstrategin	213 606
Lantbrukarnas Ekonomi AB	213 606 kronor

4. Projektets arbetssätt

Projektorganisation

Beställare: Maria Borg, LRF Företagsutveckling
Projektledare: Lisa Persdotter, LRF Konsult Falkenberg
Projektmedarbetare: Företagsutvecklare Magnus Larsson och Katarina Ekelund, Almi Gotland, Rose-Marie Johansson, VD på Kilsbergen konferens & Lodge.

Styrgrupp:

Martin Andersson, Maria Borg, Birgitta Svedberg, Kjell Pettersen LRF Företagsutveckling samt marknadschef Peter Moberg LRF Konsult

Referensgrupp:

Företagscoach Ing-Marie Jirhed, LRF Jämtland och Erik Nilsson, Gunnarshögs Gård.

Projektadministration: Ingela Jönsson, LRF avdelningen företagsutveckling.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

Projektadministration och styrning

Projektledaren upplever att hon fått bra stöd av projektbeställaren. Det har genomförts fyra fysiska möten med styrgruppen och två telefonmöten samt kontinuerlig mejlkontakt.

Inom projektgruppen har det varit två fysiska arbetsmöten och flertal telefonmöten, därutöver så har materialet mejlats i stor omfattning inom gruppen. De fysiska mötena har varit av stor betydelse för brainstorming, kunskapsöverföring och erfarenhetsutbyte.

Metoder och verktyg

I utbildningsmaterialet har väl kända modeller i marknadsföring och försäljning fogats samman till en utbildning som ger en målgruppsspecifik plattform för målgruppen. Kurspärmen ger ett helhetsperspektiv på sälj- och marknadsföringsarbetet som kan byggas på med fördjupning. Det unika för konceptet för Vägen till marknaden – turism är att den är anpassad till målgruppen landsbygdsturism och att materialet är skrivet på ett lättfattligt språk. Funktionen och målsättningen är att deltagarna tar fram företags mål, strategier, aktivitetsplaner säljargument med mera och att det i alla delar finns en linje för företagets agerande på marknaden.

Aktiviteter

Pilotutbildningen har varit mycket värdefull för att utvärdera materialets kvalitet, användbarhet och faktainnehåll. Det har gjorts mindre justeringar i upplägg och materialet som har höjt kvaliteten för framtiden. Deltagarna i utbildningarna har utökat sina kontaktnät och bidragit till kunskapsöverföring till varandra.

Utvärdering

Projektets pilotutbildning har utvärderats genom två olika deltagarutvärderingar. En standardiserad utvärdering för LRF:s processinriktade projekt där enkäter fylldes i av deltagarna vid kursstart och kursslut och en kursspecifik utvärdering med frågor om kursen. Samtliga enkäter var anonyma och delades ut och samlades in av kursledare eller regionala kursansvariga. Kursutvärderingen för LRF Halland hade ett genomsnitt på 3,6 av 4,0 möjliga.

Effektmålet om ökad omsättning på 20% kommer att utvärderas när genomförandet av kurser startar upp i flera regioner. Projektägaren har ansvar för genomförandet av utvärderingen av effektmålen, samt att eventuellt göra nödvändiga justeringar i genomförandet eller av innehållet i materialet om utvärderingsresultaten påvisar behov av detta.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

5. Erfarenheter - vad vi lärt

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 är nyttiga även för dem som har erfarenhet av sälj- och marknadsföring.

Företagarna har ett mycket stort behov av kunskap och stöd med mera inom områdena marknadsföring och försäljning. Flertal företagare har inte sett möjligheten att sälja sina tjänster via andra försäljningskanaler än direkt vilket begränsar affärsmöjligheten.

En viktig insikt för andra projekt är att layoutarbetet är mer omfattande och tidskrävande än vad vi beräknade. Frågan om layout var uppe i ett tidigt skeda och processades men det blev ändå den del som avvek från tidsplanen.

Att tidigt starta arbetet med förankringsprocesser och marknadsföring för materialet för att skapa kännedom. Från att det finns intresserade regioner som vill anordna kurser till att det är klart att genomföra har en ledtid beroende på finansieringsfrågan från 3-12 månader. Detta beror även på om det finns en grupp som ingår i nätverk eller om utbildningen ska marknadsföras för enskilda företag.

Viktigt är även att ansvarsområden för materialet tydliggörs och rollerna fördelas strukturerat. Allt material inom Vägen till marknaden kommer att läggas upp på LRF:s intranät i specifik mapp med en tydlig handledning hur materialet ska användas, kontaktpersoner och rollfördelning med mera.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

6. Slutsatser och rekommendationer

Med de satsningar som görs politiskt för att utveckla landsbygden så är Vägen till marknaden – turism ett användbart verktyg för att effektivt höja kunskapsnivån hos dessa företagare. Utbildningen främjar att utveckla Sverige till att öka landsbygdsturismen samt utveckla möjligheten att koppla turism och matupplevelse. Behovet av kunskap i turismens branschkunskap, marknadsföring och försäljning är låg på landsbygden, med ökad kunskap så skapas möjlighet att se nya affärsmöjligheter och värdera dessa. Utbildningen är en process där företagarna kommer till insikt att samverkan, paketering och att eventuellt skaffa sig fler säljkanaler kan vara framgångsrikt.

Att deltagarna i pilotutbildningarna är så nöjda med kursen Vägen till marknaden – turism, visar att det finns ett behov och att Vägen till marknaden – turism är på rätt nivå för målgruppen.

Ytterligare en utbildning har genomförts med kurspärmen Vägen till marknaden – Turism. Denna utbildning genomfördes i Blekinge, Bräken Hoby och finansierades inom befintliga projektet Grön kraft i K-län. På denna utbildning medverkade 18 deltagare med företag inom upplevelse, boende, gårdsbutiker, trädgårdsnäringen, konferenser, djuruppfödning med förädlingsprocess med mera. Utvärderingen på denna utbildning gav ett medelbetyg på 3,9 med maximalt 4.0 vilket innebär ett resultat långt över förväntan och mycket nöjda deltagare. De flesta deltagarna vill gärna rekommendera utbildningen till sina kollegor i branschen. Ny kurs är bokad och redan fullsatt.

Rekommendationer:

Nu krävs ett omfattande lanseringsarbete för att skapa kännedom om utbildningspärmen. Dels internt på LRF och LRF Konsult men även på Länsstyrelser, kommuner, turistorganisationer, Leader och branschorganisationer.

Dialog med pressen som vänder sig till målgruppen landsbygdsföretag är av stor betydelse. Om det kommer intresse och förfrågningar direkt från marknaden så kommer utbildningarna snabbare igång. Om det i aktuell press även görs uppföljande reportage – hemma hos, hur gick det sedan, så skapar det intresse över tid.

Uppföljning genom återträffar för företagarna skulle vara bra. En återträff efter 2 till 3 månader skulle ge företagarna chansen att ställa kompletterande frågor och repetera vissa delar av utbildningen. Med en återträff så skulle kursmaterialet och kursen få en ökad livslängd och aktivitet för kursdeltagaren.

Fel! Ingen text med angivet format i dokumentet.

Företagarna skulle även få feedback om de tagit fram/utvecklat hemsidor, grafisk profil, nya paket, planer på nya eller modifierade investeringar.

Kurser kommer att i första skedet erbjudas genom LRF:s regioner där det är möjligt och praktiskt genomförbart. Kurserna får då finansieras av deltagaravgifter och/eller med sökta medel från ex. länsstyrelser. Det kommer även finnas möjligheter för t ex kommuner att köpa ett kursupplägg i samverkan med LRF regionalt.

Lämpligt deltagarantal på kurserna är 8 till 12 st. och maximalt 18 st. Målet bör vara att det finns minst 10 anmälda deltagare vid kursstart, omständigheter gör ibland att någon av företagarna inte kan genomföra kursen.

Ort och datum

Stockholm den 30 november 2009

Lisa Persdotter
Projektledare