

UDARBEJDELSE AF AFSÆTNINGSPLAN

MOBILE SVIN

PARTNERE	AKTIVITETER	1. LEVERANCER	3. KUNDERELATION	2. KUNDER
<p>Tre landmænd producerer mobile græs grise. De har hver deres produktionsenheder hertil.</p> <p>De tre landmænd og en slagter har indgået en samarbejdsaftale om afsætning af grisene.</p> <p>Grisene slagtes på lokalt slagteri efter anvisninger fra slagteren (samarbejdsaftalen). Slagteren står for opskæringen af de halve kroppe.</p> <p>De tre landmænd har hver aftaler med planteproducenter om, at de indgår med deres griseenheder på kløvergræsmarker i deres sædskifte.</p> <p>De tre landmænd har en aftale med et bioraffinaderi om levering af græsproteinføder til grisene.</p>	<p>Grisene produceres i et system, hvor grisenes adfærd i naturen forsøges efterlignet. Om dagen fouragerer og roder grisene på marken i en indhegning, og om natten har de en mobil hytte m. halm til rådighed svarende til, at de om natten vil gå ind i skoven for at hvile sig/sove. Den sammenhængende indhegning og hytte flyttes i gennemsnit to gange i løbet af dagen, således at grisene får nyt areal med grovfoder ca. to gange om dagen varierende med arealets planteproduktion. I hytten har grisene også adgang til et kraftfoder med proteiner baseret på lokalt produceret græs.</p> <p>Når produktionsenheden flyttes hen over jorden, fordeles gødningen på marken. Det er målet, at der ikke forekommer områder med høje koncentrationer af gødning, og at kvælstofudvaskningen derfor er lav. Der benyttes efterafgrøder til at opsamle næringsstoffer. Det forventes, at fordampningen af kvælstof også vil være lav i sammenligning med f.eks. opsamling fra staldsystemer og udbringning på marken med gyllespredere. Det er dog endnu ikke dokumenteret.</p> <p>Mere motion og græs har i undersøgelser vist sig at give bedre kød%, mere struktur i kødet, bedre fedtfordeling og bedre fedtsyresammensætning.</p>	<p>Beskriv produktet.</p> <p>Hvordan adskiller produktet sig i forhold til lign. produkter - f.eks. hvordan er det produceret, har det en historie, hvordan er smag, struktur og mørhed, hvordan er det ernæringsmæssigt og andre kvaliteter, der giver det egenskaber, der kan have en værdi for kunder?</p>	<p>Hvordan kommunikeres der med kunderne?</p> <p>Hvordan bliver de potentielle kunder klar over, hvad I tilbyder, når de har behovet?</p> <p>Kan der gøres noget for, at det bliver lettere for kunderne at foretage et køb, når de har et behov?</p> <p>Hvordan kan der skabes en relation til kunden, som gør, at kunden føler en større tilfredshed, måske en relation til produktet og kommer tilbage?</p> <p>Er der en relation, der kan gøre kunderne mere interesseret - f.eks. at stå på torvedag lokalt og reklamere, deltage i udstillingsarrangementer, afholdelse af eget arrangement eller at tilbyde en bonus bestemt af købsmængde eller andre belønningsmåder, der bevirker, at kunden har lyst til at indgå i en relation?</p>	<p>Beskriv hvilke kunder, I skal afsætte til.</p> <p>Beskriv det behov, kunderne har for produktet, hvor meget og hvor ofte samt til hvilke formål?</p> <p>Hvor mange kunder er det?</p> <p>Hvorfor er kunderne interesseret i netop dette produkt, og hvad er det ved produktet, kunderne er interesseret i?</p> <p>Skal produktet tilpasses/forarbejdes for at styrke kundernes interesse - f.eks. ændret opskæring i forhold til gængse metoder?</p>
	<p>RESSOURCER</p> <p>Der produceres 3x1200 svin om året.</p>		<p>3. KANALER</p> <p>Hvordan får kunderne leveret/adgang til produktet?</p> <p>Kan det ske på steder, hvor kunderne i forvejen kommer?</p> <p>Er der allerede nogen, der står for at levere andre varer til kunderne?</p>	
<p>OMKOSTNINGER:</p>		<p>INDTÆGTER:</p>		