

Utvärdering av Växtforum

Internet som medel för marknadsutveckling
– ett projekt inom svensk
plantskoleproduktion



1 Innehållsförteckning

2	Inledning.....	3
3	Projektbeskrivning i kort	3
4	Uppdraget.....	3
5	Utvärderingsmetod.....	4
5.1	Besöksstatistik.....	4
5.2	Användarundersökning.....	4
5.3	Subjektiv analys.....	4
6	Modeller för analys av webbaserad marknadsföring.....	5
6.1	7C-modellen	5
6.2	Onlinekommunikation.....	6
7	Vilka är användarna och hur beter de sig online?	7
7.1	Demografi och besöksstatistik.....	7
7.2	Användarens roll vid ett hemsidesbesök.....	7
8	Content och Context.....	8
8.1	Hemsidans användbarhet.....	8
8.2	Användarnas förväntningar	8
8.2.1	Förväntningar på www.vaxtforum.se	9
8.2.2	Förväntningar på Växtforums diskussionsforum för branschfolk.....	10
8.3	Användarna om hemsidans kvalité och nytta.....	11
9	Community.....	12
9.1	Växtforums diskussionsforum	12
9.2	Växtforum i Sociala media	13
9.2.1	Växtforum på Twitter	13
9.2.2	Växtforum på Facebook.....	13
10	Connection.....	14
10.1	Organisk sökning.....	14
10.2	Länkbyggande och korsreferenser	14
10.3	Wikipedia	14
11	Communication.....	15
11.1	Kommunikationskanaler.....	15
11.2	Användare till hemsida	16
11.3	Hemsida till användare	16
11.3.1	Email-notifieringar.....	16
12	Potentiella felkällor i val av utvärderingsmetod.....	18
12.1	Besöksstatistik	18
12.2	Användarundersökning	18
12.3	Subjektiv analys	18
13	Sammanfattning och slutsats.....	19
14	Referenser	19
15	Bilaga 1 – Frågeformulär med samtliga svar.....	20

2 Inledning

Denna utvärdering genomfördes mellan januari och april 2014. Utvärderare har varit Matilda Axelson och Lena Ekelund. Tanken är att denna utvärdering ska sammanfattas i ett av fakultetens faktablad, inom ramen för Tillväxt Trädgård, som har finansierat projektet.

3 Projektbeskrivning i kort

Syftet med Växtforum är att sprida information om trädgårdsväxter och om vad som är på gång inom den svenska plantskolenäringen. Avsändare är den svenska odlingsplantskolebranschen genom Växtforum-projektet och mottagare är professionella växtanvändare¹ och den intresserade allmänheten.

Växtforum-projektet har utvecklats till sin nuvarande form främst utifrån tre behov:

- Behov av en kommunikationskanal mot allmänheten som plantskolorna kan använda för att nå ut med en gemensam röst gentemot konsumenten, när exempelvis felaktigheter om växter eller växtskötsel sprids i media.
- Behov av en möjlighet till dialog med kunder och med varandra.
- Behov av att ge branschen ett gemensamt ansikte utåt och öka allmänkunskapen om produktionsplantskolor och plantskolebranschen.

Växtforums hemsida erbjuder även ett diskussionsforum för branschfolk. Där kan yrkesmässigt verkamma inom plantskola, handel med växter eller växtanvändning diskutera växtfrågor i ett öppet forum med branschkollegor, men utom synhåll för konsumenten.

Projektet var planerat som ett tvåårigt projekt, men finansiering gavs endast för ett år. Arbetet har drivits av en konsult, Berit Haggren, och till och med december 2013.

4 Uppdraget

Uppdraget bestod i att utvärdera Växtforum-projektet och komma med rekommendationer kring möjlig förbättringspotential. Syftet med utvärderingen var att identifiera huruvida det råder informationsdiskrepans samt att identifiera och ta fram en metod för att avhjälpa eventuella informationsbrister inom Växtforumprojektet.

Uppdrag inom projektet har främst varit att:

- Utvärdera hemsidan www.vaxtforum.se, dess kvalitet och användarnytta
- Utvärdera Växtforums forum för branschfolk
- Utvärdera Växtforums kommunikationskanaler, så som email-notifieringar och Facebooksida
- Samla och analysera användarnas åsikter och tankar kring projektet
- Identifiera förbättringspotential och komma med förslag till vidareutvecklingar

Tanken är dessutom att utvärderingen ska kunna ge ett underlag till beslutsfattarna för potentiell framtida vidareinvestering i projektet.

¹ Med professionella växtanvändare menas exempelvis landskapsarkitekter, landskapsingenjörer, trädgårdsanläggare, entreprenörer och dylikt, samt handel och växtbutiker.

5 Utvärderingsmetod

Växtforum har utvärderats utifrån en så kallad 7C-modell, som beskrivs närmare under rubriken 6.1 – 7C-modellen. Utvärderingsprocessen bestod av tre moment:

- En insamling av besöksstatistik från www.vaxtforum.se.
- En användarundersökning online med frågor till växtforumanvändarna.
- En subjektiv analys av hemsidan, främst utifrån modeller i litteraturen.

5.1 Besöksstatistik

Besöksdata hämtades och analyserades med hjälp av gratisverktyget Google Analytics. Besöksdata samlades in från den 1 april 2013 till den 24 februari 2014.

5.2 Användarundersökning

Användarundersökningen genomfördes den 10-20 mars 2014. En öppen länk till ett anonymt onlineformulär mailades ut till de växtforumanvändare som vid tidpunkten var registrerade i Växtforums diskussionsforum för branschfolk samt till medlemmar i Sveplant- och Perennagrupperna inom GRO Plantskolor. Totalt 144 användare från tre olika intressentgrupper tog del av det första mailutskicket samt det påminnelse som skickades ut den 19 mars, och totalt deltog 39 personer i användarundersökningen (en svarsfrekvens på 27 %). En länk till onlineformuläret lades även upp på Växtforums Facebooksida den 10 mars.

Onlineutvärderingen bestod av dels flervalsfrågor och dels av öppna frågor, som alla rörde användarbeteende, användarnytta samt reflektioner kring Växtforum som projekt så väl som onlineplattform. Frågeformuläret inklusive svar redovisas i Bilaga 1.

5.3 Subjektiv analys

En subjektiv analys av förbättringspotentialen hos Växtforum genomfördes genom litteraturstudier av webbaserad marknadsföring som koncept. Främst två modeller användes, 7C-modellen samt en modell för analys av onlinekommunikation, som båda beskrivs under rubriken 6 - *Modeller för analys av webbaserad marknadsföring*.

6 Modeller för analys av webbaserad marknadsföring

6.1 7C-modellen

Rayport och Jaworski (1) beskriver webbaserad marknadsföring i en så kallad 7C-modell, som innehåller sju byggstenar²:

- Content (Innehåll)
- Context (Kontext)
- Community (Gemenskap)
- Connection (Anknytning)
- Communication (Kommunikation)
- Customization (Kundanpassning)
- Commerce (Affär)

De sista två punkterna, **Customization** och **Commerce**, bygger på att syftet med hemsidan i fråga är att få besökaren att genomföra ett köp eller en affär. Eftersom detta inte passar in på Växtforums hemsida behandlas här enbart de första fem punkterna. Modellen summerar vilka områden som bör utvärderas för att få en överblick över hur effektivt man marknadsför ett varumärke eller en produkt online.

Punkten **Content** handlar om vilket innehåll som presenteras på hemsidan, exempelvis texter, bilder eller videor. **Context** beskriver i vilket sammanhang informationen visas, dvs exempelvis sidans layout och design. I denna utvärdering har Växtforums Context och Content utvärderas främst med hjälp av användarundersökningen, men även genom en subjektiv analys. Utvärderingen återfinns under rubriken 8 – *Content och Context*.

Community innebär på vilket vis hemsidan möjliggör kommunikation användare emellan och återfinns under rubriken 9 – *Community*. Växtforums hemsida har ett användarforum som är tillgängligt online via registrering, vilket utvärderas under rubriken 9.1 – *Växtforums diskussionsforum*. Forumet riktar sig dock enbart till yrkesmässigt verksamma växtanvändare och för privatpersoner blir istället sociala media den naturliga kanalen för användare-till-användare-kommunikation.

Connection beskriver till vilken grad hemsidan är länkad till andra hemsidor. Detta utvärderas under rubriken 10 – *Connection*.

Communication innefattar olika sorters kommunikation, både hemsida-till-användare och användare-till-hemsida. Denna punkt har ansetts vara extra relevant för Växtforum på grund av projektets karaktär, och därför har den analyserats ytterligare med hjälp av en modell för onlinekommunikation av Chaffey och Ellis-Chadwick. Punkten Communication utvärderas under rubriken 11 – *Communication* och modellen för onlinekommunikation beskrivs vidare under rubriken 6.2 – *Onlinekommunikation* nedan.

² Fraserna är fritt översatta till svenska. I fortsättningen används enbart den engelska termen.

6.2 Onlinekommunikation

Chaffey och Ellis-Chadwick (2) beskriver digital marknadsföring som ett marknadsföringsmedel främst med syfte att sälja en fysisk produkt. Deras metoder kan dock tillämpas även i icke-kommersiella sammanhang, som för Växtforum, där en onlineplattform fungerar som kommunikationskanal mellan en organisation och dess användare.

Chaffey och Ellis-Chadwick's metod för onlinekommunikation beskriver hur följande sex kommunikationskanaler bör optimeras för att på bästa möjliga vis leda kunden till hemsidan³:

- Search marketing (Marknadsföring genom sökmotorer)
- Online PR (Webbaserad PR)
- Online partnerships (Webbaserade samarbeten)
- Interactive ads (Interaktiv reklam)
- Opt-in email (Aktivt val att gå med i maillista)
- Viral marketing (Viral marknadsföring)

Chaffey och Ellis-Chadwick's metod för onlinekommunikation applicerades på www.vaxtforum.se, och resultatet återfinns under rubriken *11.1 – Kommunikationskanaler*.

³ Fraserna är fritt översatta till svenska. I fortsättningen används enbart den engelska termen.

7 Vilka är användarna och hur beter de sig online?

För att kartlägga Växtforums besöksstatistik användes onlineverktyget Google Analytics, som automatiskt samlar in data från hemsidan efter registrering. Via Google Analytics kan man undersöka inte bara antalet besök på www.vaxtforum.se, utan även på hemsidans underflikar, till exempel /forum, /arkiv eller /anslagstavla etc. Därmed kunde kartläggas vilka Växtforums användare är, samt hur de beter sig online.

7.1 Demografi och besöksstatistik

Mellan den 1 april 2013 och den 24 februari 2014 har www.vaxtforum.se haft 5874 besök, från 3163 unika besökare. Nästan alla besök (97%) kommer från svenska IP-adresser.

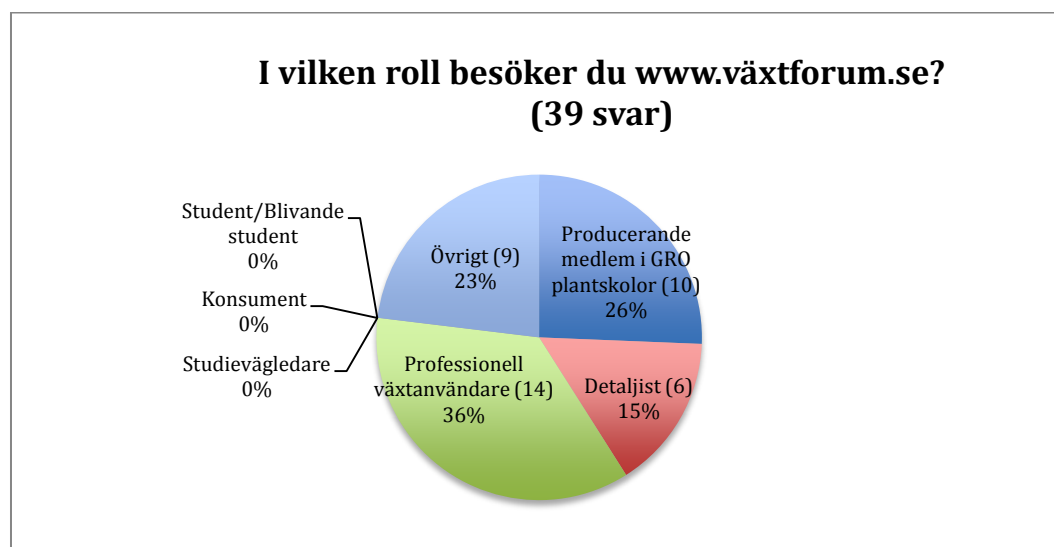
Totala antalet sidvisningar uppgick till 16633 stycken, varav 24% av dessa var visningar av startsidan. Näst mest besökt är www.vaxtforum.se/forum med 13% av det totala antalet sidvisningar, därefter fliken /arkiv (8%) och därefter /anslagstavla (5%).

Ett genomsnittligt besök på www.vaxtforum.se tar 2 minuter och 46 sekunder. Under denna tid öppnas i genomsnitt 2,45 flikar. Genomsnittstiden på varje flik är 1 minut och 30 sekunder.

Av användarundersökningens 39 respondenter svarar 12 personer via en flervalsfråga att de brukar besöka www.vaxtforum.se ca 2-3 gånger i månaden. 22 av 39 respondenter svarar att de besöker Växtforums diskussionsforum mer sällan än en gång i månaden.

7.2 Användarens roll vid ett hemsidesbesök

För att ta reda på besökarnas syfte med ett besök på hemsidan tillfrågades respondenterna i användarundersökningen om sin roll vid ett Växtforum-besök. Figur 1 visar att majoriteten av respondenterna använder Växtforumhemsidan i sin yrkesroll snarare än som privatpersoner. Ett viktigt tillägg är att spridningen av online-formuläret i första hand gjordes till utvalda aktörer inom Växtforums professionella yrkesnätverk, eftersom projektet främst vänder sig till yrkesverksamma inom plantskola och växtanvändning.



Figur 1. Respondenternas roll vid ett besök på www.vaxtforum.se.

8 Content och Context

Content handlar om vilket innehåll som presenteras på hemsidan, exempelvis texter, bilder eller videor. **Context** beskriver i vilken kontext informationen visas, dvs exempelvis sidans layout och design. I denna utvärdering har Växtforums Context och Content utvärderas främst med hjälp av användarundersökningen, men även genom en subjektiv analys.

8.1 Hemsidans användbarhet

För att utvärdera användbarheten av www.vaxtforum.se har hemsidans startsida granskats i enighet med Chaffey och Ellis-Chadwick's "Usability rules" för onlinekommunikation. Sidhuvudet på Växtforums startsida har ett klart och tydligt budskap, i form av följande text:

"Välkommen till de svenska odlingsplantskolornas webbplats! Här presenterar vi vår livskraftiga och mångfacetterade bransch."

Växtforums logotype tillför extra tydlighet, i form av en välgenomtänkt och tydlig logga med tillhörande text. Loggan illustreras i Figur 2 nedan. Hemsidan är lättnavigerad och användaren behöver i princip inte scrolla alls mer än i arkivet och länklistan och för dessa sidor finns sökfunktionen tillgänglig. Alla texter (som inte är artiklar) är korta och koncisa, så att budskapet med varje text tydligt framgår. Som "call to action" kan man göra det ännu lite tydligare att man önskar att alla professionella växtanvändare registrerar sig som medlem i forumet. Välkomsttexten på startsidans sidhuvud (som citeras ovan) beskriver enbart Växtforumprojektets övergripande syfte och den som vill veta mer behöver klicka vidare till fliken "Om Växtforum" där projektet beskrivs närmare. Under "Forum"-fliken ligger en välkomsttext till själva forumet och detta är även den text som ska uppmana besökaren att registrera sig i forumet. Texten kan i nuläget kännas lite "tung" och inte så uppmuntrande för den yrkesanvändare som är osäker på ifall man vill registrera sig eller ej.



Figur 2. Växtforums logotype

8.2 Användarnas förväntningar

Användarnas förväntningar och upplevt resultat i relation till dessa förväntningar analyserades med hjälp av frågor i användarundersökningen. Frågorna berörde dels Växtforums diskussionsforum för branschfolk och dels www.vaxtforum.se.

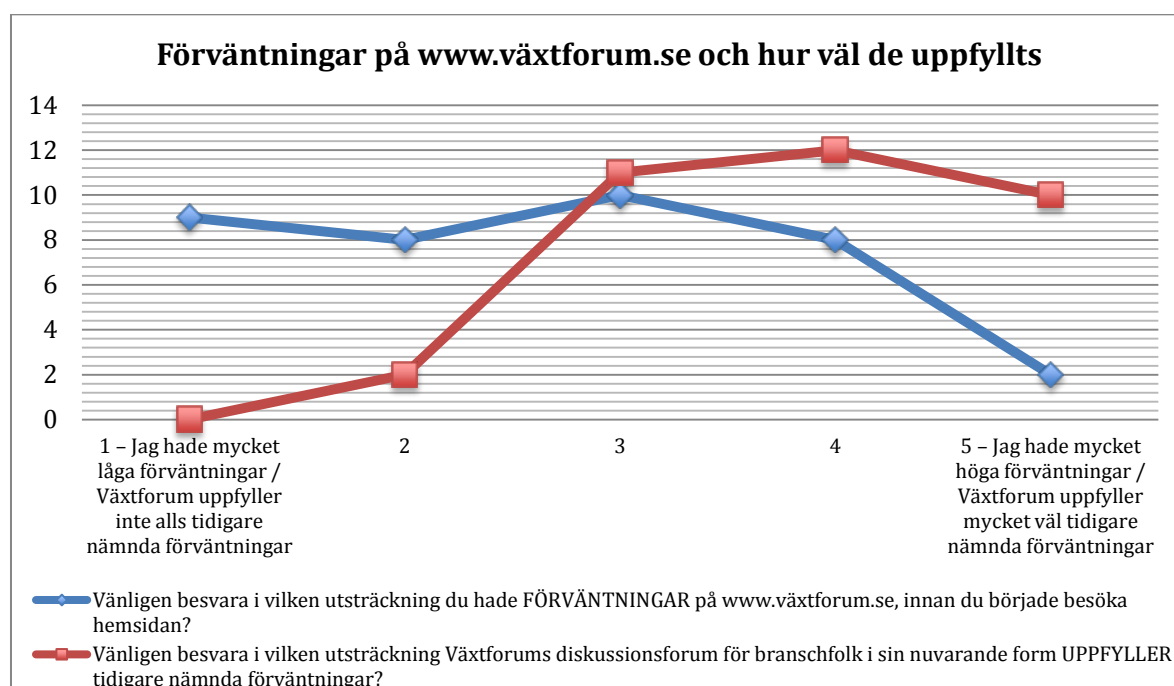
Resultaten från båda frågorna presenteras i Tabell 1 och 2 samt Figur 3 och 4 nedan. Illustrationerna visar tydligt att förväntningarna på diskussionsforumet var mycket låga innan registrering och att förväntningarna till mycket hög grad uppfylldes. Samma svarstrend gäller för förväntningarna (och hur väl de uppfylls) på www.vaxtforum.se. Hur man ska tolka dessa data kan diskuteras, men författarna har ändå valt att tolka respondenternas resonemang med att Växtforums diskussionsforum i sin nuvarande form överträffar de förväntningar som fanns innan registrering. I en framtida onlineenkät bör frågorna omformuleras så att resultatet blir tydligare att tolka.

8.2.1 Förväntningar på www.vaxtforum.se

På en skala från 1 till 5, där 1 motsvarar "Jag hade mycket låga förväntningar" och 5 motsvarar "Jag hade mycket höga förväntningar", ombads respondenterna ta ställning till hur höga förväntningar de hade på www.vaxtforum.se innan de började besöka hemsidan. I en nästa fråga fick de sedan ta ställning till i vilken utsträckning www.vaxtforum.se i sin nuvarande form uppfyller tidigare nämnda förväntningar. Resultatet presenteras i Tabell 1 och Figur 3 (observera att tabellen och figuren illustrerar samma data). Figur 3 tar inte hänsyn till antal respondenter som svarat Vet ej eller Ej tillämbart.

Tabell 1. Svarsfördelningen vid frågor om förväntan samt nivå av uppfylld förväntan om kvalitén på www.vaxtforum.se.

	Vänligen besvara i vilken utsträckning du hade förväntningar på www.vaxtforum.se , innan du började besöka hemsidan?	Vänligen besvara i vilken utsträckning Växtforums diskussionsforum för branschfolk i sin nuvarande form uppfyller tidigare nämnda förväntningar?
1 – Jag hade mycket låga förväntningar / Växtforum uppfyller inte alls tidigare nämnda förväntningar	9 (23%)	0 (0%)
2	8 (21%)	2 (5%)
3	10 (26%)	11 (28%)
4	8 (21%)	12 (31%)
5 – Jag hade mycket höga förväntningar / Växtforum uppfyller mycket väl tidigare nämnda förväntningar	2 (5%)	10 (26%)
Vet ej	2 (5%)	1 (3%)
Ej tillämbart	0 (0%)	3 (8%)



Figur 3. Svarsfördelningen vid frågor om förväntan samt nivå av uppfylld förväntan om kvalitén på www.vaxtforum.se, illustrerad i figurform.

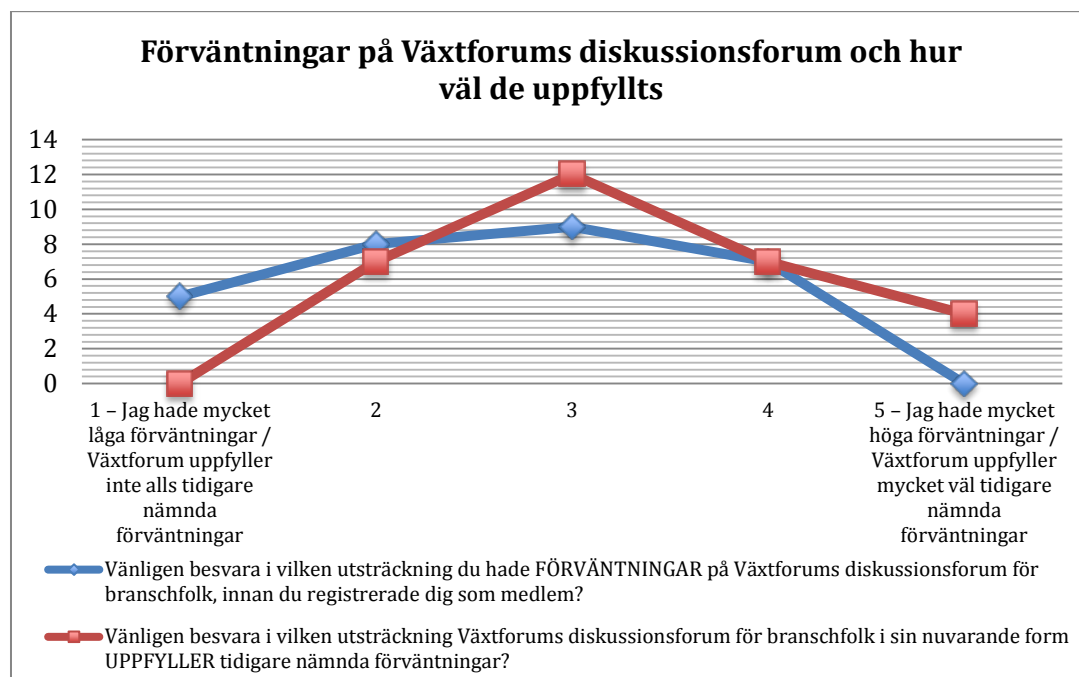
8.2.2 Förväntningar på Växtforums diskussionsforum för branschfolk

Av de 39 respondenterna i användarundersökningen svarar 28 personer att de är registrerade på Växtforums diskussionsforum för branschfolk. Dessa 28 personer blev sedan tillfrågade om sina förväntningar på Växtforums diskussionsforum.

På en skala från 1 till 5, där 1 motsvarar "Jag hade mycket låga förväntningar" och 5 motsvarar "Jag hade mycket höga förväntningar", ombads respondenterna ta ställning till hur höga förväntningar de hade på Växtforums diskussionsforum innan de registrerade sig. I en nästa fråga fick de sedan ta ställning till i vilken utsträckning Växtforums diskussionsforum för branschfolk i sin nuvarande form uppfyller tidigare nämnda förväntningar. Resultatet presenteras i Tabell 2 och Figur 4 (observera att tabellen och figuren illustrerar samma data).

Tabell 2. Svartsfördelningen vid frågor om förväntan samt nivå av uppfylld förväntan om kvalitén på Växtforums Diskussionsforum, illustrerad i tabellform.

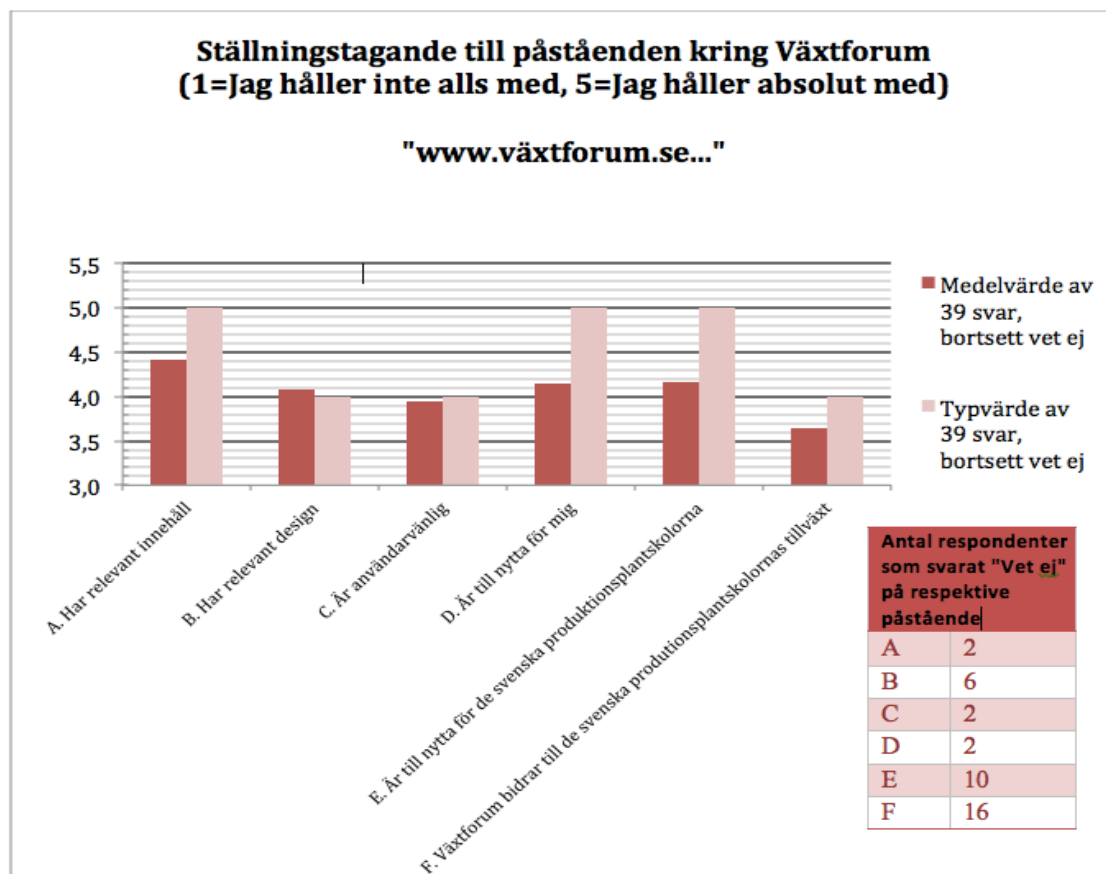
	Vänligen besvara i vilken utsträckning du hade förväntningar på Växtforums diskussionsforum för branschfolk, innan du registrerade dig som medlem?	Vänligen besvara i vilken utsträckning Växtforums diskussionsforum för branschfolk i sin nuvarande form uppfyller tidigare nämnda förväntningar?
1 – Jag hade mycket låga förväntningar / Växtforum uppfyller inte alls tidigare nämnda förväntningar	5 (17%)	0 (0%)
2	8 (28%)	7 (23%)
3	9 (31%)	12 (40%)
4	7 (24%)	7 (23%)
5 – Jag hade mycket höga förväntningar / Växtforum uppfyller mycket väl tidigare nämnda förväntningar	0 (0%)	4 (13%)



Figur 4. Svartsfördelningen vid frågor om förväntan samt nivå av uppfylld förväntan om kvalitén på Växtforums Diskussionsforum, illustrerad i figurform.

8.3 Användarna om hemsidans kvalité och nytta

Figur 5 nedan visar respondenternas upplevda kvalité och nytta av Växtforum, i sidans nuvarande skick. Både medelvärde⁴ och typvärde⁵ av alla svar (bortsett "vet ej") är positiva till samtliga påståenden. Särskilt menar respondenterna att www.vaxtforum.se har relevant innehåll, är till nytta för respondenten samt är till nytta för de svenska plantskolorna.



Figur 5. Respondenternas ställningstaganden till respektive påståenden om www.vaxtforum.se.

⁴ Medelvärde beräknas genom formeln $\frac{x_1+x_2+\dots+x_n}{n}$.

⁵ Typvärdet utgörs av det värde som förekommer flest gånger.

9 Community

Community innebär på vilket vis hemsidan möjliggör kommunikation användare emellan. Växtforums hemsida har ett användarforum som är tillgängligt online via registrering. Forumet riktar sig dock enbart till yrkesmässigt verksamma växtanvändare och för privatpersoner blir istället sociala media den naturliga kanalen för användare-till-användare-kommunikation.

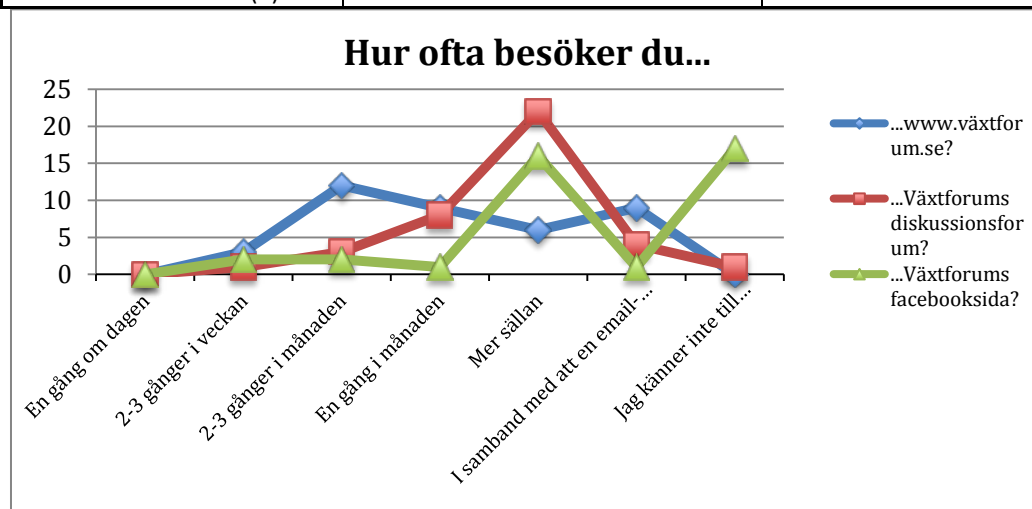
9.1 Växtforums diskussionsforum

I april 2014 var 122 personer registrerade i Växtforums diskussionsforum för branschfolk. Av användarundersökningens 39 respondenter svarar 12 personer via en flervalsfråga att de brukar besöka www.vaxtforum.se ca 2-3 gånger i månaden. 22 av 39 respondenter svarar dock att de besöker Växtforums diskussionsforum mer sällan än en gång i månaden. En förklaring till detta, som styrks ytterligare av svaren i undersökningens fria kommentarsfält, kan vara att man måste logga in för att ta del av diskussionsforumet. En idé som nämns är att en hemsida med foruminloggning kanske till och med är överflödig. Kanske skulle det räcka med att låta diskussionen löpa fritt på Facebooksidan istället, och ha hemsidan enbart för publicering av artiklar.

Svarsfrekvensen för de olika alternativen återfinns i Tabell 3 nedan. Samma data, men presenterat i grafisk form istället för i tabellform, återfinns i Figur 6 nedan.

Tabell 3. De mest frekvent givna svaren på frågan om hur ofta respondenten besöker respektive sida. (Svarsalternativen givna i frågan.)

Hur ofta besöker du...		
...www.växtforum.se?	...Växtforums diskussionsforum?	...Växtforums Facebooksida?
2-3 gånger i månaden (12)	Mer sällan (22)	Jag känner inte till förekomsten av sidan (17)
En gång i månaden (9)	En gång i månaden (8)	Mer sällan (16)
I samband med att en email-notifiering skickas ut (9)	I samband med att en email-notifiering skickas ut (4)	2-3 gånger i veckan (2)
Mer sällan (6)	2-3 gånger i månaden (3)	2-3 gånger i månaden (2)
2-3 gånger i veckan (3)	2-3 gånger i veckan (1)	En gång i månaden (1)
En gång om dagen (0)	Jag känner inte till förekomsten av sidan (1)	I samband med att en email-notifiering skickas ut (1)
Jag känner inte till förekomsten av sidan (0)	En gång om dagen (0)	En gång om dagen (0)



Figur 6. De mest frekvent givna svaren på frågan om hur ofta respondenten besöker respektive sida. (Observera att grafen visar samma data som Tabell 3 ovan.)

9.2 Växtforum i Sociala media

Besöksstatistiken visar att av mätperiodens totalt 5874 besök på www.vaxtforum.se har 647 ankommit via referens i sociala media⁶. Av dessa har 604 besökare klickat sig vidare till hemsidan via en länk på Facebook, 42 via Twitter och 1 via Pinterest.

9.2.1 Växtforum på Twitter

Vid en sökning på "vaxtforum" på Twitter får man endast två träffar (se Figur 7), vilka är tweets skrivna av privatpersoner som hänvisar till artiklar i Växtforums arkiv. Enbart dessa två tweets har alltså genererat hela 42 besök på hemsidan, vilket visar på vilken effekt kommunikation i sociala media kan ha. Genom att skapa ett twitterkonto skulle Växtforum få potential att sprida vetskapen om nya artiklar i ytterligare ett medium.



Figur 7. Resultatet av en sökning på "vaxtforum" på Twitter den 5 april 2014.

9.2.2 Växtforum på Facebook

Växtforums Facebooksida har varit aktiv sedan 27 februari 2013 och finns tillgänglig på <https://www.facebook.com/vaxtforum>.

Den 29 januari 2014 hade Växtforums Facebooksida 256 gilla-markeringar och två månader senare (den 5 april 2014) hade antalet Facebookanvändare som gillat sidan ökat till 275 stycken. Detta ger en indikation om att kännedomen om Växtforum har ökat även under år 2014. Den populäraste åldersgruppen som dittills besökt sidan var i åldrarna 35-54 år.

17 av användarundersökningens 39 respondenter (44%) uppger i onlineformuläret att de inte känner till förekomsten av Växtforums Facebooksida. En förklaring till detta kan vara att de flesta respondenter är yrkesanvändare som använder Växtforum i sitt arbete (Se Figur 1 under rubrik 7.2 ovan) där Facebook ofta inte är ett naturligt verktyg i arbetsvardagen.

⁶ Med "sociala media" menas här webbplatser eller applikationer som används för mänsklig interaktion online. Exempel på sociala nätverk kan vara onlinenätverk, bloggar, internetforum o dyl.

10 Connection

Connection beskriver till vilken grad hemsidan är länkad till andra hemsidor.

10.1 Organisk sökning

Av de 5874 besöken på Växtforums hemsida under mätperioden har 2044 stycken (35%) ankommit via organisk sökning⁷ genom Google. Vid en sökning på www.google.se den 10 april 2014 var www.vaxtforum.se toppresultatet. Googlesökningen ger dock träffar på flera forum med samma namn, och det kan vara förvirrande för sökaren att hitta rätt bland alla sökträffar. Samtidigt finns inte Växtforum med bland de hundra första träffarna med sökordet "plantskola", "plantskolor", "växtskötsel", "växtvård" eller "växtskydd". Här finns god utvecklingspotential för projektet, genom att lägga in något eller några av dessa nyckelord på Växtforums startsida. Idag är Växtforums initialtext följande: "Välkommen till de svenska odlingsplantskolornas webbplats! Här presenterar vi vår livskraftiga och mångfacetterade bransch." Växtforums startsida kommer upp som toppresultat vid en sökning på "odlingsplantskolornas", så en förstasidestext med mer välvalda nyckelord borde rimligtvis öka träffsäkerheten och göra det lättare för gemene man att hitta till hemsidan.

10.2 Länkbyggande och korsreferenser

Av de 38 producentplantskolor som nämns på www.vaxtforum.se/medlemmar är det endast 29st som har en hemsida.⁸ Hemsideskvaliteten varierar mycket. Vissa plantskolor är tydligtvis amatörer i hemsidesbyggande och andra har mycket välutvecklade och väl uppdaterade hemsidor. Trots detta är det enbart ett fåtal (4 av 25 plantskolor, motsvarande 16%) som refererar till Växtforums hemsida. Många av hemsidorna har redan i nuläget flikar eller sidor där de beskriver verksamheten på ett vis så att de ska verka seriösa. Det skulle absolut tillföra värde för dessa plantskolor att ha en länk eller en logga till Växtforum under dessa sidor, men eftersom många hemsidesbyggare av hemsidan att döma är oerfarna kan de behöva hjälp eller i varje fall motivation att lägga in en Växtforum-länk. Även på GRO Plantskolors hemsida⁹ saknas en uppenbar koppling till Växtforum. Växtforum har tagit ett aktivt beslut att inte lägga in länkar under fliken /medlemmar eftersom man var rädd att privatpersoner skulle lockas ta kontakt med produktionsplantskolorna. Dock är troligtvis en stor del av Växtforums besökare professionella användare och kanske kan man överväga att locka medlemmarna med att länka till deras hemsida om de gör det samma för Växtforum.

10.3 Wikipedia

Lite tid skulle kunna investeras i att utveckla ett fåtal väl valda wikipediasidor, som exempelvis <http://sv.wikipedia.org/wiki/Plantskolor> vilken idag är mycket bristfällig. Den text som skrivs bör referera till Växtforum i källförteckningen, för att på så vis öka antalet referenser och ingångsportar till Växtforum för att nå ut till fler potentiella användare. Exempelvis skulle <http://sv.wikipedia.org/wiki/Buxbom> kunna utvecklas och kompletteras med information som finns på http://vaxtforum.se/aktuellt/sv/buxbomsjukan_r_etablerad. På så vis skulle man kunna använda Växtforum som referens bland källorna

⁷ Organisk sökning, eller "organic search" på engelska, är en sökning via sökmotor online där sidträffarna redovisas efter relevans. Motsatsen är oorganisk sökning, där vissa sidor kan hamna högre upp på resultatlistan om de är sponsrade eller köpta som reklamplatser.

⁸ Enligt Google-sökning den 8 april 2014

⁹ <http://www.lrf.se/Medlem/LRF/Sektionerna/GRO-Plantskolor/>

11 Communication

Communication innefattar olika sorters kommunikation, både hemsida-till-användare och användare-till-hemsida. Denna punkt har ansetts vara extra relevant för Växtforum på grund av projektets karaktär, och därför har den analyserats ytterligare med hjälp av en modell för onlinekommunikation av Chaffey och Ellis-Chadwick.

11.1 Kommunikationskanaler

Växtforums medel för onlinekommunikation och dess utvecklingspotential beskrivs i korthet i Tabell 4. Analysen är gjord genom en subjektiv bedömning och tabellen är baserad på Chaffey och Ellis-Chadwick's modell för onlinekommunikation. Tabellen ska i detta fall ses främst som ett verktyg för brainstorming, vilken har legat till grund för flera av de idéer och förslag som presenteras i andra stycken av utvärderingen. Majoriteten av punkterna har redan analyserats i tidigare delar av denna utvärdering och tabellen bör alltså i första hand ses som en översiktlig sammanfattning.

Tabell 4. Analys utifrån Chaffey och Ellis-Chadwick, som beskriver hur sex kommunikationskanaler leder kunden till hemsidan.

Online communications (Punkterna i kursivt utgör enbart förtydligande exempel)	I dagsläget	Kvar att önska för framtiden
Search marketing <i>Search engine optimization</i>	Bristande. Få träffar på Google. Nyckelord saknas.	Bör utvecklas. Lägg till "plantskola" på startsidan. Lägg även till fakta på Wikipedia under "plantskolor" med länk som källa.
Online PR <i>Community C2C-posts</i> <i>Blogs and RSS</i> <i>Portal representation</i>	Välutvecklad Facebook-sida med regelbundna och relevanta uppdateringar. Twitterkonto saknas.	Facebook kan utnyttjas mer för spridning via användare-till-användare. Varje ny artikel bör spridas även på Twitter. Potentiella samarbeten med t.ex. trädgårdsbloggar bör utnyttjas vidare.
Online partnerships <i>Link-building</i> <i>Co-branding</i>	Bristande. Växtforum nämns bara på ett fåtal av de odlingsplantskolor som listas på hemsidan.	Länkbyggande bör utvecklas. Det bör ingå i partnerskapet att odlingsplantskolorna ska nämna Växtforum på sin hemsida. Likaså GRO Plantskolor.
Interactive ads <i>Display ads/banners</i> <i>Dynamic/behavioural</i>	Används ej i dagsläget.	Interaktiv reklam eller annonser kräver oftast mer budgetutrymme än exempelvis sociala media. Kanske kan man fundera på att introducera online-annonser i framtiden, om behov och resurser finns.

Opt-in email • <i>Co-branded e-mail</i> • <i>3rd-party e-newsletters</i> • <i>House list e-mails</i>	Emaillistor från tre andra organisationer utnyttjas delvis för mailutskick. Ett utarbetat system för mailutskick saknas och i dagsläget är Växtforum helt beroende av Berit Haggren och hennes förmåga att finna "rätt" mottagaradresser.	Insatser bör göras för att uppmuntra fler yrkesanvändare att forumregistrera sig. Kanske kan man utnyttja emaildatabaser från SLU, Tillväxt Trädgård eller GRO Plantskolor? Möjligheten att närvara vid branschevent och låta folk skriva in sig på plats bör tillvaras.
Viral marketing • <i>Pass-along email</i> • <i>Prompted email a friend</i> • <i>Media mentions</i>	Möjlighet att ta till vara på artiklar i media finns, dock är det (och bör ej vara) primärfokus. Istället bör Växtforum fokusera på mouth-to-mouth-spridning via exempelvis Facebook, via mail eller i forumet. Inga bjud-in-en-vän initiativ har hittills genomförts.	Ökad användarintegration med allmänheten kan utvecklas via Facebook och Twitter. Kanske m h a ett "treat" i form av en gilla-vår-Facebooksida-tävling? Parallellt bör fokus ligga på att försöka få fler yrkesanvändare att forumregistrera sig, samt att mer aktivt skriva inlägg i forumet.

11.2 Användare till hemsida

På växtforums hemsida under fliken /kontakt finns ett kontaktformulär där användarna kan skicka meddelanden till Berit Haggren. Det framgår på hemsidan att personliga trädgårdsfrågor tyvärr inte kan besvaras, men formuläret är ändå utformat av sådan karaktär att användarna med enkelhet kan framföra sina frågor eller synpunkter om Växtforum via formuläret.

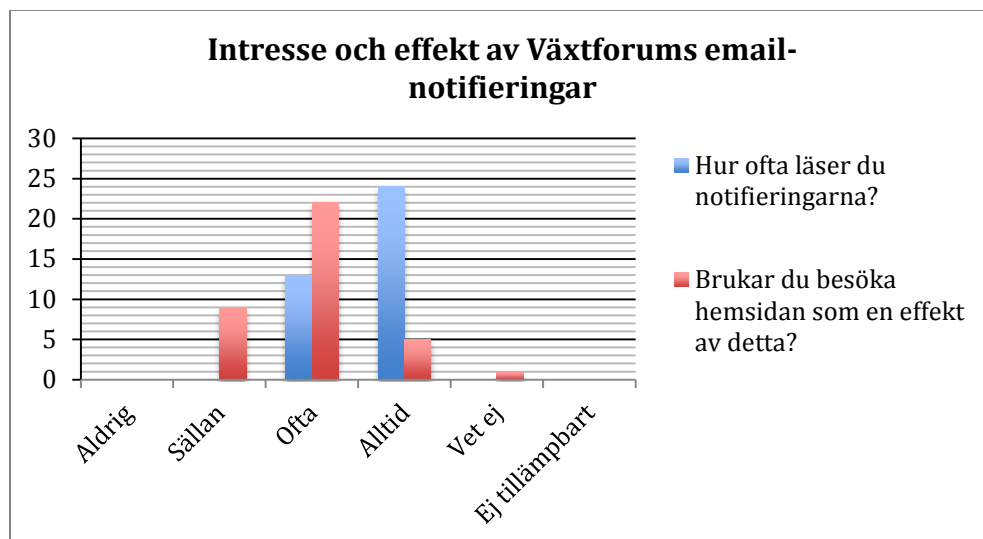
11.3 Hemsida till användare

Växtforum kommunicerar med sina användare främst genom email-notifieringar. Det finns också möjlighet att sprida artiklar via Facebooksidan, som uppdateras regelbundet med nyheter under alla årstider.

11.3.1 Email-notifieringar

För att regelbundet påminna och uppmana folk att besöka Växtforum, skickas email-notifieringar ut av Berit Haggren i samband med att en ny artikel publiceras på hemsidan. Mottagarna av dessa email-notifieringar består delvis av personer som registrerat sig på Växtforums diskussionsforum för branschfolk och delvis av särskilt utvalda personer som Berit Haggren anser bör finna särskilt intresse i artikeln. Det innebär alltså att mottagarna av email-notifieringarna varierar från gång till gång, samt att de utgörs av en blandning av frivilliga mottagare (opt-in marknadsföring) och mottagare som inte uttryckligen sagt att de önskar ta emot email-notifieringarna (opt-out marknadsföring).

I resultatet av användarundersökningen framgår det tydligt att email-notifieringarna i stor utsträckning läses av mottagarna, samt att de ofta leder till att mottagarna besöker Växtforums hemsida som en direkt effekt av notifieringen. 38 av 39 respondenter tar del av Växtforums email-notifieringar och hur de agerar beskrivs i Figur 8 nedan.



Figur 8. Intresse och effekt av Växtforums email-notifieringar.

12 Potentiella felkällor i val av utvärderingsmetod

12.1 Besöksstatistik

Besöksstatistiken som samlades in via gratisverktyget Google Analytics. En potentiell felkälla kan vara att utvärderarna själva besökt Växtforums hemsida några gånger och klickat sig runt bland de olika flikarna, innan den 24 februari då besöksstatistiken samlades in. Däremot är statistiken baserad på besök från över tretusen unika besökare, och utvärderarna kan därför inte ha bidragit något nämnvärt till en missvisande statistik.

12.2 Användarundersökning

Svarsfrekvensen på användarundersökningen var låg (27 %) i förhållande till de 144 email som skickades ut, men får ändå anses ge en indikation på användarnas allmänna åsikter kring Växtforumprojektet. De svar som gavs i de öppna frågorna var i de flesta fall utförliga och engagerade, vilket tyder på att de som svarade var respondenter som bryr sig om projektet och har åsikter kring dess framtid.

Eftersom utvärderingen skedde i ett öppet och anonymt formulär är det möjligt för samma respondent att fylla i formuläret flera gånger, vilket skulle ge en missvisande statistik.

Kritik mot formulärets utformning som uttrycktes i det fria kommentarsfältet var att fråga 2 (Se Frågeformuläret i Bilaga 1) samt dess två följdfrågor om mailutskick är förvirrande, eftersom flera Växtforumanvändare funnit hemsidan via Växtforums Facebooksida och inte är medvetna om att det finns en maillista för användare. Samtidigt svarar 38 av 39 respondenter att de brukar ta del av Växtforumnotifieringar från Berit Haggren.

12.3 Subjektiv analys

Enbart två modeller valdes ur litteraturen för att användas i utvärderingen, Rayport och Jaworski's 7C-modell samt Chaffey och Ellis-Chadwick's modell för onlinekommunikation. Den subjektiva analysen genomfördes främst av två personer, Matilda Axelson och Lena Ekelund, och riskerar därför ha en något personlig vinkling.

13 Sammanfattning och slutsats

Växtforumprojektet har sedan starten i december 2012 vuxit kontinuerligt i popularitet, och kännedomen om www.vaxtforum.se växer fortfarande. Samtidigt finns en stark potential och utvecklingsmöjlighet för projektet, vilket i princip kan tillhandahållas till kostnad av personal och en domänprenumeration.

För plantskolebranschen innebär detta att man skulle kunna använda Växtforum som plattform även i framtiden, till en förhållandevis låg kostnad. Både hemsidans besöksstatistik och antal Gilla-markeringar på Facebook som presenterats tidigare i denna utvärdering visar på att antalet användare har ökat även under år 2014. Denna användarökning sker samtidigt som en stor del av Växtforums potential idag inte utnyttjas fullt ut. Med relativt små insatser, som till exempel ett förbättrat länkbyggande via produktionsplantskolornas egna hemsidor, är det rimligt att anta att man skulle kunna bättre uppfylla syftet med Växtforum och låta projektet uppnå sin fulla potential. Detta kräver dock inte bara ovan nämnda resurser, utan även ett ökat samarbete med och från de svenska produktionsplantskolorna.

I användarundersökningen fick 39 respondenter ta ställning till påståendet att Växtforum bidrar till de svenska produktionsplantskolornas tillväxt. 39 respondenter är ett litet urval och denna fråga har ytterligare osäker signifikans eftersom 16st (41 %) svarar "vet ej". Dock ger det en indikation att av de övriga 23 respondenterna är 16 respondenter (69 %) positiva till påståendet, 5 st (22 %) är neutrala och 2 st (9 %) är negativa till påståendet. Flera skriver dessutom i fritextfältet att de tror att Växtforum på sikt kommer att leda till ett ökat växtanvändande och förbättrad kommunikation mellan producenter och växtanvändare.

Noterbart är att majoriteten av respondenterna även svarar positivt även på frågan om huruvida de tror det skulle vara till nytta även för de svenska produktionsplantskolorna att www.vaxtforum.se hålls levande även i framtiden (se Figur 5 under rubrik 8.3).

Sammanfattningsvis har denna utvärdering bidragit till slutsatsen att det borde ligga i plantskolornas intresse att utveckla och fortsätta detta projekt i framtiden.

14 Referenser

(1) 7C-modellen

E-Commerce

Jeffrey Rayport, Bernard Jaworski

1st edition (2000)

(2) Onlinekommunikation

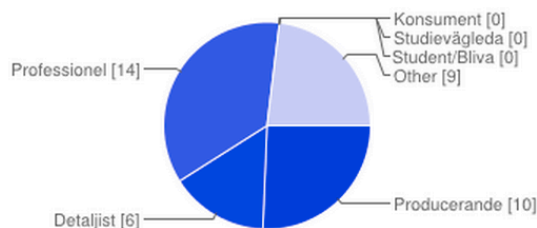
Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice

Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick

5th edition (Pearson 2012)

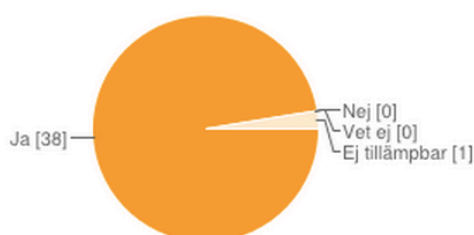
15 Bilaga 1 – Frågeformulär med samtliga svar

1. I vilken roll besöker du www.vaxtforum.se?



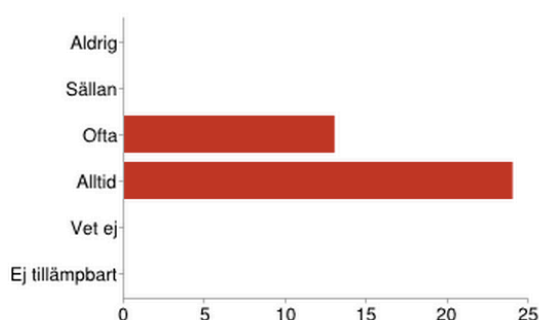
Producerande medlem i GRO Plantskolor	10	26%
Detaljst	6	15%
Professionell växtanvändare	14	36%
Konsument	0	0%
Studievägledare	0	0%
Student/Blivande student	0	0%
Other	9	23%

2. Brukar du få notifieringar från Växtforum till din emailadress, skickade från Berit Haggren?



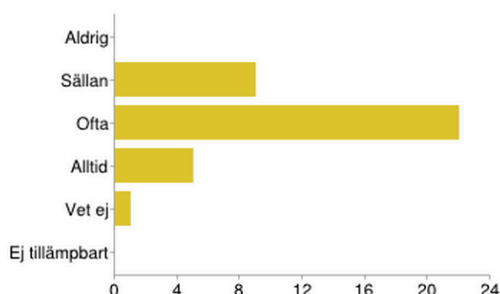
Ja	38	97%
Nej	0	0%
Vet ej	0	0%
Ej tillämpligt	1	3%

Hur ofta läser du ovan nämnda notifieringar? [Om du svarat ja på ovanstående fråga, vänligen besvara nedanstående frågor:]



Aldrig	0	0%
Sällan	0	0%
Ofta	13	35%
Alltid	24	65%
Vet ej	0	0%
Ej tillämpligt	0	0%

Brukar du besöka www.vaxtforum.se som en direkt effekt av att ha läst notifieringen? [Om du svarat ja på ovanstående fråga, vänligen besvara nedanstående frågor:]

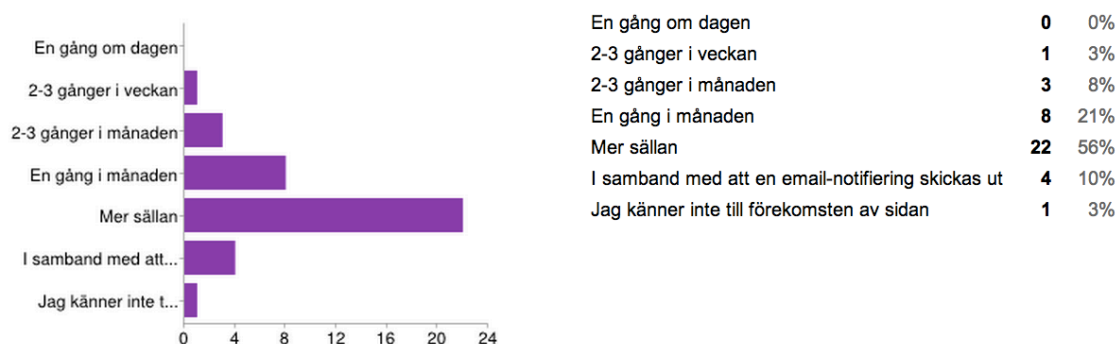


Aldrig	0	0%
Sällan	9	24%
Ofta	22	59%
Alltid	5	14%
Vet ej	1	3%
Ej tillämpligt	0	0%

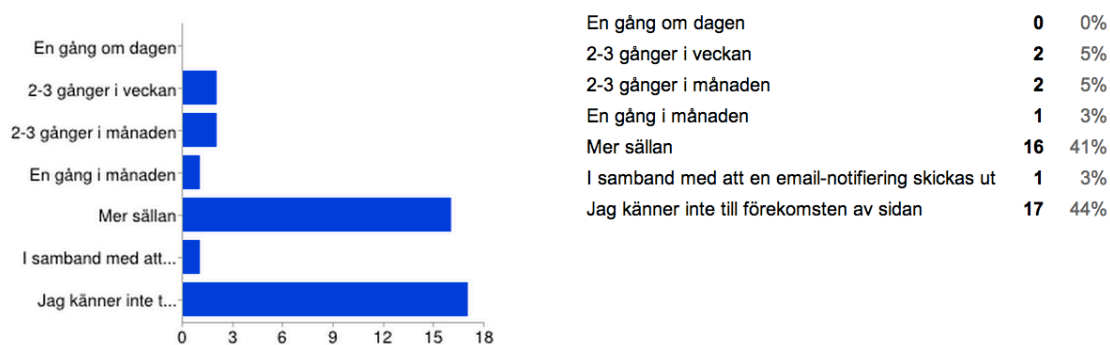
Hur ofta besöker du www.vaxtforum.se? [3. Vänligen besvara hur ofta du besöker respektive hemsida:]



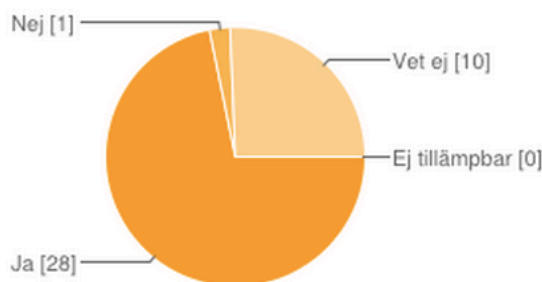
Hur ofta besöker du Västforums diskussionsforum? [3. Vänligen besvara hur ofta du besöker respektive hemsida:]



Hur ofta besöker du Västforums Facebooksida? [3. Vänligen besvara hur ofta du besöker respektive hemsida:]

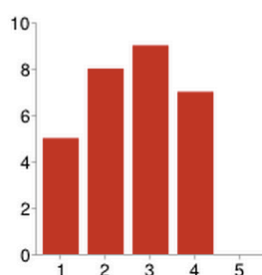


4. Är du registrerad på Växtforums diskussionsforum för branschfolk?



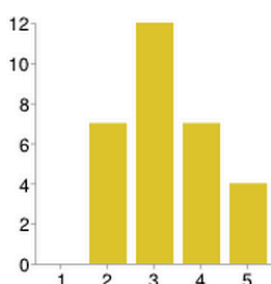
Ja	28	72%
Nej	1	3%
Vet ej	10	26%
Ej tillämplig	0	0%

Om du svarat ja på fråga 4, vänligen besvara i vilken utsträckning du hade förväntningar på Växtforums diskussionsforum för branschfolk, innan du registrerade dig som medlem ?



1	5	17%
2	8	28%
3	9	31%
4	7	24%
5	0	0%

Om du svarat ja på fråga 4, vänligen besvara i vilken utsträckning Växtforums diskussionsforum för branschfolk i sin nuvarande form uppfyller ovan nämnda förväntningar?



1	0	0%
2	7	23%
3	12	40%
4	7	23%
5	4	13%

Om du svarat ja på fråga 4, är det är någon funktion som du gärna skulle vilja se på Växtforums diskussionsforum för branschfolk, som inte finns idag?

Naturligtvis skulle det vara roligare om fler deltog och hade synpunkter. Fler inlägg, snabbare repliker. Den kan bara bli bättre. Kanske lite marknadsföring och samarbete med arboristerna och Beum med flera. Mvh Allan Funktion - OK Felet finns hos användaren - det finns en bromsande effekt i att använda denna form av samarbete - teknikanvändningen hos odlaren. vet ej Ett givande diskussionsforum bygger alltid på att det finns många aktiva medlemmar, och det tar såklart tid att bygga upp en sån bas. Det måste finnas ett behov av kommunikationen, problem att lösa och kreativitet att spinna vidare på.

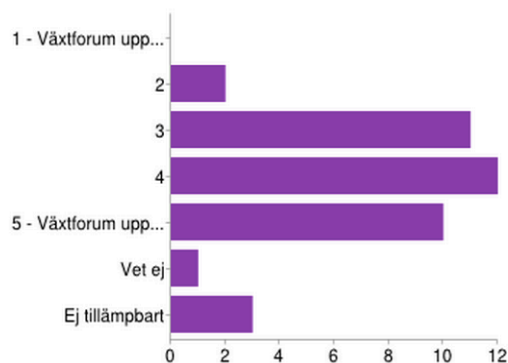
Om du svarat ja på fråga 4, är det är någon funktion som du gärna skulle vilja se på Växtforums diskussionsforum för branschfolk, som inte finns idag?

Naturligtvis skulle det vara roligare om fler deltog och hade synpunkter. Fler inlägg, snabbare repliker. Den kan bara bli bättre. Kanske lite marknadsföring och samarbete med arboristerna och Beum med flera. Mvh Allan Funktion - OK Felet finns hos användaren - det finns en bromsande effekt i att använda denna form av samarbete - teknikanvändningen hos odlaren. vet ej Ett givande diskussionsforum bygger alltid på att det finns många aktiva medlemmar, och det tar såklart tid att bygga upp en sån bas. Det måste finnas ett behov av kommunikationen, problem att lösa och kreativitet att spinna vidare på.

Unnamed Row 1 [5. Vänligen besvara i vilken utsträckning du hade förväntningar på www.vaxtforum.se, innan du började besöka hemsidan?]

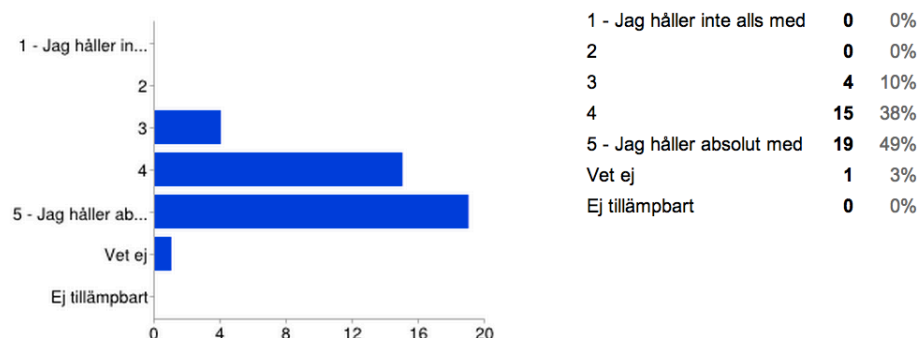


Unnamed Row 1 [6. Vänligen besvara i vilken utsträckning www.vaxtforum.se i sin nuvarande form uppfyller ovan nämnda förväntningar?]

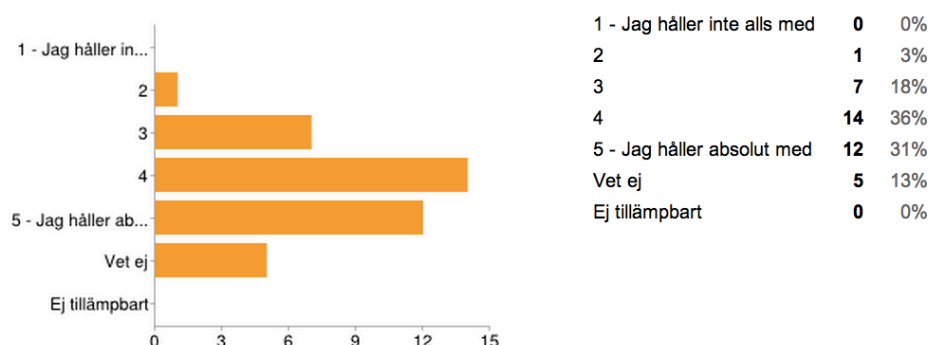


1 - Växtforum uppfyller inte alls ovan nämnda förväntningar	0	0%
2	2	5%
3	11	28%
4	12	31%
5 - Växtforum uppfyller mycket väl ovan nämnda förväntningar	10	26%
Vet ej	1	3%
Ej tillämbart	3	8%

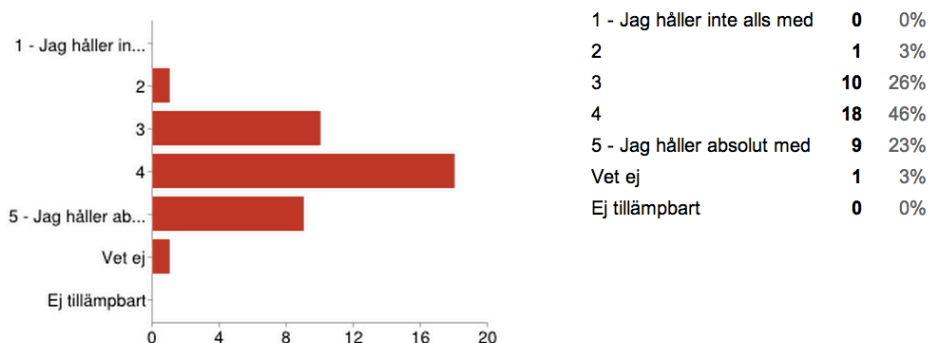
Hemsidan www.vaxtforum.se har relevant innehåll? [7. Vänligen besvara i vilken utsträckning du håller med om följande påståenden:]



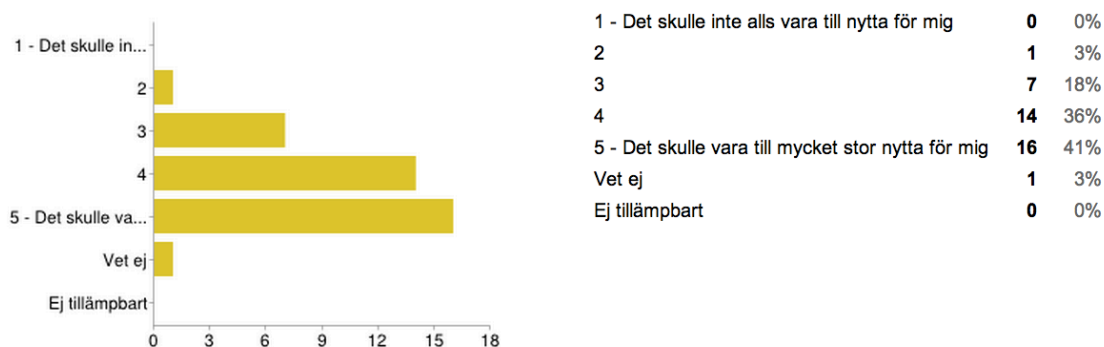
Hemsidan www.vaxtforum.se har relevant design? [7. Vänligen besvara i vilken utsträckning du håller med om följande påståenden:]



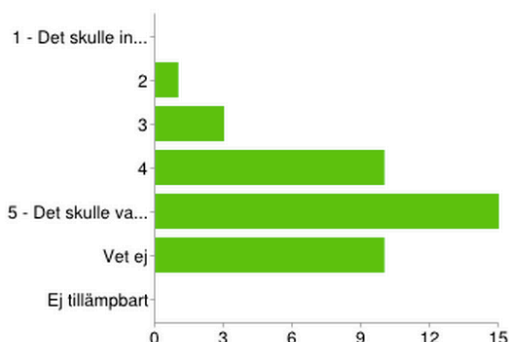
Hemsidan www.vaxtforum.se är användarvänlig? [7. Vänligen besvara i vilken utsträckning du håller med om följande påståenden:]



Unnamed Row 1 [8. Vänligen besvara i vilken utsträckning du tror att det skulle vara av nytta för DIG att www.vaxtforum.se hålls levande även i framtiden?]

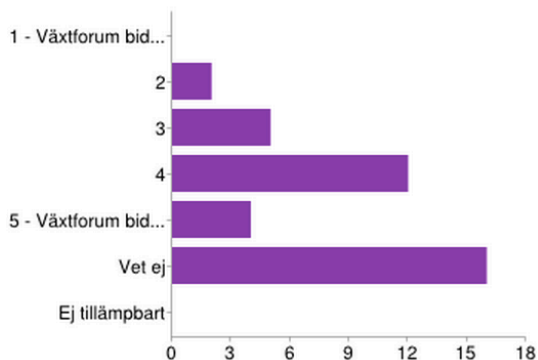


Unnamed Row 1 [9. Vänligen besvara i vilken utsträckning du tror att det skulle vara av nytta för de svenska produktionsplantskolorna att www.vaxtforum.se hålls levande även i framtiden?]



1 - Det skulle inte alls vara till nytta för de svenska produktionsplantskolorna	0	0%
2	1	3%
3	3	8%
4	10	26%
5 - Det skulle vara till mycket stor nytta för de svenska produktionsplantskolorna	15	38%
Vet ej	10	26%
Ej tillämbart	0	0%

Unnamed Row 1 [10. Vänligen besvara i vilken utsträckning du tror att Växtforum bidrar till de svenska produktionsplantskolornas tillväxt?]



1 - Växtforum bidrar inte alls till de svenska produktionsplantskolornas tillväxt	0	0%
2	2	5%
3	5	13%
4	12	31%
5 - Växtforum bidrar väldigt mycket till de svenska produktionsplantskolornas tillväxt	4	10%
Vet ej	16	41%
Ej tillämbart	0	0%

11. Vänligen motivera varför du tror att Växtforum skapar eller inte skapar tillväxt för de svenska produktionsplantskolorna?

Svårt att veta, antar att det tar längre tid än så här att bli en vana för folk att ständigt använda detta som informationskälla. Bra infomötesplats I nuläget Jag har svarat att jag inte vet, tycker inte jag kan bedöma detta. Bra sida om man letar information. Dock finns det redan mycket information på andra sidor. Det gäller och sticka ut. Bra att Branschen har växtforum bra att det finns, lättillgängligt ÄR EJ TILLRÄCKLIGT INSATT I FRÅGAN Jag tror att Växtforum har stora möjligheter att i framtiden bidra till tillväxt för de svenska produktionsplantskolorna - genom att publicera vederhäftigt och intressant material samt att plantskolorna via den kommunikativa forumdelen lyhört kan uppsnappa tankar, behov och idéer hos växtanvändarna och dessutom ha möjligheten att med fackkunskap kunna svara på frågor, bemöta olika påståenden och också diskutera olika företeelser inom branschen. Intressanta ämnen som tas upp. Kan vara en del i marknadsföringen att sprida kunskap. Om växtanvändare får mer information om vissa växter eller växtgrupper, då vet man vilka växter eller växtgrupper är bra eller mindre bra att använda i olika sammanhang. De svenska produktionsplantskolorna och deras medarbetare sitter på OBERSKRIVLIGA mängder av faktakunskap som ofta når antingen inte alls till växtanvändare eller når till användaren i väldigt sparsam utsträckning. T. ex. vilken himmelskt användbar kunskap det kan vara när man får veta vilka nävor övervintrar bäst, vilka verkligen är långblommade och vilka man ska försöka undvika fastän de finns i sortimentet på grund av att det finns efterfrågan sedan gammalt. Sådana exempel är nästan oändliga. Tänk att kunna ta del av all denna kunskap - det är ovärderligt!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! I och med att vi inte riktigt är verksamma inom produktionsled är det svårt att svara på denna fråga. Hade inte noterat att man måste ha en åsikt; här kommer många att skriva blabla för att komma vidare Ökad växtanvändning med bättre resultat Som det är idag är det för få som deltar i debatten, men det kan säkert bli bättre i framtiden. Synliggör branschen för slutanvändarna. Skapar mötesplatser/erfarenhetsutbyte mellan odlare o användare. Om mötesplatsen används är det en bra plats att nå ut med snabb korrekt information. vet ej. vet ej Har ingen åsikt Därför att den skapar positiv uppmärksamhet kring svenskproducerade växter. Samverkan gör att branschen kan utvecklas och ger då tillväxt. Genom att växtanvändare och producenter kan kommunicera runt växtanvändning direkt med varandra så når information, önskemål, kritik, mm fram till den det berör. Detta ger större förståelse och större förtroende för varandra. Vissa växter blir snabbt populära o efterfrågan ökar Vet ej Växtforum ger aktuell information jag är inte odlare och har inte sett sidan ur det perspektivet Kräver öppenhet och flitigt skrivande av samtliga aktörer Ber att få återkomma till den här frågan vid ett annat tillfälle. Orsakerna till tillväxt är eller inte är nog många fler.

12. Är det någon funktion som du gärna skulle vilja se på www.vaxtforum.se, som inte finns idag?

Nej Inget för tillfället. Utförlig, djupgående information om olika växtgrupper och deras planteringsråd. Övervintring. Beskärning etc. Vore trevligt att få veta vad Sveriges proffsodlare anser. Intressant diskussion på forumet om plantering av klematis, men gärna mer och utförligare. kan inte tillräckligt för att bedöma detta kommer inte på någonting ? Inte som jag kan komma på. nej ÄR EJ TILLRÄCKLIGT INSATT I FRÅGAN Nej! Har ingen åsikt ännu, ganska ny användare. Ett bra register för artiklarna - kanske är det tillräckligt med sökfunktionen. Vet ej inte i nuläget Pass Saknar inget. Vet ej. Använder sällan sidan så det har jag inte tänkt på. inget jag kan komma på Inte ännu. vet ej Någon slags sökfunktion Vet ej ----- Har för dålig uppfattning för att kunna svara. Kan inte komma på något nu. Nä Funktion? jag vet inte, några exempel teman här istället... 1. Något i stil med: "Undvik dessa växter" - varför, gäller det för hela landet eller bara vissa delar. T.ex. vissa sorter funkar bra i norr men inte alls så bra i de södra delarna. 2. "Alternativa växter till en viss specifik art, sort som är inte bra eller frisk längre" - t.ex. istället av vitpil plantera x.

13. Vi arbetar just nu med att utveckla och förbättra Växtforum, och din åsikt som användare är viktig för projektets framtid. Om du har några reflektioner kring projektet, eller tips och ideer kring hur Växtforum kan utvecklas, vänligen ta dig tid att beskriva dem här.

Dessvärre inga förslag. Det känns ändå som att det är viktigt med detta, bl a för att på ett lättare sätt gemensamt kunna bemöta t ex tidningsartiklar eller larmrapporter på ett sätt som alla kan ställa sig bakom. Dessutom borde man ju kunna ha nytta av att diskutera på ett enkelt sätt med andra producenter när det dyker upp övergripande frågor. Vi tycker att hemsidan varit bra hittills, men har ännu inte använt den i en riktigt stor utsträckning, så kan tyvärr inte bidra med några särskilda idéer angående dess utveckling. Det bästa vore nog att de som verkligen odlar, har tid att kommentera och skriva. Det vore också kul att en specifik odlare pratar MER detaljerat om en viss växt eller växtgrupp som de odlar eller som de själva brinner för och vad allt de har noterat.....himla kul....som sagt vissa saker får man annars aldrig veta om man jobbar "bara" på en handelsträdgård som köper in växter utan att egentligen ha så bra kunskap om vissa växter: tänk vad roligt vore, i någon passande situation säga till kunden i trädgårdsbutiken "X plantskola eller perennaodlare vurnar särskilt mycket just denna sort eftersom det har aldrig frusit hos de i Kiruna", t.ex. Bara en synpunkt - fråga 2 om mejlutskick är lite knepigt formulerad, eftersom jag inte får mejlutskick, utan tar emot info via Facebook. När något händer där, går jag till sidan för mera information. Det jag har läst har jag tyckt varit intressant. Mycket bra med informationstexter och notiser som skickas ut! Bra att allt finns på hemsidan eftersom mejlen försvinner ex när man byter jobb. Vet ej. ? Artiklarna är mycket intressanta och porträtten av olika plantskolor borde bli fler. Man borde skriva om och lyfta diskussionen kring för- och nackdelar kring svenskproducerat växtmaterial och e-material. Formatet är kanske inte helt motiverat, det skulle nästan räcka med en Facebook-sida istället för diskussionsforumet, och behålla hemsidan för att publicera artiklar. ÄR EJ TILLRÄCKLIGT INSATT I FRÅGAN inte just nu Se ovanstående. Jag har i nuläget inga reflektioner. Pass Har lite svårt att förstå vilka trådar som är livaktiga på diskussionsforumet. Har kanske inte satt mig in i det tillräckligt. I nuläget inget mer än sökfunktion Samarbete med andra, branschen är för liten för att alla skall hålla på med sitt. Det sprider även kunskap till andra så det blir bara vinna vinna. Har inte just nu några ideer om detta. inte just nu, vet ej har ej just nu Utförliga beskrivningar av användandet av växter i olika sammanhang är till stor nytta för mig som konsult inom trädgårds- och landskapsplanering. Jag tycker artiklarna är mycket bra. Att få tips från olika håll i samma ämne. Jag hoppas på att med mer kunskap kan också privatpersoner tänka utanför "lavendelboxen" och våga prova alla andra växter som finns. Tänk så många trädgårdsägare som finns därute och väldigt få utnyttjar ytan. Vill ha mer av ett åretrunt tänk hos gemene man. Större spridning, mer aktivitet i forumet vore kul. Vet ej Hoppas att fler av de intressanta artiklarna, får fler att besöka sidan och att det på sikt får upp aktiviteten på forum. se ovan anledningen till att man inte hinner med att gå in på växtform mer än man gör är att vi alla har för mycket att göra och vi har inte rutin att syssla med detta. Det bara blir mer och mer att göra för alla så det finns helt enkelt inte tid. Man är bara stressad hela tiden. Det är under vintermånaderna alla har tid men sen när säsongen drar i gång så fokuserar alla bar på försäljning. Detta gäller även när vi pratar om kontakten mot E-Planta och Sveplant, kontoren hör nästan inget från medlemmarna fr.o.m. att säsongen har dragit igång. Jag har inte det just nu. Jag får återkomma om det vid senare tillfälle, se ovan Avstår; kanske ska mina svar inte vara med, ville kolla hur det blev. Fin layout, snygg rosenbild Inget jag kan komma på -----