

Hvad kan vi gøre for at hjælpe deltagerne med at møde op første gang?

Denne guide er lavet for at hjælpe dig med at forstå, hvad der holder folk tilbage, og hvordan du kan motivere dem. Med simple trin viser vi dig, hvordan du ved hjælp af et adfærdshjul kan opdage de største udfordringer og designe løsninger. Et adfærdshjul, er et grafisk værktøj, der hjælper dig med at se, hvad der kan påvirke handlinger.

Det handler om:

- At opdage, hvad der stopper folk fra at deltage
- At finde ud af, hvad der motiverer og driver dem
- At finde på løsninger, der er tilpasset borgerens behov

Du behøver ikke at være ekspert. Brug 30 minutter på at udfylde felterne i guiden, og øg chancen for at din målgruppe møder op.

Sådan anvendes materialet

Forberedelse

Det er vigtigt inden I starter, at I definerer præcist, hvem (jeres specifikke målgruppe) skal udføre hvilken handling (evt. møde op til jeres specifikke aktivitet?), og hvornår ønsker vi, at de gør det?

Hvem:

Skal:

Hvornår:

For at forstå borgerens synspunkt bedre, er det godt at arbejde i en gruppe med andre, der kender målgruppen godt.

1. Definer, hvem der skal gøre hvad

2. Gennemgå adfærdshjulet en dimension ad gangen og udfyld felterne

3. Prioriter, hvilke udfordringer I vil se nærmere på

4. Design løsninger

Adfærdshjulet

Tips til udfyldelse

Kategorierne er fleksible

Brug ikke for meget energi på at sikre, at hver tanke passer perfekt ind i en bestemt kategori; ofte vil du opdage, at grænserne mellem kategorierne er flydende.

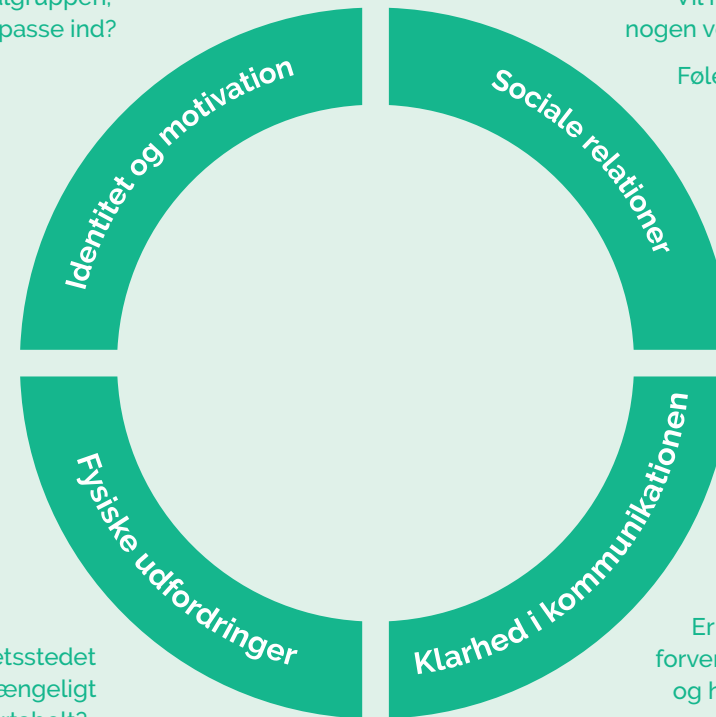
Tænk på de personer, der allerede udviser den ønskede adfærd

Ved at undersøge adfærden hos dem, der allerede handler, som ønsket, kan du få værdifulde indsigter.

Føler målgruppen, at de vil passe ind?

Vil målgruppen kende nogen ved begivenheden?

Føler de sig velkomne og inkluderede?



Identitet og motivation

Overvejelser

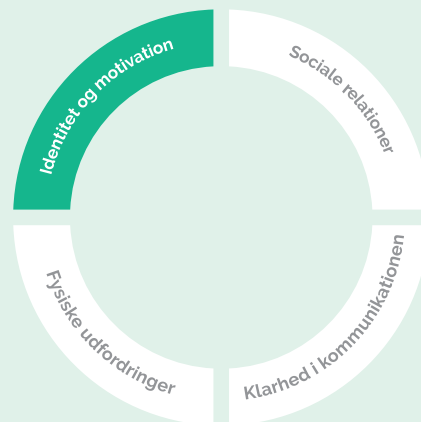
Menneskers selvopfattelse påvirker deres beslutninger og handlinger. Dette kan afgøre, om en persons indre overbevisninger eller selvbillede fremmer eller hæmmer deltagelse.

Typiske drivkræfter:

- Følelsen af, at man passer ind og har noget at bidrage med
- Opfattelsen af deltagelse som nem eller værdifuld
- Interesse for aktiviteterne

Typiske barrierer:

- Lav motivation eller manglende evne, til at se formålet med at møde op
- Føler ikke de er "sådan en der går til den slags tilbud"



Udfyld

Udfyld drivkræfter og barrierer for jeres specifikke målgruppe:

Drivkræfter i vores målgruppe:

Barrierer i vores målgruppe:

Sociale relationer

Overvejelser

Sociale relationer har stor indflydelse på, hvordan vi tager beslutning. Gennemgå målgruppens oplevelse af, hvordan sociale relationer, kan påvirke deres beslutning, om at møde op til aktiviteterne.

Typiske drivkræfter:

- Stærk samhørighed blandt dem, der er en del af målgruppen.
- Fælles forpligtelse til mål eller formål i gruppen.
- Følelsen af, at blive anerkendt og værdsat i gruppen.
- Mulighed for, at danne nye og meningsfulde relationer.

Typiske barrierer:

- Frygt for ikke at passe ind eller blive udelukket.
- Manglende kendskab til andre deltagere.



Udfyld

Udfyld drivkræfter og barrierer for jeres specifikke målgruppe:

Drivkræfter i vores målgruppe:

Barrierer i vores målgruppe:

Klarhed i kommunikation

Overvejelser

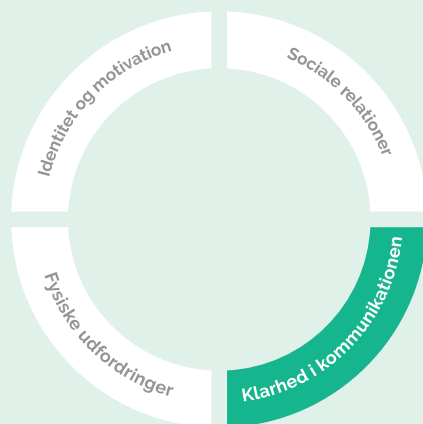
Klar kommunikation om en aktivitet, kan påvirke deltageres engagement og oplevelse. Det er essentielt at forstå, hvordan information formidles, og om deltagerne føler sig orienteret og forberedt.

Typiske drivkræfter:

- Tydelige og letforståelige instruktioner om aktiviteten
- Konkrete forventninger til deltageres bidrag og rolle, selv de mindre ting som, "hvad skal man have på"
- Mulighed for, at deltagerne kan stille spørgsmål eller få afklaring om detaljer relateret til aktiviteten.

Typiske barrierer:

- Uklar eller forvirrende information om aktiviteten.
- For meget information, der kan virke overvældende.
- Mangel på muligheder for at stille spørgsmål eller få yderligere information.



Udfyld

Udfyld drivkræfter og barrierer for jeres specifikke målgruppe:

Drivkræfter i vores målgruppe:

Barrierer i vores målgruppe:

Fysiske udfordringer

Overvejelser

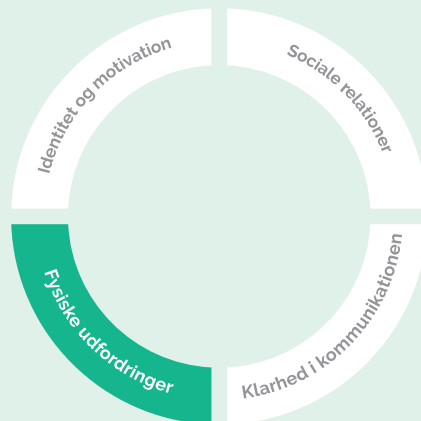
For at øge deltagelse i aktiviteter, er det vigtigt at være opmærksom på og imødekomme de fysiske udfordringer, deltagerne kan støde på.

Typiske drivkræfter:

- Arrangeret transport til og fra begivenheden, der er tilpasset målgruppen.
- Let tilgængelige siddepladser med god støtte, der tager hensyn til aldersrelaterede behov.
- Klare skiltninger og markerede gangarealer, der gør det let for målgruppen at finde rundt.
- Tilgængelighed: Elevatorer, ramper og andre hjælpemidler til dem med begrænset mobilitet.

Typiske barrierer:

- Mangel på transportmuligheder til og fra begivenheden.
- Trapper og niveauforskelle uden nemme alternativer.
- Bekymringer for, at aktivitetsstedet ikke er tilgængeligt for borgere med fysiske udfordringer.



Udfyld

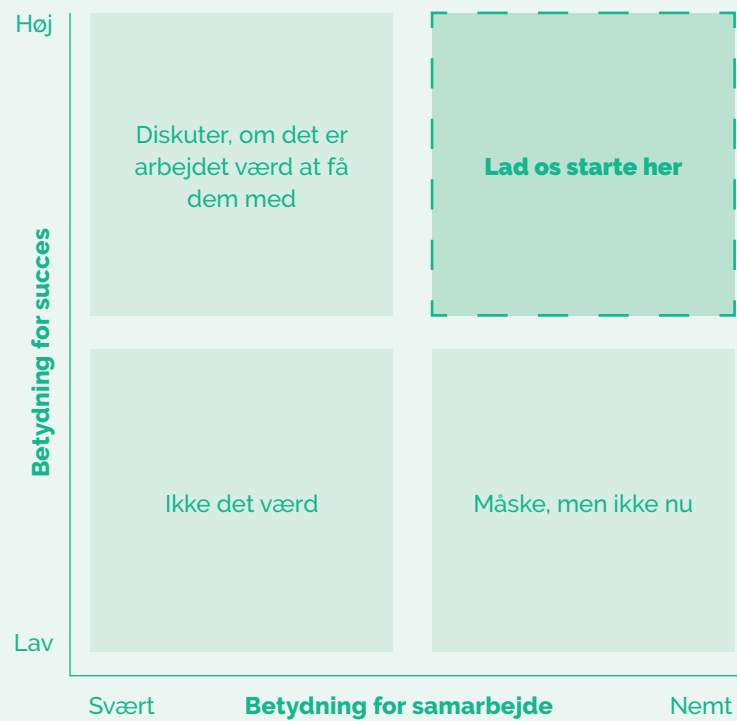
Udfyld drivkræfter og barrierer for jeres specifikke målgruppe:

Drivkræfter i vores målgruppe:

Barrierer i vores målgruppe:

Prioriter

For en mere visuel tilgang, kan det være nyttigt at illustrere diagrammet på en tavle og bruge post-it sedler som hjælpværktøj. Hver potentiel partner skrives på en post-it seddel og sættes på sin passende plads i diagrammet.



Dine noter

Fra barrierer og drivkræfter til konkrete løsninger og tiltag

1**Brainstorming af ideer**

Saml et team og brainstorm mulige løsninger. Brug de prioriterede barrierer, som startpunkt – hvordan kan du eliminere eller reducere dem? Tænk også på, hvordan du kan udnytte eller forstærke de identificerede drivkræfter.

2**Udvælgelse af ideer**

Vælg de mest lovende ideer fra brainstormingen. Her anbefales det, at anvende adfærdsdesignkort.

3**Design af løsninger**

For hver ide, design et konkret løsningsforslag. Det kan være alt fra en kampagne, et digitalt værktøj, en ændring i miljøet eller en kombination.

4**Fastlæggelse af succeskriterier**

Inden du afprøver dine løsninger, skal du definere klare succeskriterier. Hvordan vil du vide, at din løsning virker? Hvornår forventer du, at se en effekt?