

Hur presentera resultat så att det berör och motiverar till handling

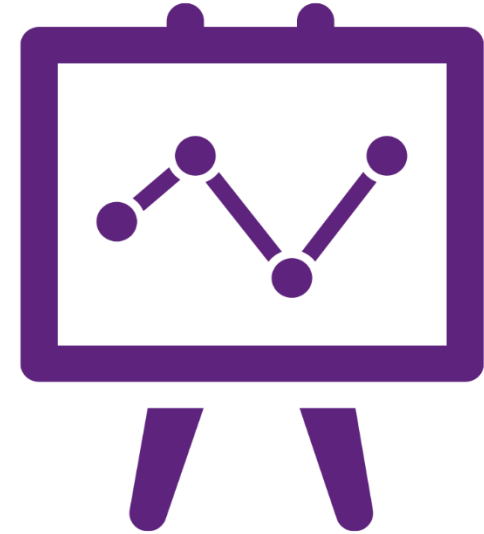
En reflektions- och inspirationsövning kring hur vi presenterar kunskap och undersökningsresultat kring förebyggande arbete

Undersökning visar oroande utveckling.....

..... Eller kanske på en positiv utveckling

Siffror, staplar, cirkeldiagram, kurvor hit och kurvor dit.

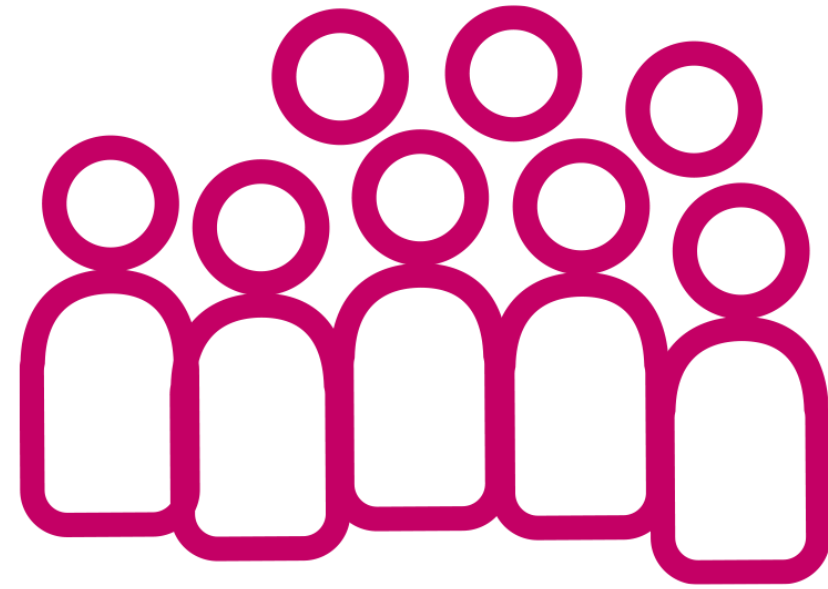
- **Hur gör vi när vi presenterar resultat**
 - och framförallt, vad vill vi när vi gör det?



Vårt dilemma

Ensam är inte stark. Vi kan inte göra jobbet själva.

Vi behöver hjälpas åt – samverka på riktigt



För i den bästa av världar.....

- Risk och skydd – Samverkan / Flerkomponentstrategi

Familj/hemma	Fritid	Skola	Samhälle
Trygghet	Meningsfull fritid	Tillitsfulla relationer	Stödfunktioner
Kärlek	Utveckla talang	Trygghet/trivsel	Lagar och normer
Gränssättning	Tydliga vuxna	Anknytning och inkludering	Uppföljning
Fostran / stöd	Trygghet	Sedd / uppmärksammas	Politik och beslutsfattande
		Skolframgång	



...Fyller vi skyddsvågskålen tillsammans

Men varför gör vi inte det då?

Problemet - Om man inte förstår målet, inte accepterar att det finns ett behov, inte känner något ansvar, inte tror att man kan göra skillnad, inte har tid och inte heller är överens om vilka beslut som måste fattas och vad som ska göras, då är det svårt att uppbringa motivation och kraft för att agera och finna en lösning.

Vi måste förstå att vår utgångspunkt inte alltid räcker.

Vi måste fundera på vad och hur vi kommunicerar.

Verktyg kommunikation (gör en analys)

- Vilka är våra viktigaste intressenter/målgrupper/samverkansparter?
- Hur når vi dem bäst? – Kanal och form (tänk gärna utanför boxen)
- Vad vill vi att de ska:
 - Veta?
 - Tycka?
 - Känna?
 - Göra?



Ta vidare

Och inte minst - Whats in it for them?

Fakta och känsla

Hur hänger det här ihop med deras uppdrag? Hur ser deras kontext ut?

Vad har de och deras verksamhet/organisation att vinna på detta?

Är det viktigt för dem? Om inte – vad skulle göra det viktigt för dem?

Kan de göra skillnad? Hur synliggör vi det i så fall? Vilka resultat kan de förvänta sig?



Ta vidare

Utifrån analys - Formulera

- Rubrik / Huvudbudskap (bärande tes)
- Stödjande och stärkande argument
- Innehåll, presentationsform och kanal

Ta inspiration av de bästa.

Hans Rosling

Greta Thunberg

Alan Smith

Övning – Till vem/vilka och hur kommunicerar vi?

EXEMPEL:

- Ni ser i undersökningar att cannabisbruket ökar bland de unga i kommunen/stadsdelen. Ni kan även utläsa att det är väldigt vanligt att rökande unga testar cannabis, 65% av de rökande 17 åringarna uppger att de testat cannabis, jämfört med 5% bland de ickerökande. Samtidigt har man vid tillsyn av skolgårdar samt fritidsgårdar i kommunen/stadsdelen noterat att rökning är vanligt förekommande på skolgårdar och i anslutning till skolgårdar och fritidsgårdar.
- En kraftig ökning av ungdomsrån sker i kommunen/stadsdelen. Det är ungdomsgäng som rånar andra ungdomar. Rånen sker mestadels kvälls- och nattetid men har även inträffat mitt på dagen. En ökad otrygghet och polarisering mellan olika ungdomsgrupperingar har noterats.

Övning -Till vem/vilka och hur kommunicerar vi?

- Välj en kunskap / ett resultat från er verklighet, ert sammanhang och verksamhet som är viktigt att förmedla till en eller flera målgrupper. För att väcka deras engagemang och agerande.
- Alternativt:
- Kunskapen om risk- och skyddsfaktorer. Hur sprider vi den så att berörda samverkansparter (föräldrar, fritidsverksamheter, föreningar, skola och olika samhällsföreträdare) kan, vill och tar ansvar för sin del?

Instruktioner - Analys

- Gör en snabb målgruppsanalys – bestäm er för en speciell målgrupp ni vill nå.

Vad är det ni vill att målgruppen ska:

Veta?

Tycka?

Känna?

Göra?

What´s in it for them?



Instruktioner 2 - Presentation:

- Vald målgrupp (motivera)
- Rubrik / Huvudbudskap (bärande tes)
- Stödjande och stärkande argument
- Förslag på presentationsform och kanal (om ni hinner)



Tack!

- För ert engagemang och delande av erfarenheter och idéer.



Tillsammans fyller vi skyddsvågskålen.