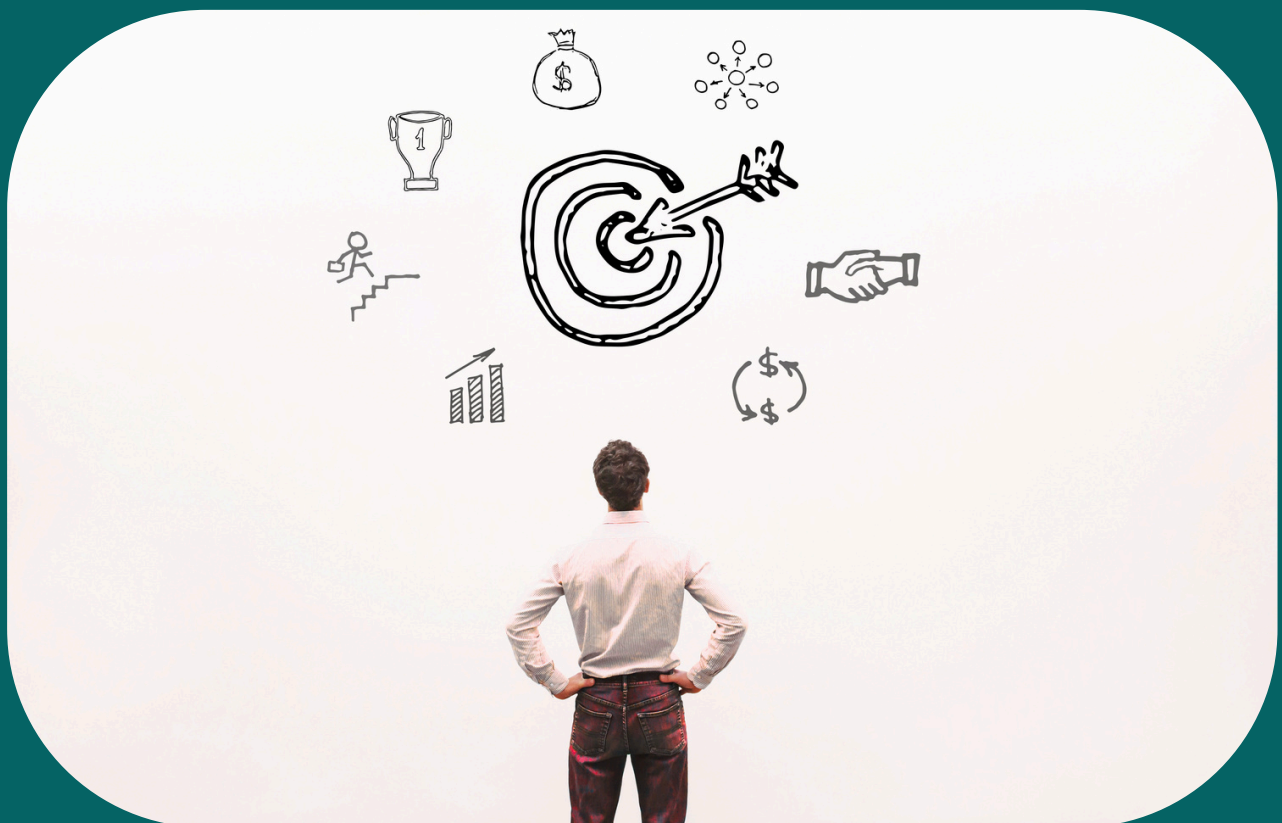


# Grib værktøjet

## Kend din målgruppe

En folder om, hvordan du kan have målgruppen i fokus, når du udvikler arbejdsmiljøværktøjer



Udviklet af Aron - Center for bæredygtigt arbejdsliv  
www.cfba.dk • kontakt@cfba.dk • 31 11 17 37



Du kender det sikkert. Du og dine kolleger har udviklet et rigtig godt arbejdsmiljøværktøj, som I har fået stor ros for.

Det bliver bare ikke brugt. Og det kan der være mange grunde til.

En undersøgelse\* viser, at det er nødvendigt med en stor og detaljeret viden om målgruppen for at sikre, at arbejdsmiljøværktøjer bliver brugt på arbejdspladserne.

I denne folder får du inspiration til, hvad du med fordel skal vide, inden du udvikler, udbreder eller videreudvikler et arbejdsmiljøværktøj.

God fornøjelse!

Aron – Center for bæredygtigt arbejdsliv

I samarbejde med

**Velliv**  
**Foreningen**

*\*Undersøgelsen tog udgangspunkt i forskningsprojektet 'PUX for bedre trivsel: Implementering og evaluering af et værktøj til at skabe bedre balance mellem jobkrav og ressourcer' gennemført af Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø. Her var der fokus på delbrancher, hvis kerneopgave er at yde omsorg for andre mennesker.*

# MÅLGRUPPE

# MÅLGRUPPE

# MÅLGRUPPE

---

Det kan siges helt enkelt: Jo større kendskab, du har til målgruppen, jo mere målrettet kan du udvikle værktøjet.

Der er grundlæggende to målgrupper:

- dem, der skal finde værktøjet og implementere det på arbejdspladsen
- dem, der skal bruge selve værktøjet

Du kan med fordel have fokus på følgende tre områder for at få mest mulig viden om din målgruppe:

- Struktur og organisering
- Layout og design
- Synlighed og informationskanaler

# STRUKTUR OG ORGANISERING

Hvis din målgruppe skal bruge dit værktøj, skal det tage højde for arbejdets struktur og organisering. Du kan med fordel spørge dig selv om:

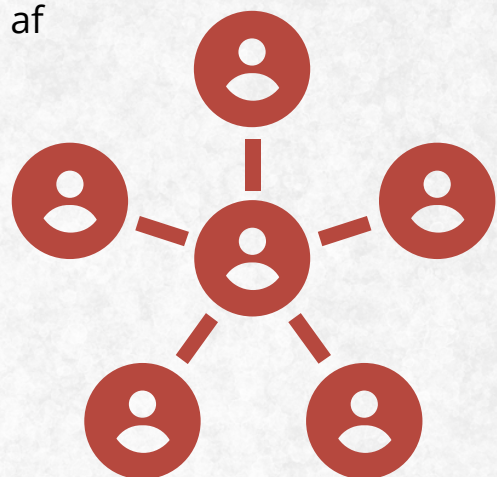
Hvordan er arbejdet **organiseret** på de arbejdspladser, hvor værktøjet skal bruges? Kræver værktøjet en bestemt organisering, for at målgruppen kan anvende værktøjet?

Er der særlige **karakteristika** ved branchen eller delbranchen? Hvordan tager du højde for dem i udviklingen af værktøjet?

Hvilke **roller og funktioner** på arbejdspladsen udvikler du værktøjet til? Hvem skal implementere værktøjet?

Hvilken **kultur** har målgruppen for at anvende værktøjer? Og ændrer kulturen sig alt efter, hvor i landet virksomheden ligger?

Har din målgruppe et særligt **kompetenceniveau**, som du skal tage højde for i udviklingen af værktøjet?



# LAYOUT OG DESIGN

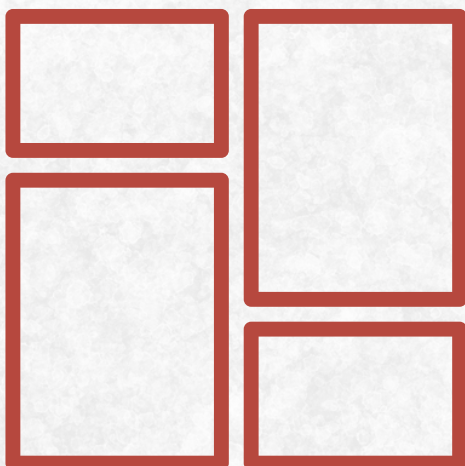
Hvis din målgruppe skal bruge dit værktøj, skal det designes og layouts med målgruppen for øje. Du kan med fordel spørge dig selv om:

Hvordan kan du vise i værktøjet, hvilken **effekt** målgruppen kan opnå ved at anvende det? Hvordan kan du tydeligt beskrive fordelene?

Hvordan sikrer du, at det klart fremgår, hvilken **målgruppe** værktøjet henvender sig til?

Hvordan tager du højde for, at de **roller og funktioner**, der skal implementere og benytte værktøjet, hurtigt kan se, at værktøjet er udviklet til dem?

Hvordan kan du designe værktøjet, så det er **enkelt at gå i gang med**?



## HUSK!

En **vejledning** med:

- Estimeret tidsforbrug
- Kompetencer og ressourcer, der kræves for at bruge værktøjet
- Eksempler fra målgruppens egen hverdag

# SYNLIGHED OG INFORMATIONSKANALER

Hvis målgruppen skal finde dit værktøj, skal det være synligt der, hvor de finder information. Du kan med fordel spørge dig selv om:

Hvordan får din målgruppe generelt hjælp til at løse deres **arbejds miljøudfordringer**? Spørger de andre, søger de online, eller hvad gør de?

På hvilke **kommunikationsplatforme** finder målgruppen typisk deres arbejdsmiljøværktøjer? (Netværk, mund-til-mund-metoden, AI, sociale medier mv.?)

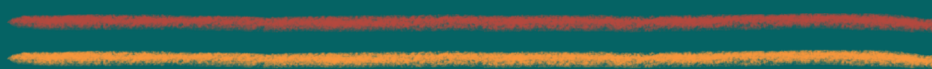
Hvor skal målgruppen **finde værktøjet** bagefter? Stemmer det overens med målgruppens vaner og behov?

Vil det være klogt at udvikle værktøjet sammen med **andre aktører** for at sikre en større eksponering? Er der nogle aktører, målgruppen har mere tiltro til end andre?

Hvilke **formidlingsinstanser** kan du efterfølgende inddrage for at sikre en større eksponering af værktøjet? (BFA, NFA, faglige organisationer mv.)



# God arbejdslyst



Aron - Center for bæredygtigt arbejdsliv  
www.cfba.dk • kontakt@cfba.dk • 31 11 17 37