

Målgrupps- analys

ur ett rättighetsperspektiv

Syftet med verktyget

I en målgruppsanalys definierar vi tydligt vem målgruppen är och utformar därefter våra beslut. Målgruppsanalysen är grunden för att fatta och genomföra beslut och prioriteringar som skyddar, respekterar, uppfyller och främjar varje individs rättigheter. Vilka är vi till för?

I detta exempel fokuserar vi på målgruppsanalys av rättighetsbäraren, dvs. den enskilda individen vars liv och rättigheter påverkas av organisationens agerande och beslut.

En grundlig målgruppsanalys har tre tydliga fördelar:

1. Den säkerställer att underlaget, beslutet, prioriteringen och/eller aktiviteten är väl genomtänkt och inte kränker någons rättighet.
2. Den möjliggör en utveckling så att fler målgrupper kan ta del av samhällsservicen.
3. Den leder till bättre riktade insatser och aktiviteter som skapar ett inkluderande samhälle.



Steg för steg

1

Planera in 2 tillfällen á 1 timme för att genomföra hela målgruppsanalysen.

2

Sitt i grupper om 4-5 personer i varje. Skriv ut frågorna och ha tillgång till stora papper och färgpennor.

3

Tillfälle 1: Diskutera frågorna 1-2. Använd gärna statistik för fråga 2. Gör en mindmap. Häng upp på väggen, diskutera i helgrupp.

4

Genomför fråga 3 mellan gångerna. Prata med den grupp ni når idag. Dokumentera svaren ni får.

5

Tillfälle 2: sitt i grupper om 4-5 personer och presentera det ni kommit fram till på fråga 3. Diskutera sedan fråga 4.

6

Diskutera fråga 5 och gör en plan för hur ni kan bredda er och nå fler målgrupper än idag.

Frågorna

1. Identifiera vilka som ska nås av ert stöd eller er service

Vilka ska nås av e? Är det "alla" eller en mer avgränsad målgrupp? Identifiera exempelvis utifrån ålder, kön, boendesituation, språk, socioekonomisk status (inkomst, anställning, utbildning) etc. Undersök var du kan hämta denna information/statistik från. Se tipsruta nedan!

2. Identifiera vilka som nås av ert stöd eller er service idag

Vilken grupp möter ni idag? Vilka tar del av stöd och service idag? Skiljer sig denna grupp från gruppen som ni identifierat ovan? På vilket sätt?

3. Undersök hur den grupp ni når idag upplever kommunikationen med er

Förstår de informationen? Är informationen tillgänglig? Vet de vem de skall vända sig till om de inte förstår? Ni behöver inte samla in mängder med underlag. Gör istället små stickprov för att få en ökad förståelse för hur målgruppen upplever kommunikationen.

4. Identifiera varför vissa personer/grupper inte nås av ert stöd eller er service

Lista de individer och grupper som inte nås av er idag. Varför tror ni att de inte tar del av stöd och service? Vet de inte om att de har rätt till en specifik service? Har de svårt att förstå hur de ska söka stöd? Saknar de den tillit som behövs? Identifiera olika förklaringar till varför ni inte når vissa grupper.

5. Hur kan ni nå fler målgrupper?

Välj ut minst en grupp ni inte når i nuläget från listan och fundera på hur ni kan nå just denna grupp. Hur kan ni utforma information på ett mer tillgängligt sätt? Hur kan ni skapa kontakt med personer ur denna grupp? Hur kan ni arbeta långsiktigt och hållbart med små insatser?

Det finns mycket bra tillgänglig statistik på www.scb.se som kan ge er en uppdaterad bild av egenskaperna hos er befolkning. Förutom ålder och kön, kan man se utbildningsnivå, sysselsättning m.m. I vissa fall kan det även finnas kompletterande statistik via www.kolada.se



Tips

Lycka till!