

Fra idé til handling

- en miniguide til at få jeres projekt til at ske i handling

TIETGENT
FOND

De fleste projekter begynder på papiret med en intention om at gøre en positiv forskel. Men at tage et projekt fra papir til praksis sker ikke af sig selv. Det kræver hårdt arbejde, fokus og ikke mindst: Handling. Med denne miniguide kan I hente inspiration til, hvordan I giver jeres projektidé ben at gå på hos målgruppen - så idé omsættes til effekt i praksis.

Jeres projekt skaber forandringer hos målgruppen

Uanset om I ønsker at fremme brugen af jeres unikke viden i industrien, øge grundskoleelevers interesse for håndværk eller inspirere til mere spændende brobygning på erhvervsskolerne, så ønsker I at skabe en effekt. Det vil sige en positiv forandring hos jeres målgruppe, som altså skal gøre noget nyt eller ændre den måde, man gør tingene på i dag. Men hvordan?

En stærk vision og idé er første skridt, og med en plan for, hvordan I fremmer og forstærker ny adfærd, bliver jeres projekt stærkere i praksis. En ny adfærd hos jeres målgruppe vil skubbe jeres projekt fra idé til handling og gøre det til en succes. Det gode råd er at gøre jeres plan for adfærdsændringen så konkret og specifik som muligt.



Husk at selv den største idé kræver, at nogen tager det første skridt, og at gode liv begynder med gode spørgsmål. Brug tjeklisten nedenfor til at stille de spørgsmål, der kan tage jer fra gode idéer på papiret til konkrete handlinger.

Her følger 7 tommelfingerregler til at få handling i projekter samt en tjekliste med 8 spørgsmål, ethvert projekt bør kunne besvare.

Tommelfingerregler, I kan bruge for at få jeres projektidé til at blive til handling:

1. Gulerod slår pisk:

Vi mennesker motiveres af det gode og konstruktive. Vi vil have gulerødder frem for pisk. Så overvej, hvilke gulerødder jeres projekt tilbyder målgruppen.

2. Social slår solo:

Vi mennesker er sociale væsener. Når vi skal ændre adfærd, gør vi det gerne sammen med andre mennesker. Overvej, hvordan I gør ny adfærd social.

3. Lethed slår motivation:

Når det kommer til at påvirke menneskelig adfærd, vil lethed næsten altid trumfe motivation. Imens vores motivation svinger op og ned i løbet af dagen, vil vi i næsten alle valg vælge de nemmeste løsninger.

4. Småt slår stort:

Vi mennesker kan godt lide at sætte os store mål – og det er godt. Men når det handler om at omsætte idéer til ny adfærd, er det gift for jeres forandring. Her skal man i stedet starte småt. Derfor kan I med fordel overveje, hvad den mindste mulige handling er, for at man kan komme i gang med jeres projekt.

5. Omgivelser slår oplysning:

Det er ikke altid viden, der fører til ny adfærd. Faktisk bruger vi mennesker for det meste vores omgivelser til at træffe beslutninger og foretage handlinger. Hvis I vil ændre menneskers adfærd, skal I ændre på deres omgivelser, netop dér hvor I vil have dem til at gøre noget nyt.

6. Ude slår inde:

Vi mennesker er skabt til et liv i bevægelse ude på savannen. Det lyder banalt, men skal vi have målgruppen til at gøre noget nyt, kan I med fordel få dem ud i det fri.

7. Timing slår altid:

Vi mennesker påvirkes af tiden. Når vi taler forandringer og ændring af adfærd, vinder god timing altid. Det betyder, at der er meget at vinde på nøje at overveje, hvornår på året, måneden, ugen eller dagen I vælger at lancere jeres projekt. Overvej hvornår jeres målgruppe er mest modtagelig for jeres forandring.

TJEKLISTE

- Hvad er det, I vil forandre med jeres projekt?
- Hvad kræver den forandring i ændring af adfærd hos målgruppen?
- Har I været ude i virkeligheden og spå om, hvordan ny adfærd kan ske, og hvad der kan forhindre den?
- Hvad har I af idéer om målgruppen?
- Hvad gør ny adfærd indlysende, attraktiv, let og givende at gøre?
- Har I en timing for lancering af jeres projekt?
- Hvilke kompetencer har I for at arbejde med adfærdsændring?
- Har I en plan for at fastholde og forankre ny adfærd over tid?