



Mikrokampagner med effekt

Målrettede mikrokampagner for forbedret adfærd med stor målbar effekt



Gitte Marcussen

Seniorkonsulent
T: +45 2761 3922
E: gima@niras.dk

Mikrokampagner skaber bedre adfærd

En mikrokampagne er en kortvarig målrettet indsats - ofte af 3 ugers varighed - med formålet at skabe en bedre adfærd.

Den igangsættes efter en commitment hos ledelse og aktører, hvor roller og opgaver er klart defineret for aktørerne i kampagnen.

Kampagnens 3 faser

En mikrokampagne består af 3 faser:

- Planlægning / forberedelse
- Kampagneperiode
- Afslutning / evaluering

Drejebog

En drejebog gør det nemt at planlægge og gennemføre en mikrokampagne. Drejebogen er klargjort til fastlæggelse af mål, formål, ansvar, roller m.v. for aktørerne i mikrokampagnen.

Emner i en kampagne

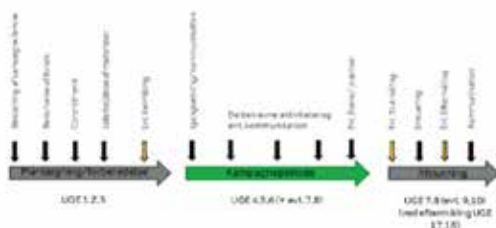
Emnerne i en mikrokampagne kan være mangeartede - fx kemi, færdsel, synlighed, risikovurdering -, og den kan gennemføres for en klart defineret målgruppe på fx hele virksomheden, i en bestemt afdeling eller hos en afgrænset målgruppe fx medarbejdere i samme jobfunktion.

NIRAS JOBLIFE har undervist i konceptet og bistået til en lang række mikrokampagner, så der er mange inspirationsmaterialer til brug for aktørerne.

Erfaring for effekt

Effekten af indsatsen måles nemt ved en før-, efter og slut-evaluering med udgangspunkt i fastsatte målbare mål.

NIRAS JOBLIFE har 10 års erfaringer med konceptet, som viser målbare resultater både lige efter en kampagne, men også ved måling efter yderlig en periode.



CASES

Odense Marcipan og Bæchs Conditori, som er en del af den norske Orkla-koncern, har arbejdet med mikrokampagner som værktøj for at reducere antallet af arbejdsulykker.

Læs mere om indsatsen på nirasjoblife.dk