

Tre idéer för att utveckla din resultatpresentation

Här finner du tips för hur du kan utveckla dina resultatpresentationer med hjälp av målgruppsanpassning, kvalitetssäkring och storytelling.

Målgruppsanpassning

Presentera informationen utifrån invånarnas behov

Nedan finner du sex tips på kommunikationsstrategier som ger förutsättningar för god förståelse av resultatmaterial hos invånare.

1. Skapa information och bilder som inkluderar flera grupper i samhället
2. Kommunicera i kanaler som når fram (där målgrupperna finns)
3. Ha en lättförståelig och intresseväckande design
4. Kommunicera på mottagarens språk (undvik förvaltningspråk)
5. Ha med innehåll mottagaren är intresserad av
6. Relatera innehållet till invånarnas vardag

De sex tipsen kan med fördel användas som underlag för kommunikationsplanering.

Kvalitetssäkring

Kvalitetssäkra presentationen – testa på invånare

För att kunna förstå hur invånare utanför förvaltningen uppfattar resultatpresentationen kan man med fördel låta olika typer av invånare ge respons på materialet. Inkludera kvinnor, män, äldre, unga, personer med olika etnicitet samt funktionsnedsatta.

Testningen kan göras i form av exempelvis en gruppintervju/fokusgrupp. Materialet kan vara en redan färdig presentation (t.ex. förra årets) eller en som ännu inte är färdig. Lämplig utgångspunkt kan vara att låta deltagarna reflektera kring vad som är bra, vad som behöver förbättras, vad som är svårt och vad som skapar intresse. Resultatet kan sedan bilda underlag för förbättringar.

Storytelling

Skapa mening ur mått med berättelser

För människor som till vardags inte arbetar med abstrakt material kan det vara svårt att skapa mening ur siffror och tabeller. Här kan ett tips vara att som komplement till diagrammen ställa det siffrorna står för i relation till invånarnas liv. På så sätt skapas en mer konkret bild av det resultat som de abstrakta siffrorna visar.

Mening ur mått kan man enkelt skapa genom att befolka måtten med berättelser. Ett sätt att göra det på är att arbeta med storytelling, det vill säga enskilda personers berättelser om händelser på en plats, ett annat är att göra mer journalistiska reportage.

Skillnaden mellan berättelser och reportage

Berättelser utgår från händelser enskilda personer varit med om på en plats. De handlar inte om åsikter eller kommentarer om en verksamhet generellt. I reportage däremot kan man utgå från både enskilda händelser och t.ex. projekt eller aktiviteter och även koppla det till intervjuer med ansvariga chefer/politiker.

För båda formerna är det bra att i möjligaste mån utgå från invånarnas berättelser, inte medarbetarnas. Detta kan skapa en känsla av relevans och ger potentiellt ökat intresse hos invånare.

Kommuntidningen – en möjlighet för resultatpresentation

De flesta kommuner har redan en kommundidning som sänds ut till alla hushåll. Ett lätt sätt att presentera KKiK-resultat för invånarna kan därför vara att arbeta med storytelling eller reportage i kommundidningen utifrån det resultaten visar.

Några exempel

- Flera aktörer inom ideell sektor arbetar med berättelser i sina årsredovisningar. Ett exempel är [Barncancerfonden](#).
- Storytelling/reportage hittas även i kommundidningar. Ett exempel är Helsingborgs [Vår stad 2014](#).

Här finns röster från både invånare och ledare, kommunen visar vad skattepengarna går till, har små faktarutor kring vilka satsningar som görs, berättelser om invånare, faktarutor med nyttoinformation, intresseväckande informativ grafik och korta nyheter. Tidningen har inte inkluderat KKiK-resultat men är ett exempel på intresseskapande kommunikation i kommundidning utifrån invånarperspektivet.

- Hylte har gjort [KKiK-reportage kring goda exempel](#) från lyckade satsningar. Dessa återfinns även integrerade med fler KKiK-resultat i deras [årsredovisning 2014](#).