|  |  |
| --- | --- |
| **Aktivitet** | ***[Namn på aktiviteten]***  ***Planeringsskede och uppföljning*** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ansvarig** | *[Namn på den som ansvarar för genomförandet]* | |
| **Bakgrund och syfte** | *[Beskriv bakgrund, syfte, nytta med aktiviteten]* | |
| **Tidplan** | *[Start-slut; ev. avstämningar]* | |
| **Resurser** | *[Beskriv de resurser som behövs för åtgärdens genomförande både i form av tid och pengar]* | |
| **Övergripande mål** | *[Beskriv övergripande mål med aktiviteten. Utgå från att målet ska vara Specifikt, Mätbart, Accepterat, Realistiskt och Tidsbundet. På vilket sätt bidrar projektet till klimatneutrala Karlstads övergripande mål* | |
| **Delmål** | *[Beskriv delmål för aktiviteten)* | |
| **Målgrupper** | **Direkt målgrupp:** | **Indirekt målgrupp:** |
| *[Beskriv förväntad direkt målgrupp vars beteende projektet försöker ändra]* | *[Beskriv förväntad indirekt målgrupp (ex. företagsledning som behöver godta åtgärden till den direkta målgruppen )]* |
| **Tjänster/Aktiviteter riktade mot målgruppen som tillhandahålls av projektet** | *[Beskriv vad ni gör mot målgruppen (t.ex. besöka företag, erbjuda prova på aktiviteter, kampanjer, utbildning etc.)*  *Tjänster avser det som projektledaren gör och/eller inför. ]* | *[Beskriv vad ni gör mot målgruppen (t.ex. information om ny tjänst, information om vinster etc.)] Glöm inte att ha en plan för den indirekta målgruppen – vilken information ska de ha och när, vilka beslut ska de ta, hur de kan användas för att nå målen, hur de kan jobba vidare efter avslutad aktivitet, osv* |
| **Erbjudanden (vad förväntas målgruppen göra i form av ändrat beteende)** | *[Beskriv vad det är ni förväntar er att målgruppen ska börja göra, förändra, förbättra (t.ex. börja resa med buss till arbetet)* | *[Beskriv vad det är ni förväntar er att målgruppen ska börja göra, förändra, förbättra (t.ex. ta fram en åtgärdsplan, ge acceptans för genomförandet)] Glöm inte att ha en plan för den indirekta målgruppen – vilken information ska de ha och när, vilka beslut ska de ta, hur de kan användas för att nå målen, hur de kan jobba vidare efter avslutad aktivitet, osv* |

*Text i kursiv stil avser hjälptexter och exempel.*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Val av Analysnivåer, mål, indikatorer och resultat** | | | | | | |
| **Metod** | | **Metod** | **Metod** | **Metod** | **Metod** | **Metod** |
| **Bakgrund** *(bakomliggande förhållanden och egenskaper hos den grupp som är i fokus för projektet)* | | | | | | |
| Y | Yttre faktorer *(identifiera yttre faktorer som kan påverka resultatet av projektet)* | *Ej tillämpbart* | *Politisk situation*  *Bensinpris*  *Pris på kollektivtrafik*  *Företagets placering* | *Statistik Intervju (lokal myndighet, företag) Platsundersökning* | *Datum* |  |
| P | Personrelaterade faktorer (som kan påverka resultatet av projektet) | *Ej tillämpbart* | *Byte av bostad Tillgång till kollektivtrafik Ny anställning Ändrade arbetstider Attityd och beteende Ålder och kön Värderingar* | *Enkät Intervju med projektdeltagare* | *Datum* |  |
| **Tjänster/Aktiviteter** *Tillhandahålls av projektet, tjänster avser det som projektledaren gör och/eller inför.* | | | | | | |
| A | Projektaktiviteter (Tjänster) | *Locka fler till kollektivtrafik genom kampanj (möten, distribuerat material, införda datasystem, beslut om resepolicy, kostnader)* | *Antal utskick Antal annonser Antal infomöten* | *Dokumentation* | *Datum* |  |
| B | Kännedom om tjänst | *80 % har sett kampanjen* | *Antal som sett kampanjen* | *Enkät* | *Datum* |  |
| C | Användning av tjänst | *70 % tar till sig kampanjen* | *Antal* | *Enkät* | *Datum* |  |
| D | Nöjdhet med tjänst | *70 % gillar kampanjen* | *Reaktion på kampanj* | *Enkät* | *Datum* |  |
| **Erbjudanden** *Är det beteende som projektet syftar till att få människor att byta till. Erbjudandet avser det som den direkta målgruppen för satsningen förväntas göra.* | | | | | | |
| E | Acceptans av erbjudande | *20 % kan tänka sig att prova kollektivtrafik* | *Antal som registrerar sig* | *Dokumentation* | *Datum* |  |
| F | Test av erbjudande | *5 % provar kollektivtrafik* | *Antal testresenärer* | *Dokumentation* | *Datum* |  |
| G | Nöjdhet med erbjudande | *75 % av testresenärerna är nöjda med kollektivtrafikresandet* | *Upplevelse av testreandet* | *Enkät* | *Datum* |  |
| **Effekter** (huvudresultaten av projektet med avseende på nya attityder och beteenden, och systemeffekter som uppnås genom ett ändrat beteende) | | | | | | |
| H | Långsiktiga attityder och beteende | *50 % av testresenärerna åker kollektivt ett år efter kampanjen* | *Antal som åker kollektivt av test-resenärerna* | *Enkät* | *Datum* |  |
| I | Systemeffekter | *Minskade utsläpp av CO2*  *Minskad trängsel i rusning*  *Förbättrad folkhälsa* | *Utsläpp av CO2*  *Upplevd trängsel*  *Upplevd hälsa* | *Beräkning*  *Enkät* | *Datum* |  |
|  | Övriga effekter och nyttor som projektet har gett upphov till | *Beskriv erhållna mervärden som är svåra att mäta eller inte har kunnat förutspås.* | | | | |
|  | Lärdomar | *Vad blev bra? Vad blev inte så bra?* | | | | |