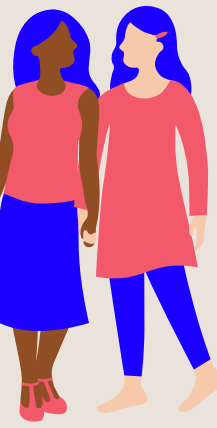
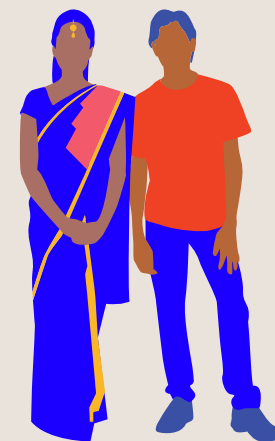
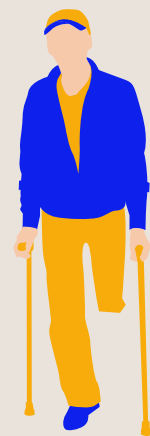
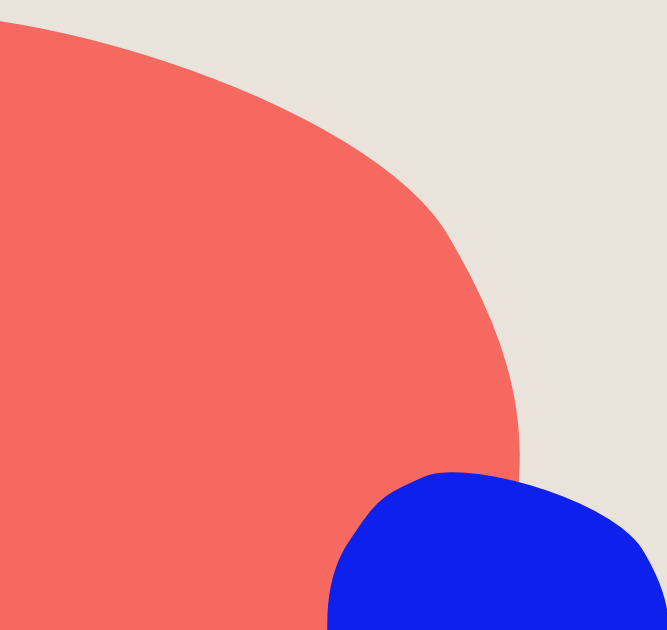
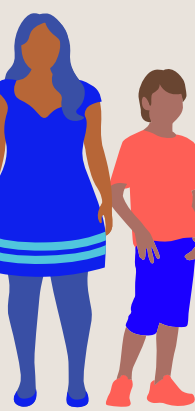


# THE SOCIAL FEW



# CHECKLISTA

Inkluderande kommunikation



# Checklista Inkluderande kommunikation

## Perspektiv

- Gör en perspektivundersökning på dig och ditt team. Identifiera vilka (grundläggande) perspektiv ni har i de olika teamen som arbetar med kommunikation och uttag.

## Bias

- Gör Harvard's bias test [Project implicit](#). Alla har fördomar - det är viktigt att identifiera sina för att kunna säkra att de inte påverkar kommunikationen och inte minst - för att motarbeta dem.

## Målgrupp

- Ta fram svar på: Vilken målgrupp har ni hittills nått och aktiverat?
- Ta fram svar på: Vilken målgrupp har hittills **inte** nått och aktiverat?
- Ta fram svar på: Målgruppen ni inte nådde - likar deras perspektiv de ni saknade?
- Ta fram en strategi för hur ni ska nå målgruppen. Tips! Inkludera experter i framtagning av strategin. Ett plus om de dessutom har andra perspektiv än de ni redan har.

## Innehåll

- Undersök: vilka syns i vårt visuella uttag? Och inte.
- Säkra att det inte finns en skev maktfördelning i bild. Ex. vem är aktiv? Vem är passiv? Varför?
- Identifiera risker för stereotypisering i era uttag och undvik dem.
- Säkra att ni har en bred representation i det visuella uttaget
- Säkra att ni har en bred representation bland personer i produktionslinjen

## Uppföljning - data

- Håll koll på det kampanjdata som genereras under det kommunikativa uttaget. Ett systematiskt och agilt arbetssätt i analysen ökar ofta insatsens precision.
- A/B testa under resans gång. Det blir då enklare att förstå hur kommunikation har fungerat i respektive målgrupp.
- Undersök: Har kommunikationen varit relevant för målgruppen?
- Undersök: Hur väl presterar den kommunikativa insatsen vad det gäller konvertering? Innan dess - identifiera vad konvertering innebär för er kommunikation.
- Viktigast av allt att undersöka: Vilken mätbar reell påverkan har gjorts och utifrån vilket perspektiv? Ex. ökning av kvinnor som genomför mammografi ,eller annat kopplat till huvudsyftet av er kommunikation. Det behöver inte vara kopplat till era konverteringsmål.



# Om oss

## The Social Few

Vi är en insiktsdriven tillväxtbyrå med digital spetskompetens som arbetar för ett inkluderande näringsliv och samhällen.

Vårt fokus ligger på vår målgrupp och våra metoder: minoritetsgrupper och minoritetsperspektiv och data-drivna metoder.

### Dialoger och digitala aktiveringar

Genom egenutvecklade metoder gör vi målgruppsanpassade undersökningar, analyser samt digitala dialoger och aktiveringar bland den fjärdedel av svenska befolkningen som många pratar om men inte med.

Vårt arbetssätt är digitalt, iterativt och inkrementellt med fokus på att lösa reella utmaningar på ett mätbart sätt. Våra kunder är idag flertalet myndigheter, kommuner och ideella organisationer.

Du hittar oss på



David Khabbazi  
Vd & medgrundare The  
Social Few  
Medgrundare Perspetivo  
david@thesocialfew.com



Suzan Hourieh Lindberg  
Vd Perspetivo  
Medgrundare The Social Few  
suzan@perspetivo.com



Zilan Lawan  
Affärsutvecklingschef &  
medgrundare The Social Few  
zilan@thesocialfew.com

