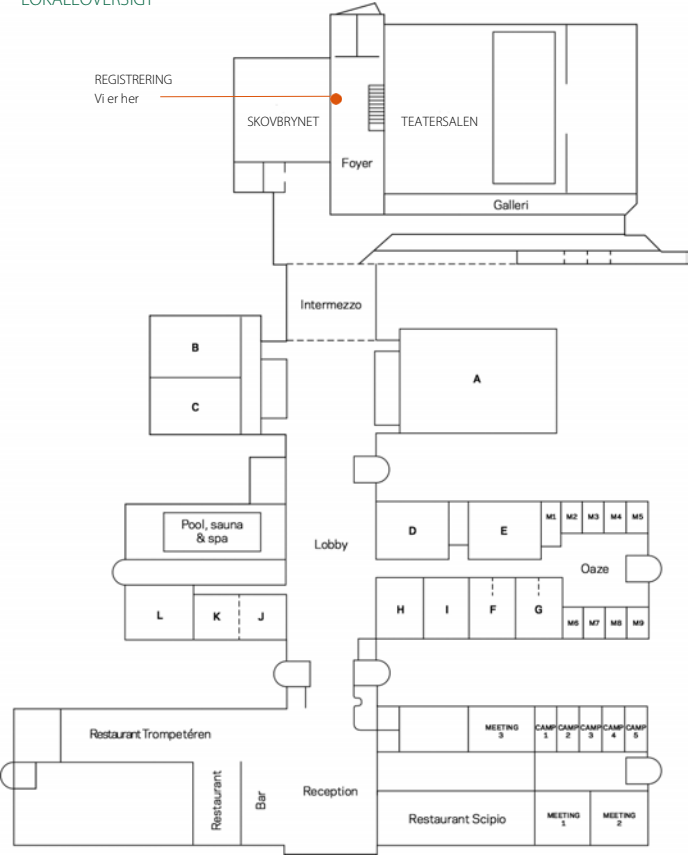


Velkommen til Temamøde 2019



COMWELL KOLDING

LOKALEOVERSIGT



Program

- 17.40 Livsfaser & Idræt
v/ Louise Byg Kongsholm, adm. direktør, pei gruppen
- 19.00 Hvordan adfærd påvirker golfklubbens evne til at
rekruttere medlemmer? v/ Maja Holm, Bevæg dig for livet
- 19.25 Hvordan bliver vi flere medlemmer? v/ Jonas Meyer, DGU
- 19.40 Workshop I – Rekruttering i golfklubben
- 20.10 Hvordan løser vi junior-problematikken? v/ Jonas Meyer, DGU
- 20.25 Workshop II - Juniorer
- 21.00 Tapas buffet
- 21.30 Overrækkelse af Santanders Talentudviklingspriser 2019
v/ Ib Lynge, Santander Consumer Bank & Tuula Undall, DGU's bestyrelse
- 21.45 Overrækkelse af sølvnål



BEVÆG
DIG FOR
LIVET

Temamøde DGU

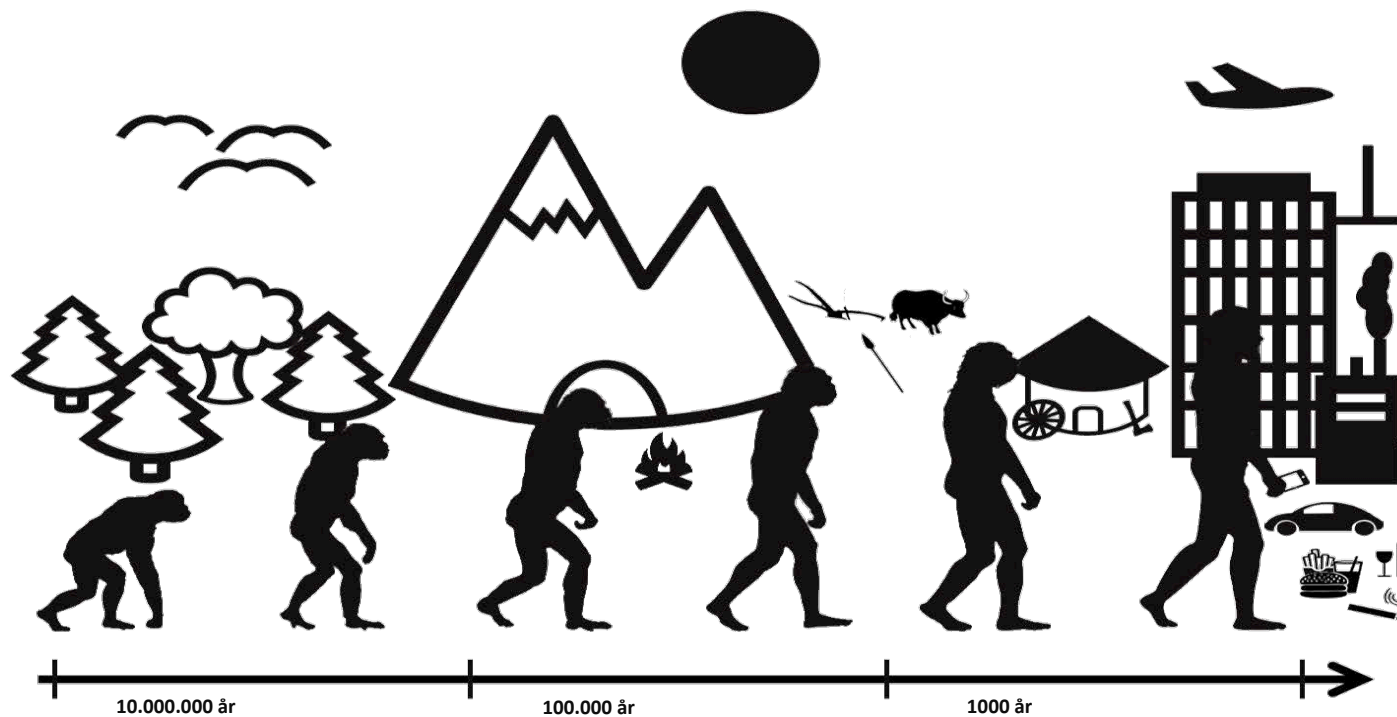
Adfærdsdesign – som metode til at skabe
forandring

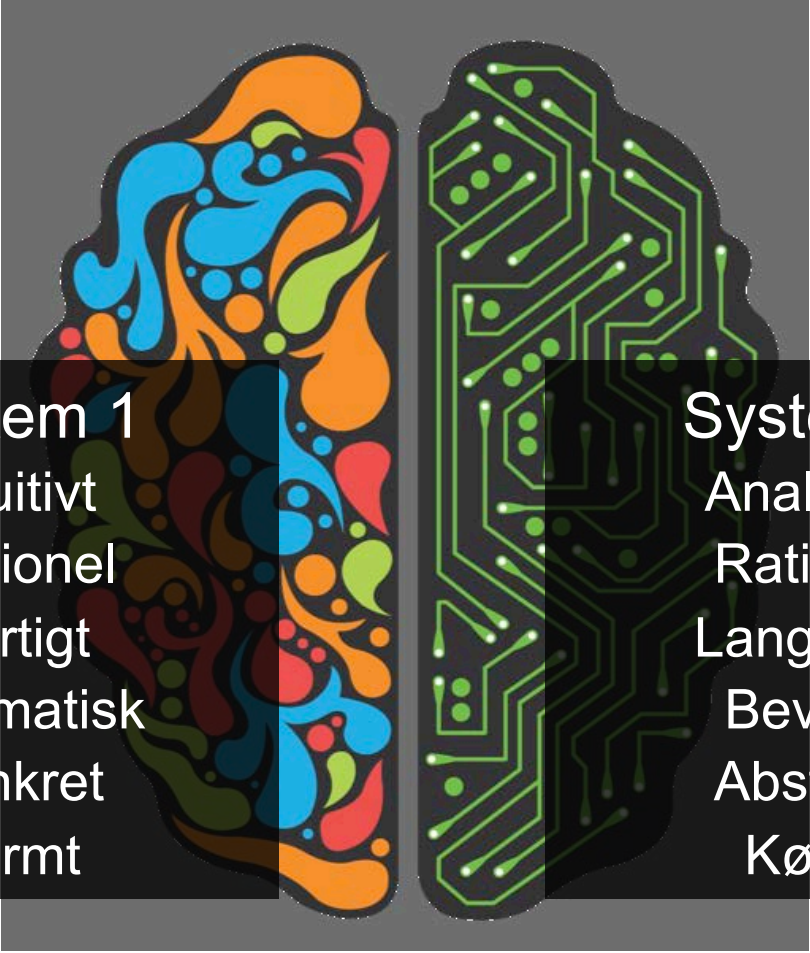
BEVÆG
DIG FOR
LIVET

Adfærdsdesign

Fra intention til handling – back to basics

Mennesket er ikke logisk, men psykologisk, Eller:
BIO-logisk





System 1

Intuitivt
Irrationel
Hurtigt
Automatisk
Konkret
Varmt

System 2

Analytisk
Rationel
Langsomt
Bevidst
Abstrakt
Køligt

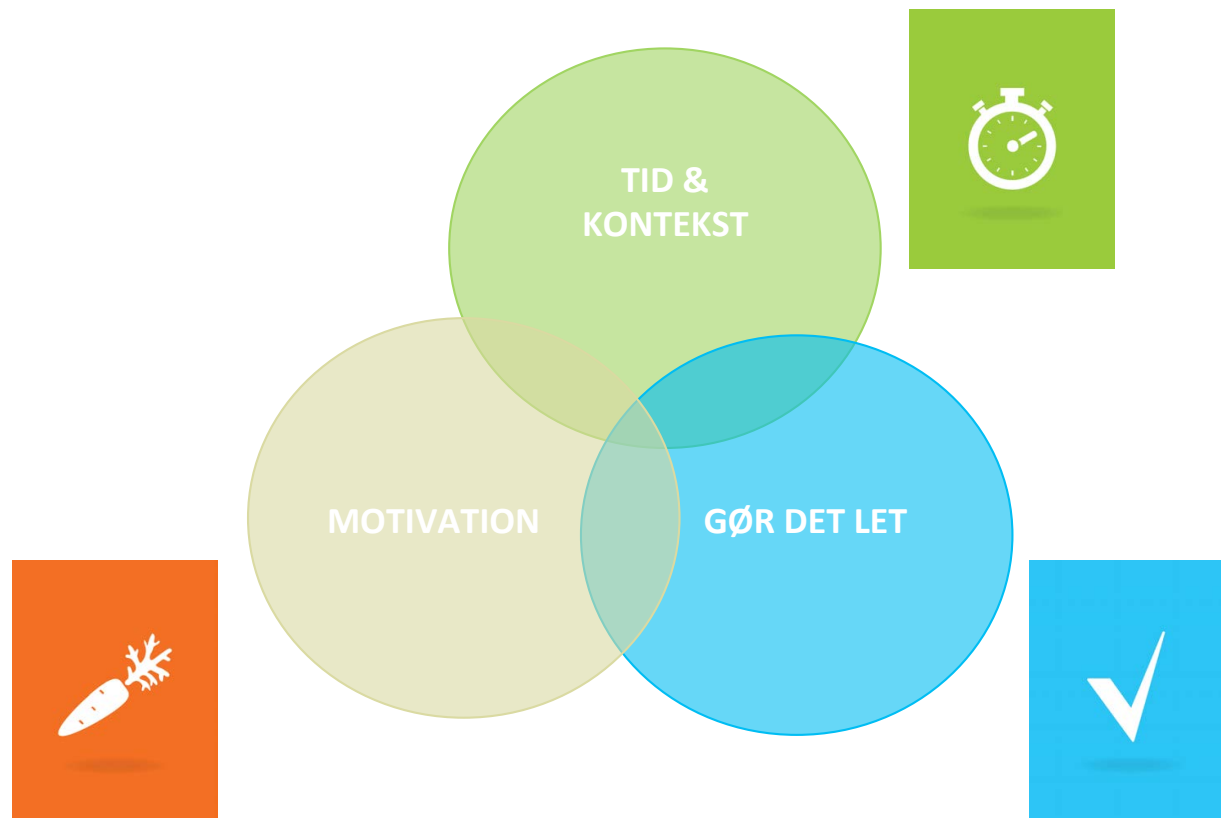
Aben

Jakkesættet

Adfærdsprincipper – og værktøjer

**BEVÆG
DIG FOR
LIVET**

Adfærdsprincipperne



Lethed

BEVÆG
DIG FOR
LIVET

<nr.>

Lethed: Et-kliks-skilsmisse

- Stigning på 14,4 procent.

**Enigt folketing siger ja:
Slut med lynskilsmisser
for børnefamilier**

Ægtepar med børn skal fremover vente tre måneder med at blive skilt.

Lethedsprincipper

LETHED

#23
Gør det let

Adfærdsviden
Vi er tilbøjelige til at udskyde eller ignorere ting, der virker svære at udføre.

Adfærdsdesign

- Gør det første skridt så nemt som muligt at tage.
- Tænk i små skridt – så virker handlingerne mere overskuelige at gennemføre.

LETHED

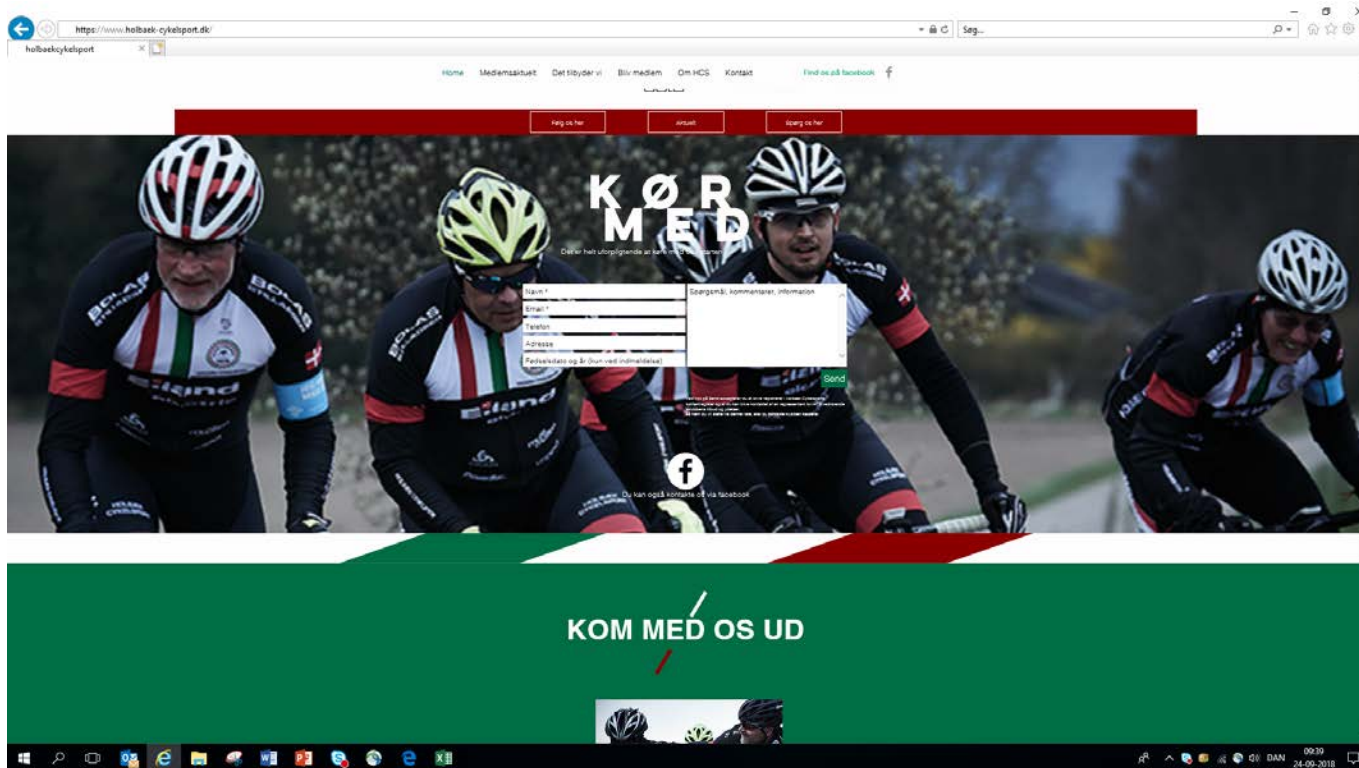
#31
Aktivér relationer

Adfærdsviden
Vi har lettere ved at træffe valg, hvis folk tæt på os siger, at det er en god idé eller oplevelse.

Adfærdsdesign

- Foreslå eksisterende medlemmer, at de skal tage en ven med til næste træning.
- Gør det let ved at give medlemmerne materiale, de kan dele. Lav f.eks. en folder, en SMS eller et Facebook-opslag, som let kan deles i egne netværk.

#23 Gør det let (at tage det første skridt)



LETHED

#23

Gør det let

Adfærdsviden

Vi er tilbøjelige til at udskyde eller ignorere ting, der virker svære at udføre.

Adfærdsdesign

- Gør det første skridt så nemt som muligt at tage.
- Tænk i små skridt – så virker handlingerne mere overskuelige at gennemføre.

#31 Aktivér relationer

- Når medlemmer skaffer medlemmer...



LETHED

**BÆVÆG
DIG FOR
LIVET**

#31
Aktivér relationer

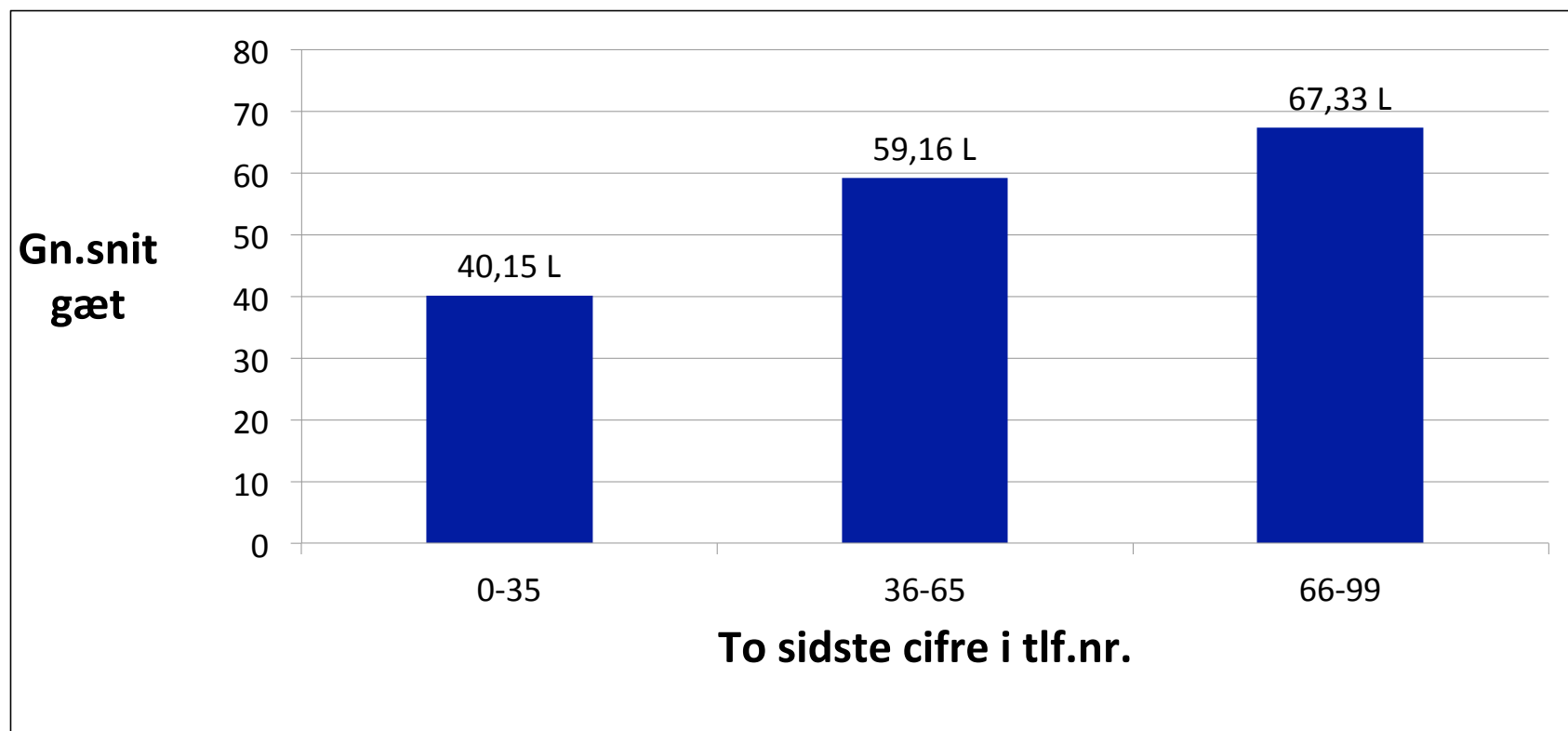
Adfærdsviden
Vi har lettere ved at træffe valg, hvis folk tæt på os siger, at det er en god idé eller oplevelse.

Adfærdsdesign

- Foreslå eksisterende medlemmer, at de skal tage en ven med til næste træning.
- Gør det let ved at give medlemmerne materiale, de kan dele. Lav f.eks. en folder, en SMS eller et Facebook-opslag, som let kan deles i egne netværk.

Tid og kontekst

Kontekst afgør adfærd



Tid og kontekst-principper

TID OG KONTEKST BEVÆG DIG FOR UDDET

#5
Følg op

Adfærdsviden
Vi har tit mange gode intentioner om at handle, men vi får sjældent fulgt op på dem alle.

Adfærdsdesign

- Tag ansvar for opfølgning.
- Sæt opfølgning i system.
- Gør opfølgningen så personlig som mulig.

TID OG KONTEKST BEVÆG DIG FOR UDDET

#13
Skab anledninger

Adfærdsviden
Vi skal ofte have et lille skub, hvis vi skal ændre noget i vores hverdag. Derfor er det mere sandsynligt, at vi prøver noget nyt, hvis der er en anledning til det.

Adfærdsdesign

- Skab anledninger for målgruppen for at hjælpe handlingerne på vej.
F.eks. ved at invitere til 'introdag', 'prøvetime', 'opstartshold' og lignende.
- Sørg for at gøre det tydeligt, at anledninger er for målgruppen.

#5 Følg op

Sammen om et aktivt Danmark - bevæg dig for livet

Tryk Fonden · YS&B · DGI · DIF · ODP

SES VI IGEN?

Tusind tak for, at du deltager i vores arrangement.

Vi håber meget på at se dig igen. Hvis du skriver dit navn, din mail og/eller dit telefonnummer, så kontakter vi dig med forslag til deltagelse i træning eller opstartstilbud.

BEVÆG DIG FOR LIVET

Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:
Navn:	Email:

Alle kontaktoplysninger bliver udelukkende brugt til at videreformidle information og agende træninger eller opstartstilbud og bliver ikke formidlet videre til tredjepart. For yderligere info om, hvad vi bruger dine oplysninger til, så skriv eller ring til foreningen.

TID OG KONTEKST

#5
Følg op

Adfærdsviden
Vi har tit mange gode intentioner om at handle, men vi får sjældent fulgt op på dem alle.

Adfærdsdesign

- Tag ansvar for opfølgning.
- Sæt opfølgning i system.
- Gør opfølgningen så personlig som mulig.

BEVÆG DIG FOR LIVET

13 Skab anledninger

Åbent Hus - Golfens Dag

Kom til Åbent Hus i Horsens Golfklub

Vi inviterer alle interesserede til at besøge vores pragtfulde golfanlæg.

Kom og se alle vore faciliteter, klubhus, øvebaner m.m. og prøv at slå til "den lille runde", både på træningsanlægget og på banen, hvor erfarne klubmedlemmer og trænere står klar til at hjælpe dig. Vi stiller udstyr til rådighed.

Kom til åbent hus:

Søndag d. 28. april kl. 10-13

Arrangementet varer ca. 3 timer og vi starter kl. 10.00.

Program:

- Velkomst
- Træning i at slå bolde
- Spil på banen
- Information i caféen, hvor vi er vært ved en forfriskning



TID OG KONTEKST

BEVÆG
DIG FOR
UDET

#13

Skab anledninger

Adfærdsviden

Vi skal ofte have et lille skub, hvis vi skal ændre noget i vores hverdag. Derfor er det mere sandsynligt, at vi prøver noget nyt, hvis der er en anledning til det.

Adfærdsdesign

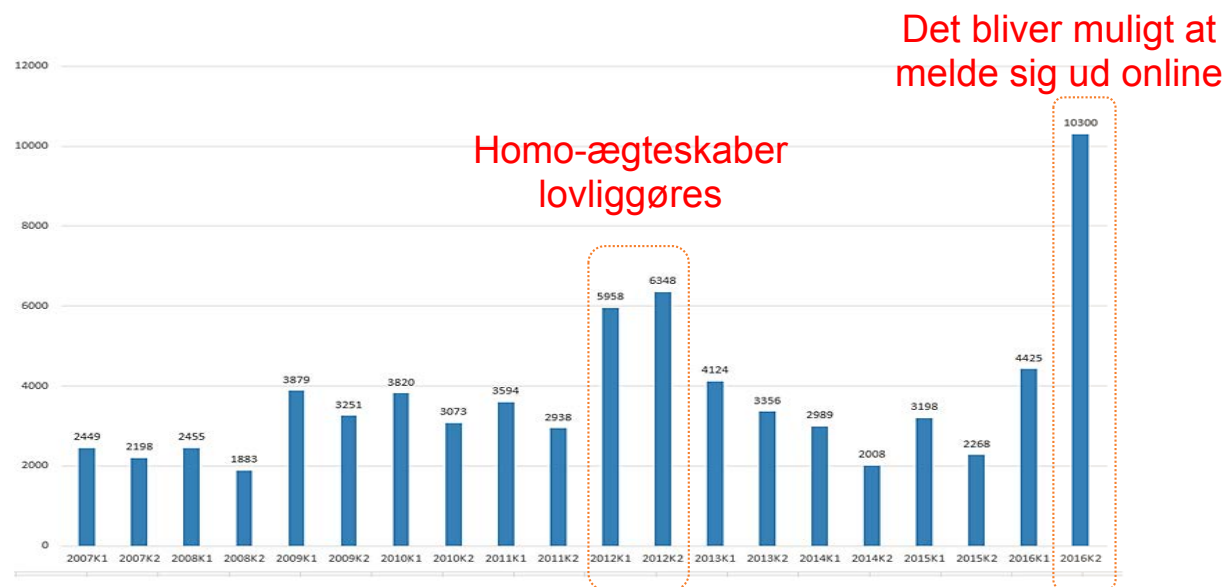
- Skab anledninger for målgruppen for at hjælpe handlingerne på vej.
F.eks. ved at invitere til 'introdag', 'prøvetime', 'opstartshold' og lignende.
- Sørg for at gøre det tydeligt, at anledningerne er for målgruppen.

Motivation

BEVÆG
DIG FOR
LIVET

<nr.>

MOTIVATION: (LETHED SLÅR HOLDNING)



Motivationsprincipper

MOTIVATION BEVÆG DIG FOR LIVET

#14
Anvend spejling

Adfærdsviden
Vi har nemmere ved at forholde os til andre, når de ligner os selv.

Adfærdsdesign

- Sørg for, at målgruppen kan genkende sig selv i budskaber og indsatser.
- Brug billeder og videoer, der ligner målgruppen.

MOTIVATION BEVÆG DIG FOR LIVET

#15
Forpligt målgruppen

Adfærdsviden
Vi er mere tilbøjelige til at føre handlinger ud i livet, når vi har forpligtet os til dem.

Adfærdsdesign

- Få forpligtelse fra målgruppen i form af mundtlig eller skriftlig aftale.
- Mind målgruppen om deres egne tidligere forpligtigelser.
- Sørg for, at det altid er muligt at vise interesse, f.eks. på Facebook, ved at kunne tilmelde sig eller interessere sig for en begivenhed.

#14 Anvend spejling

- Afspejl målgruppen!



MOTIVATION

#14
Anvend spejling

Adfærdsviden
Vi har nemmere ved at forholde os til andre, når de ligner os selv.

Adfærdsdesign

- Sørg for, at målgruppen kan genkende sig selv i budskaber og indsatser.
- Brug billeder og videoer, der ligner målgruppen.

#15 Forpligt målgruppen



AUG. 4. Introduktionsforløb til golf
Offentligt · Organiseret af Varde Golfklub og Tranberggolf / Golfstore Varde

★ Interessert ✓ Deltager

🕒 Søndag den 4. august 2019 kl. 10.00-12.30

📍 Varde Golfklub
Gellerupvej 111B, 6800 Varde, Ribe, Denmark [Vis kort](#)

👤 Arrangeret af Varde Golfklub
Svarer normalt inden for få timer [Send besked til organisator](#)

🎫 Billetter
www.vardegolfklub.dk [Find billetter](#)



MOTIVATION BÆVÆG DIG FOR LIVET

#15 Forpligt målgruppen

Adfærdsviden
Vi er mere tilbøjelige til at føre handlinger ud i livet, når vi har forpligtet os til dem.

Adfærdsdesign

- Få forpligtelse fra målgruppen i form af mundtlig eller skriftlig aftale.
- Mind målgruppen om deres egne tidligere forpligtelser.
- Sørg for, at det altid er muligt at vise interesse, f.eks. på Facebook, ved at kunne tilmelde sig eller interessere sig for en begivenhed.

Tjekliste adfærdsdesign

**BEVÆG
DIG FOR
LIVET**

Små skridt af gangen



- **Tænk i mikrohandlinger!**

Barrierer hindrer adfærdsændringer

- Det er ofte personlige barrierer, der spærrer vejen for en adfærdsændring.

Brug tid på at finde dem, og tal ind i dem!



Tal til aben!



Copyright © /KL.7

Hvad er status på flere medlemmer?



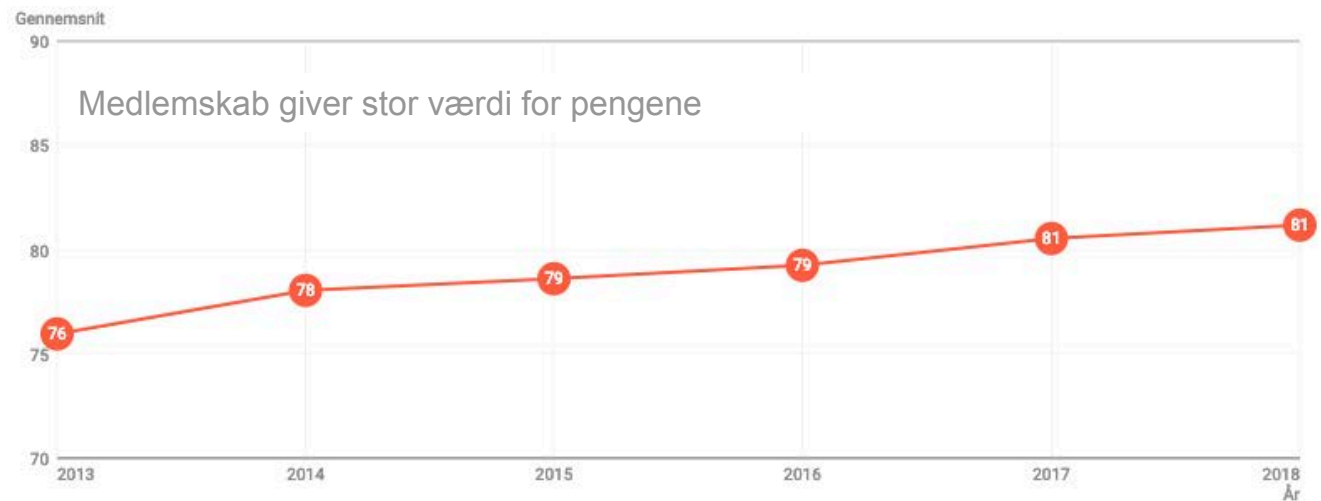
Hvad er status på flere medlemmer?

1. Ambassadørscore, loyalitet og tilfredshed har aldrig været bedre

Ambassadørscore

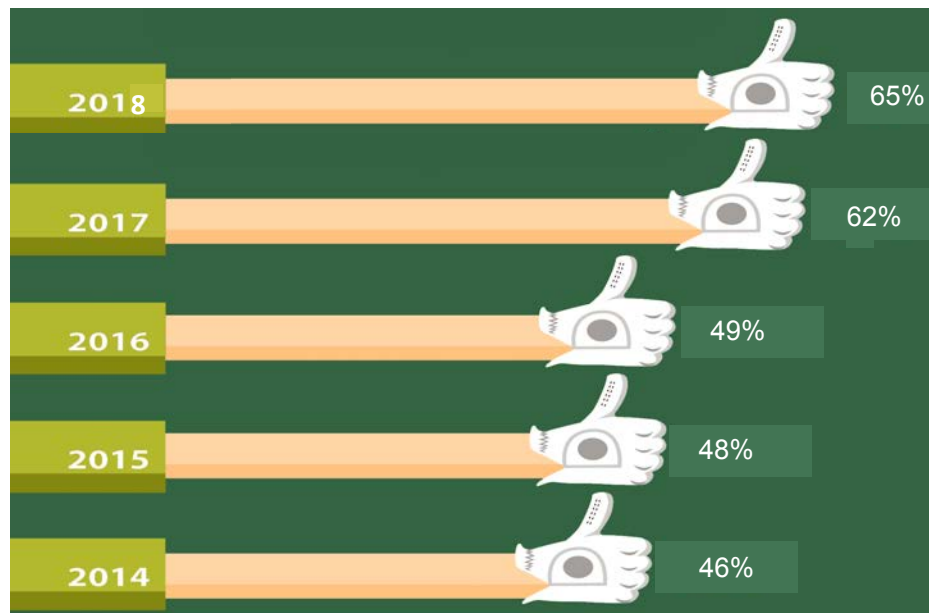


Medlem om to år



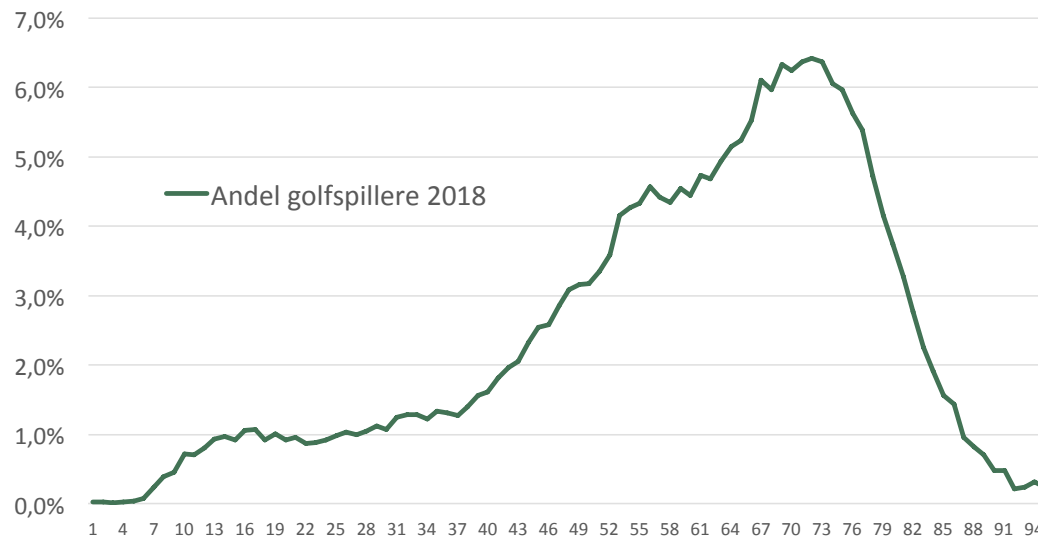
Hvad er status på flere medlemmer?

1. Ambassadørscore, loyalitet og tilfredshed har aldrig været bedre
2. Positiv udvikling i modtagelse og fastholdelse af nye golfspillere



Hvad er status på flere medlemmer?

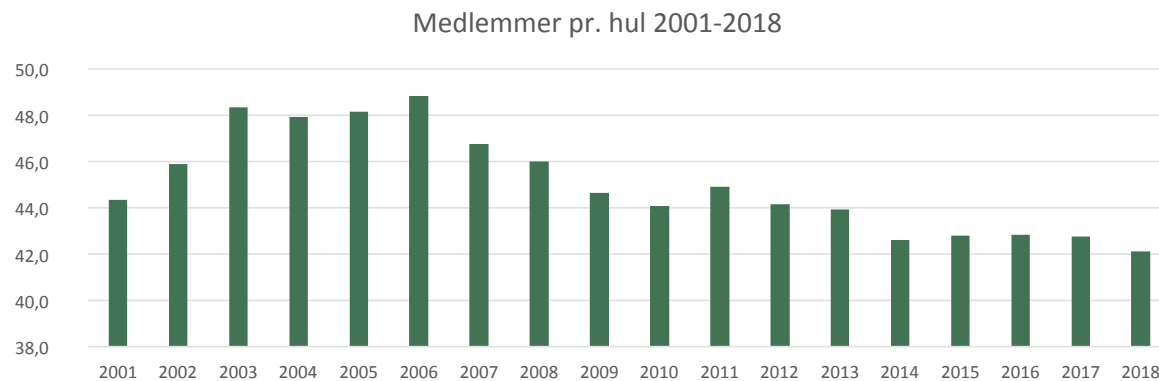
1. Ambassadørscore, loyalitet og tilfredshed har aldrig været bedre
2. Positiv udvikling i modtagelse og fastholdelse af nye golfspillere
3. Medlemssammensætning i forandring



- Kurven flytter mod højre
- Golfspillere starter senere i livet
- Færre juniorer (og forældre)

Hvad er status på flere medlemmer?

1. Ambassadørscore, loyalitet og tilfredshed har aldrig været bedre
2. Positiv udvikling i modtagelse og fastholdelse af nye golfspillere
3. Medlemssammensætning i forandring
4. Indtægtsgrundlaget mindre end tidligere



Perioden fra 2006 er yderligere ramt af:

- Indskud bortfalder
- Fald i Company Days / sponsorater
- Faldende greenfee priser
- Samlet fald i kontingenter

Hvad er status på flere medlemmer?

1. Ambassadørscore, loyalitet og tilfredshed har aldrig været bedre
2. Positiv udvikling i modtagelse og fastholdelse af nye golfspillere
3. Medlemssammensætning i forandring
4. Indtægtsgrundlaget er mindre

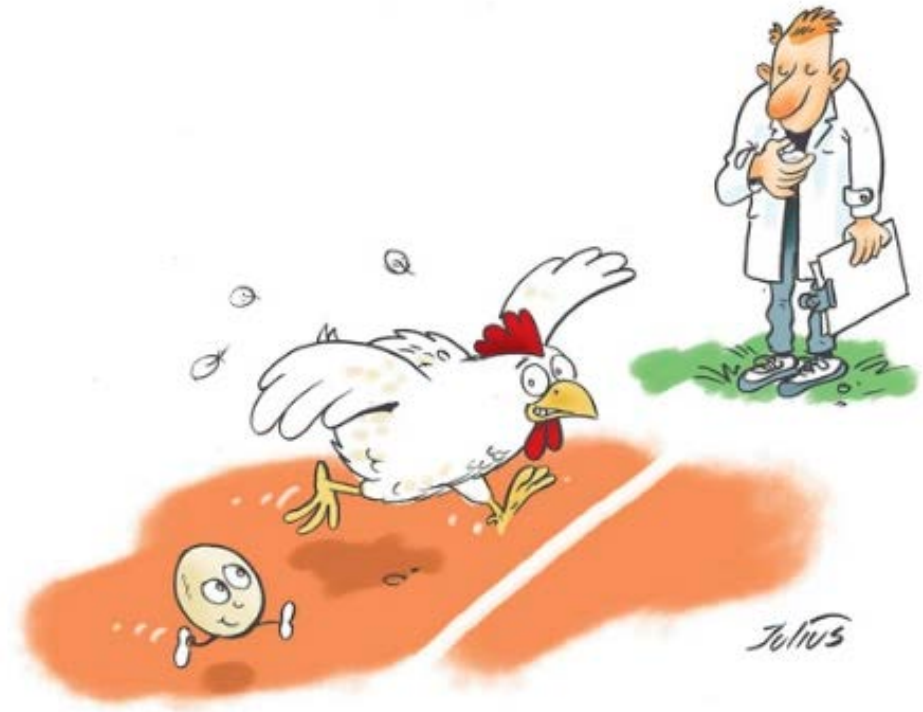
Fremtiden?

- Øget frafald grundet aldersudviklingen og samfundstendenser

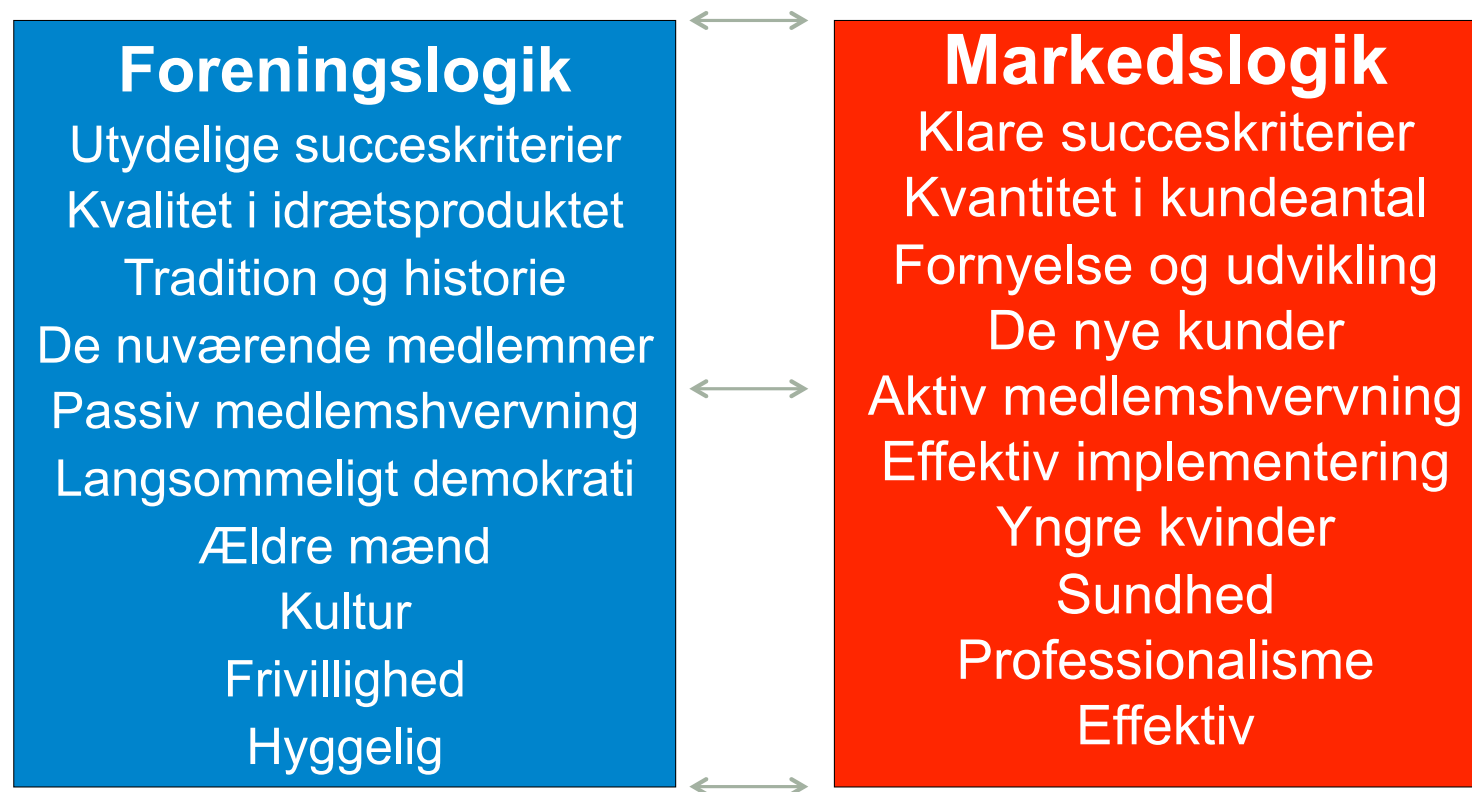


Hønen eller ægget?

Fastholdelse
eller
Rekruttering



Forening vs. kommerciel idræt

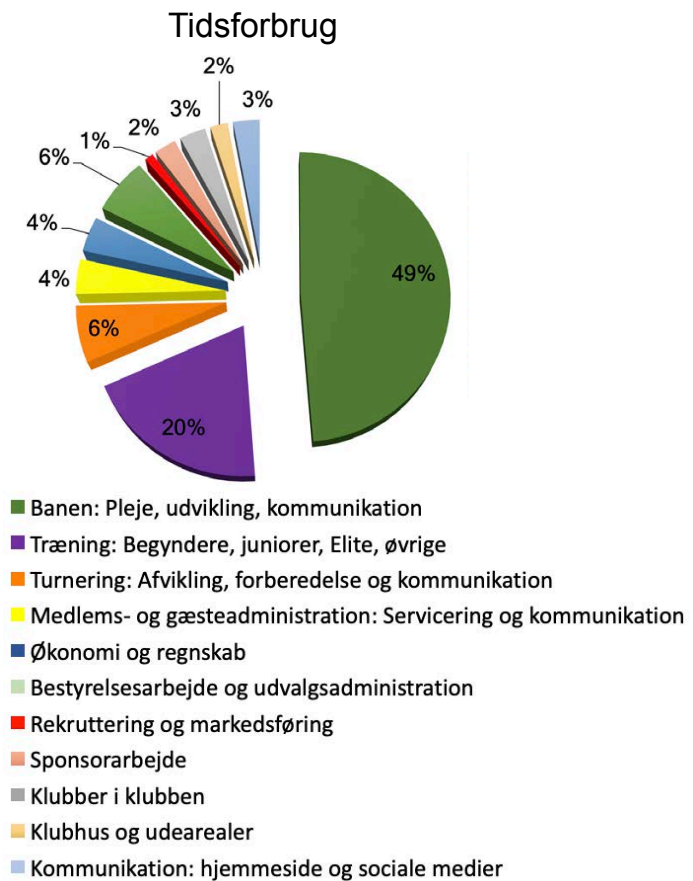


Kilde: DIF Analyse

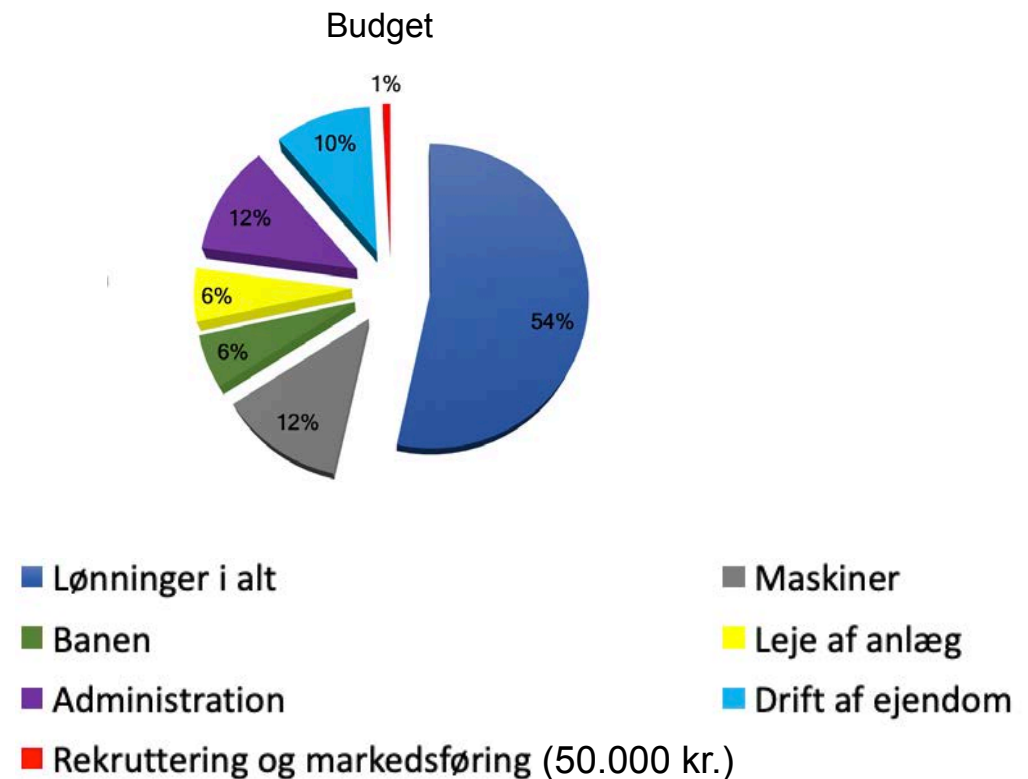
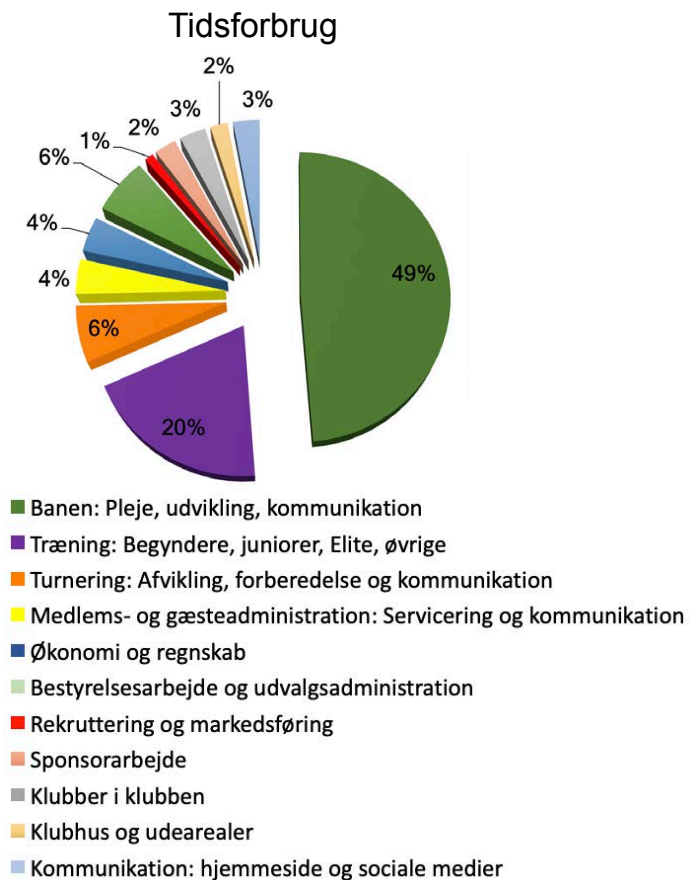
Tid i golfklubben



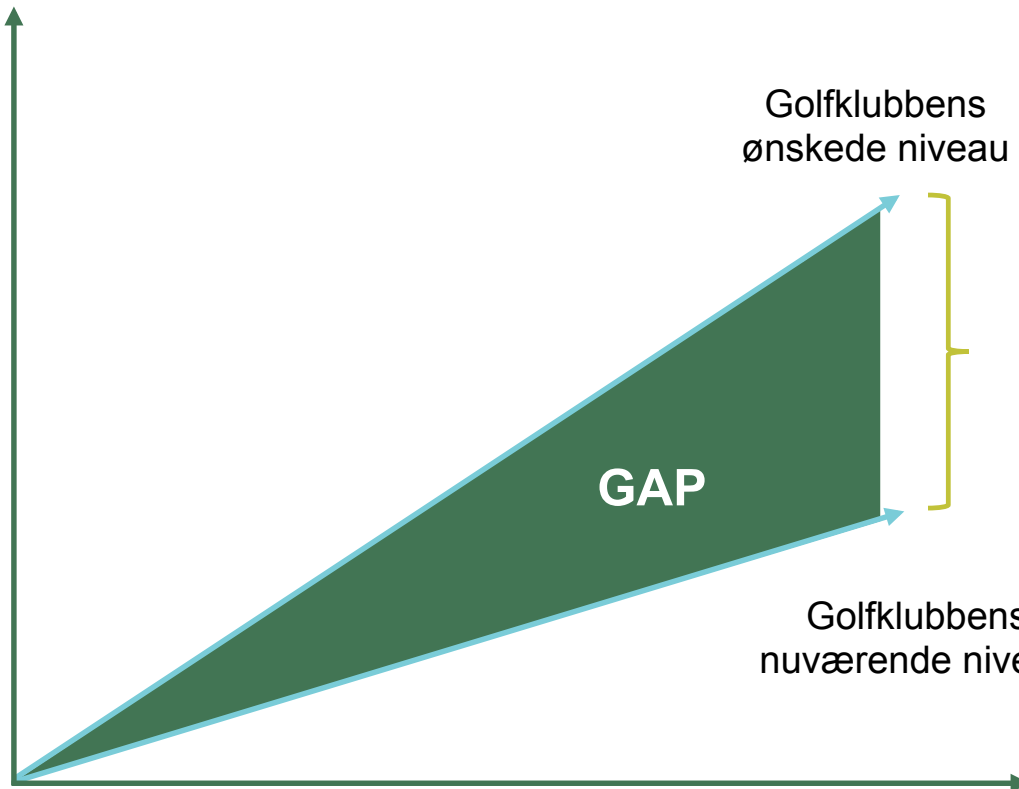
Tid i golfklubben



Tid og penge i golfklubben



Rekrutterings
Indsats



GAP

Golfklubbens
ønskede niveau

Golfklubbens
nuværende niveau

Adfærdsdesign

Hvad skal der til for at bringe golfklubben her til?

- Fokus
- Mål
- Organisering
- Tid
- Penge
- Planlægning

Hvad gør DGU?

Omprioritering af indsatser og aktiviteter

- Udviklingsforløb med fokus på rekruttering i 20 golfklubber
- Klubbesøg med fokus på rekruttering
- www.dgushop.dk
- Golfens Dag den 28. april 2019
- Spil med Dag den 18. august 2019
- Fra klub til klub

Starte en fælles forandringsproces

- Mere fokus, opmærksomhed og opfølgning på rekruttering
 - Mere tid og flere penge
-



Vi er blevet klogere

- Livsfaser, målgrupper og deres behov og barrierer
- Hvad som styrer vores egen og andres adfærd
- Vi **SKAL** have rekruttering til at fylde mere i golfklubben

Men hvad sker der når dagligdagen rammer?



BEVÆG
DIG FOR
LIVET

Workshop I

Hvordan arbejder vi med rekruttering i vores golfklub?

Proces

OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe: _____ Målsætning: _____

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:



Case for workshop

- Hvordan arbejder vi med rekruttering i vores golfklub?

Mål og målgruppe

- **Målgruppe**
Golfklubbens frivillige og ansatte
- **Målsætning**
Øge rekrutteringen med 50 procent i forhold til 2018



OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe:

Målsætning:

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfældsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Barrierer for målgruppen (=Jer selv)

- Vi har ikke tid!
- Der er ingen, der har opgaven, så vi får det ikke gjort



OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe: _____

Målsætning: _____

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Løsninger

- #15 Forpligtelse: Vi aftaler hvem, der skal stå for rekruttering
- #5 Følg op: Fast punkt 1 på vores dagsorden: Status på rekruttering

OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe:

Målsætning:

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:



Planlæg planen

- **Eksempel:**

Handling 1

- **Hvem:**
Søren
- **Hvad:**
Laver plan for rekruttering i klubben i 2019
- **Hvornår:**
Fremlægges på bestyrelsesmødet i juni

OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe:

Målsætning:

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:



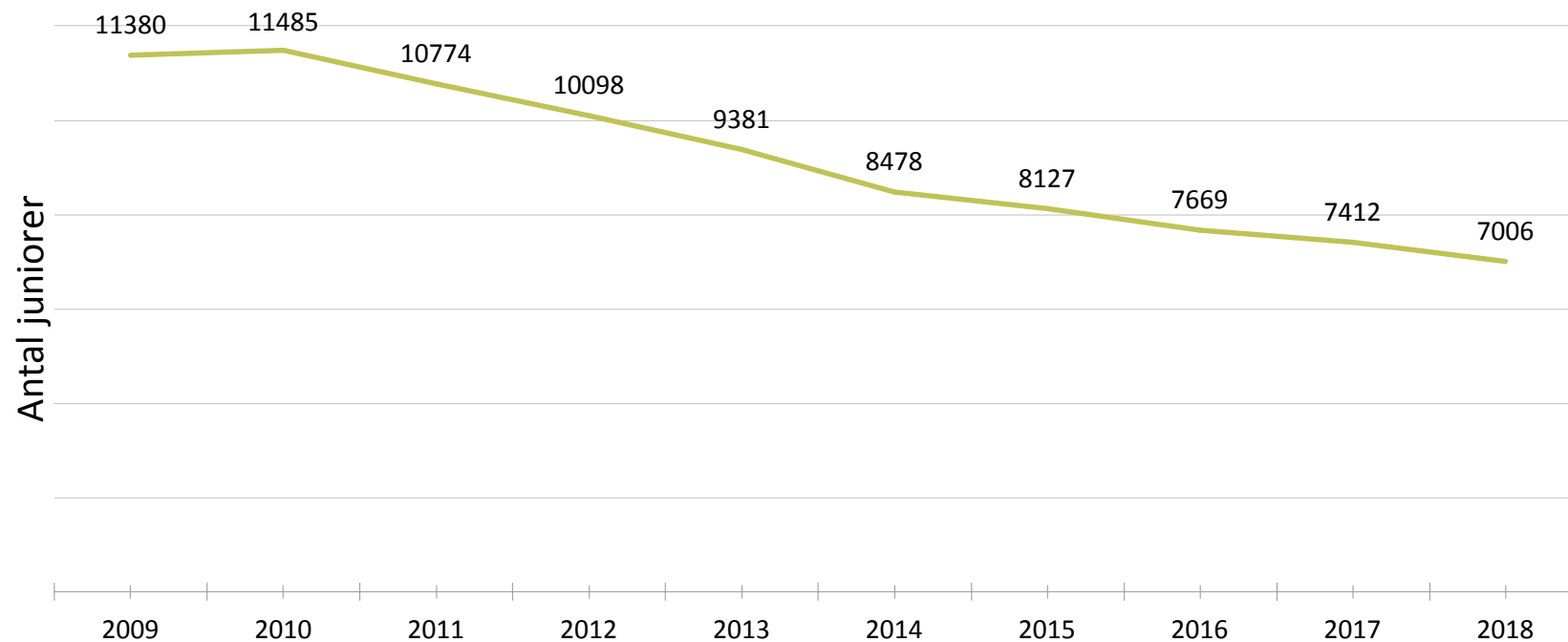
DANSK GOLF UNION

Spil med



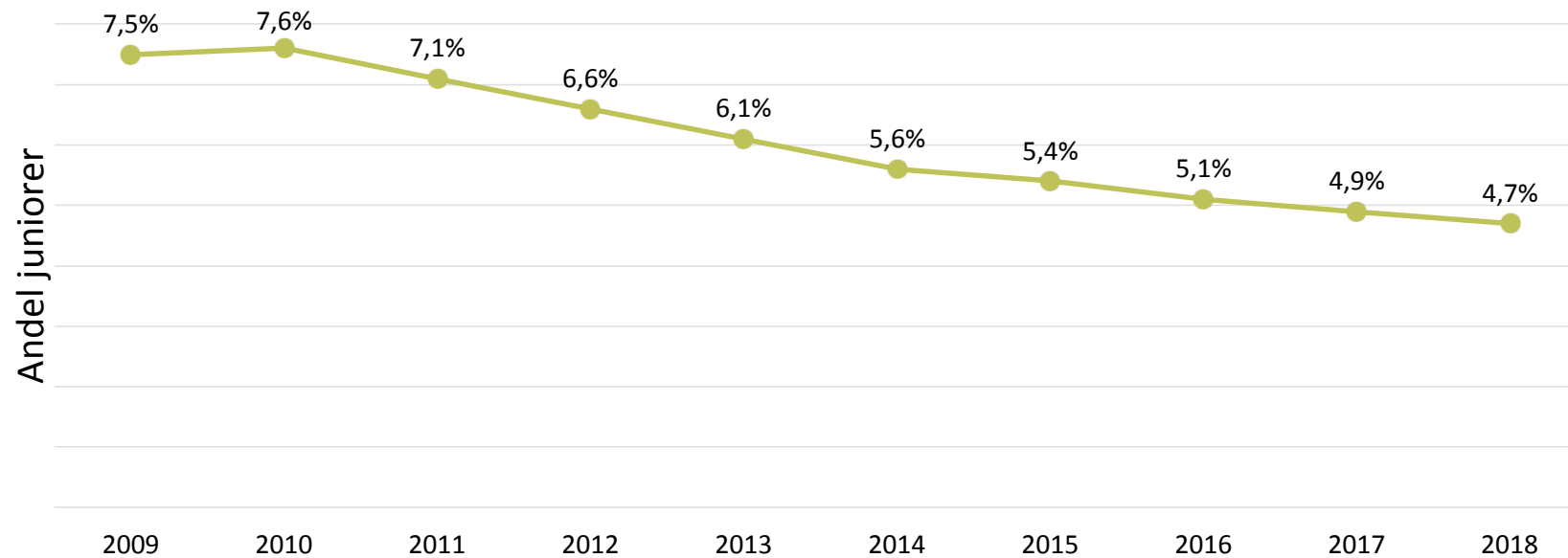
Hvad er status på juniorer?

1. Juniorudvikling i Danmark fra 2009 til 2018



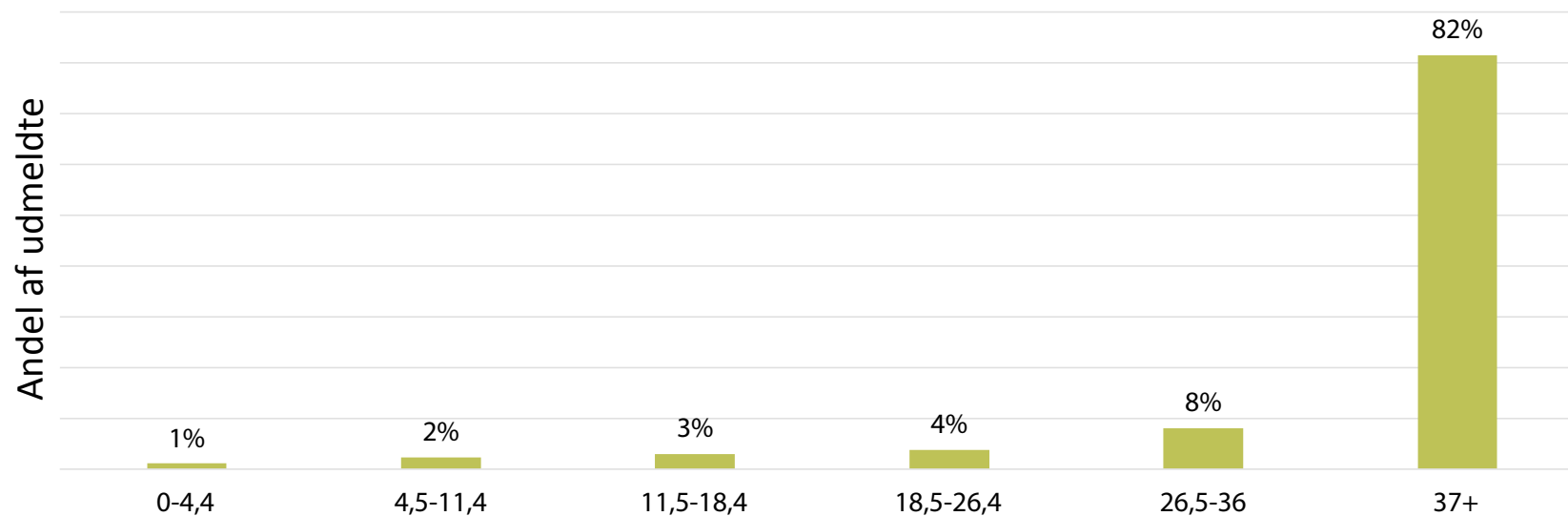
Hvad er status på juniorer?

1. Juniorudvikling i Danmark fra 2009 til 2018
2. Andelen af juniorer falder i Danmark



Hvad er status på juniorer?

1. Juniorudvikling i Danmark fra 2009 til 2018
2. Andelen af juniorer falder i Danmark
3. Fastholdelse - handicap ved udmeldelse



Træning, turneringer, aktiviteter og fokus

		Handicapgrupper						Total
Aldersgrupper		99-55	54-37	36-28,1	28-18,1	18-8,1	8 og ned	
	0-8	714	166	7	5	3	0	895
	9-12	1245	683	166	105	68	6	2273
	13-15	508	597	286	281	311	159	2142
	16-18	245	376	269	306	402	486	2084
	19-24	211	602	532	675	841	1017	3878
Total		2923	2424	1260	1372	1625	1668	11272



Hvad er vores produkt til juniorerne?

Juniortræning





Hvad er vores produkt til juniorerne?

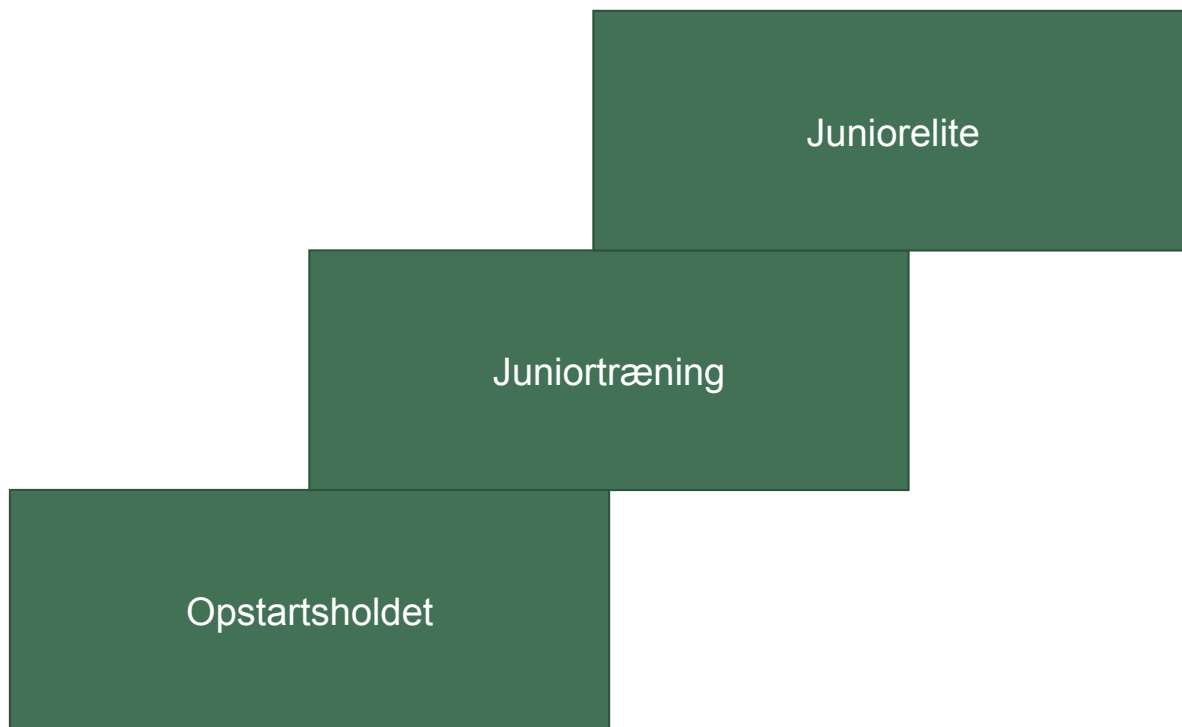
Juniorelite

Juniortræning





Hvad er vores produkt til juniorerne?





Opstartshold

- Børn fra 5 til 10 år
- Medlemskab som matcher at være helt ny golfspiller
- Drop ind og drop ud miljø
- Én fast ugentlig træning
- Frivillige trænere som er ansvarlige for "opstartsholdet", gerne sammen med klubbens trænere
- De betydningsfulde voksne som omdrejningspunkt
- Fokus på leg, grin, pjat og smil på læben
- Forældrerelation og involvering er afgørende



Derfor skal du komme til
golf i Korsør Golfklub!

En ledelsesopgave?



Bestyrelsens checkliste

1. Har vi et "opstartshold" – og fungerer det?
2. Har vi de rette betydningsfulde voksne?
3. Har vi et medlemskab til denne målgruppe?
4. Holder vi fokus på denne gruppe juniorer?
5. Gør vi noget for at rekruttere nye juniorer?



Hvad gør DGU for at blive flere juniorer?

Omprioritering af indsatser og aktiviteter

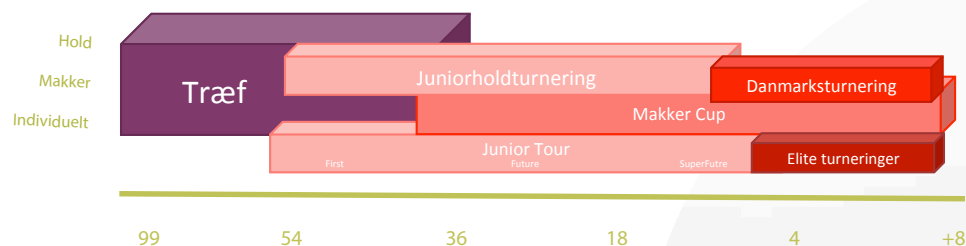
- Udviklingsforløb med fokus på opstartshold og rekruttering i 10 golfklubber
- Klubbesøg med fokus på opstartshold og rekruttering
- Sjov Sommergolf (tidligere Juniorugen)
- Landsseminar den 23. november 2019
- Fra klub til klub

Ny turneringsstruktur for 2020



Andel af spillere som har deltaget i en DGU turnering

		Handicapgrupper						Total
		99-55	54-37	36-28,1	28-18,1	18-8,1	8 og ned	
Aldersgrupper	0-8	3%	5%	14%	0%	33%	0%	4%
	9-12	6%	19%	43%	48%	53%	67%	16%
	13-15	5%	16%	34%	44%	66%	62%	30%
	16-18	0%	2 %	6%	16%	36%	48%	22%
	19-24	0%	0%	0%	2%	4%	21%	7%
Total		4%	10%	15%	17%	26%	33%	16%



Ny struktur

- Implementeres (først) i 2020
- Udviklet i samarbejde med interessenter i dansk juniorgolf og afprøver koncepter i 2019
- Individuelt-, makker- og holdspil til alle målgrupper
- Indbygget progression for niveau og alder
- Træffællesskab er et samarbejde mellem 6-7 lokale golfklubber



BEVÆG
DIG FOR
LIVET

Workshop II

Nye medlemmer

Proces

OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe: _____ Målsætning: _____

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

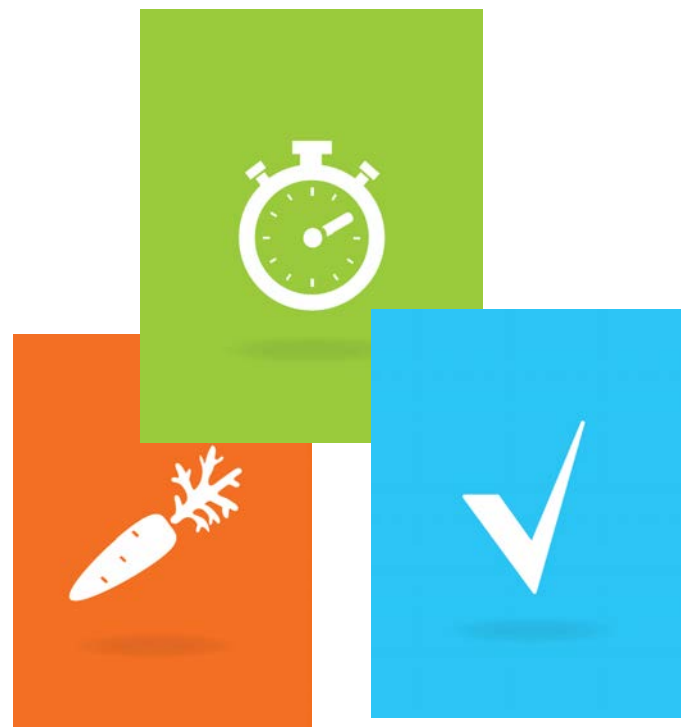
Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:



Case for workshop

- Flere juniorer i klubben

Mål og målgruppe – husk videotesten

- **Målgruppe**
Juniorer mellem 5 og 12 år
- **Målsætning**
15 nye juniorer i klubben i 2019



OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe:

Målsætning:

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfældsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:

Hvem:

Hvornår:

Handling 2

Hvad:

Hvem:

Hvornår:

Handling 3

Hvad:

Hvem:

Hvornår:

Handling 4

Hvad:

Hvem:

Hvornår:

Handling 5

Hvad:

Hvem:

Hvornår:

Handling 6

Hvad:

Hvem:

Hvornår:

Barrierer for målgruppen (=forældrene)

- Hvad kræver det at starte til golf?
- Lille Anders kender jo ikke andre i klubben!



OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe: _____

Målsætning: _____

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Løsninger

- #31 Aktiver relationer: Vi gør vores eksisterende juniorer til ambassadører og giver dem noget, de kan give deres venner
- #15 Gør det let: Vi fortæller forældrene tydeligt på vores hjemmeside, hvad det kræver/ikke kræver at starte til golf

OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe:

Målsætning:

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:



Planlæg planen (=jer selv)

- **Eksempel:**

Handling 1

- **Hvem:**

Bente

- **Hvad:**

Opdaterer klubbens hjemmeside, så den taler ind i junior-målgruppens barrierer

- **Hvornår:**

Færdig til sæsonstart

OVERORDNET CASE

DANSK GOLF UNION
Spil med

Målgruppe:

Målsætning:

Barrierer (Hvilke forhindringer er der for målgruppen for at nå målet?)

Løsninger (- der tager afsæt i adfærdsdesign og mindsker barriererne)

Udarbejd planen (Hvilke handlinger sætter vi i gang, hvem gør det og hvornår?)

Handling 1

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 2

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 3

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 4

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 5

Hvad:
Hvem:
Hvornår:

Handling 6

Hvad:
Hvem:
Hvornår:



Spørgsmål?

BEVÆG
DIG FOR
LIVET