

Spredning og formidling av prosjektrresultater

Margrete Søvik og Anja Jasinski Kandal-Wright



01

Litt bakgrunn



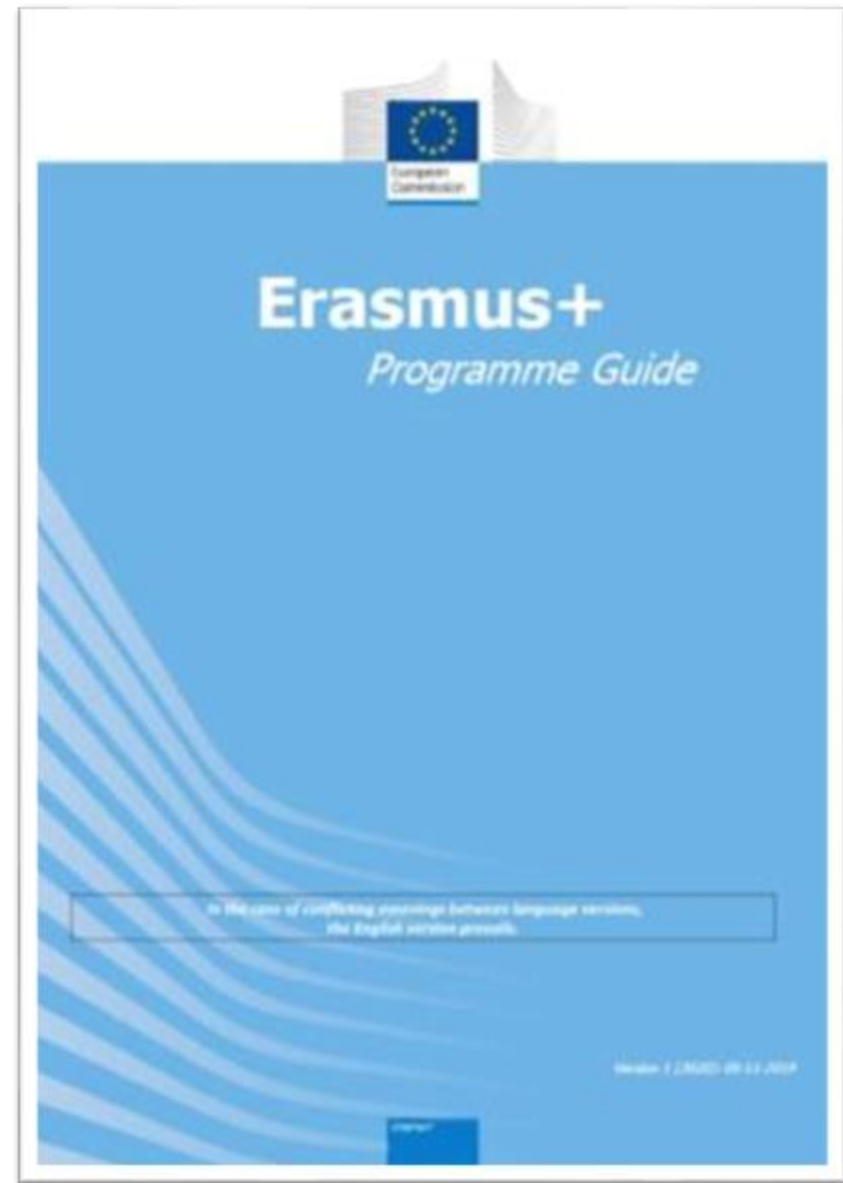
Hvorfor snakker vi så mye om effekt?

- Henger sammen med EUs overordnede prioritering: bidra til å løse **store samfunnsutfordringer**
- Finner dette igjen i de fire gjennomgående **prioriteringene** i Erasmus+: digitalisering, bærekraft, inkludering og aktivt medborgerskap
- Ønsker **effekt** utover de som deltar i prosjektene



Hva står i programguiden?

- Les programguiden og utlysningen nøye
- Her finner du hva Europakommisjonen **forventer** av deg, og hvilke **forpliktelser** du har med hensyn til kommunikasjon, formidling og bruk av resultater





**Et enkelt prosjekt forventes ikke å
skulle løse alt alene – men alle
kan bidra til *noe*.**

02

Effekt og spredning



Definisjon av spredning

Spredning forstås som målrettet formidling fra prosjektet til relevante målgrupper med hensikt å bidra til utvikling og forbedret praksis ved egen og andre institusjoner. Hva som spres kan variere, avhengig av prosjektets mål. Det kan være erfaringer, innsikter, faglig innhold, praksiser eller produkter.

Mål: oppnå virkning



Hvordan spre prosjekresultater?

- Kjenn målgruppene og involver dem.
- Tilpass spredningsaktiviteter til egenskaper ved det som utvikles i prosjektet.
- Husk forankring og nettverk, og sørg for støtte fra ledelse og faglige nøkkelpersoner.
- Lag en spredningsplan, tenk på tid, ressurser og kompetanse.

Lag en plan!

- Hva er prosjektets resultater? Hva skal spres?
- Hvem skal resultatene spres til?
- Hvordan skal resultatene spres?
- Forutsetninger for spredning

Husk også!

- Ting tar tid og krever ressurser
- Jobb med budskapet
- Evaluer arbeidet med spredning i prosjektet

“The dissemination of an innovation – and this is not always understood – is an exercise in change and hence, requires an understanding of change strategies and the management of change.” (Elton, 2010)

The background of the slide features a photograph of three individuals, likely of Asian descent, engaged in a collaborative meeting. They are seated around a table, looking at documents or a screen. The image is partially obscured by a large, dark blue diagonal shape that serves as a design element. The overall color scheme is dominated by this blue and the muted tones of the photograph.

03

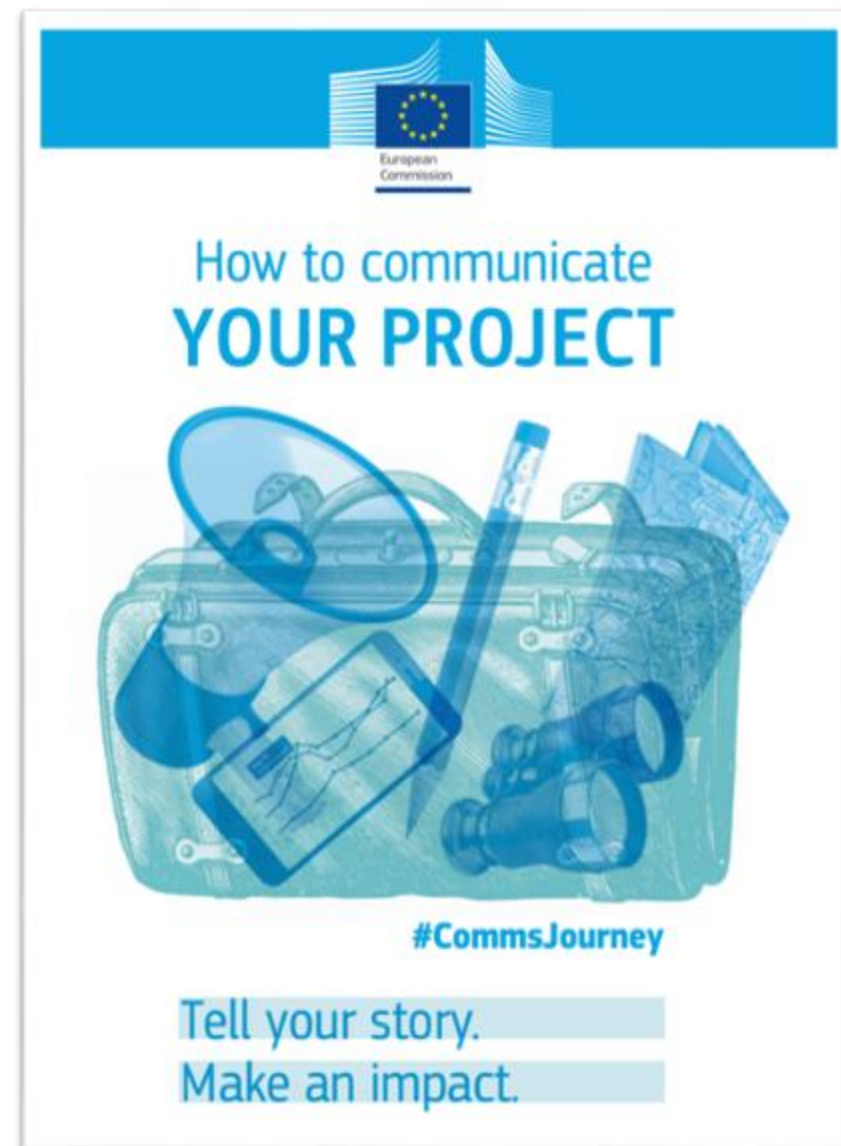
Kommunikasjon som verktøy

Hva er kommunikasjon?

- Kommunikasjon er et av verktøyene vi har for å oppnå målene våre
- Kommunikasjon skal føre til en endring hos målgruppene – holdning, kunnskap eller atferd
- Ressurser:
 - [How to communicate your project. Tell your story. Make an impact.](#)
 - [Norsk versjon utarbeidet av Erasmus+ ungdom](#)

Steg for steg

- Planlegg
 - Les programguiden og utlysningen
 - Lag en plan – fra dag én
- Synliggjør prosjektet
 - Skap en visuell identitet
 - Bruk EU-emblemet
- Skriv historier om prosjektet
- Del resultatene fra prosjektet
 - Velg riktig kanal – husk prosjektdatabasen
- Evaluer



Og hva så?

- Kjenn målgruppen
- Spiss budskapet
- Det viktigste først



Historiefortelling som grep

- (ikke drep folk med bullet points)



04

Diskusjon



Spørsmål til diskusjon

- Hva har dere definert som resultater i deres prosjekter?
- Hva er de ønskede effektene av disse resultatene?
- Hvordan kan resultatene spres og formidles slik at effekten blir større?
- Gi innspill til hverandre – kom med tips og del egne erfaringer



**Takk for
oppmerksomheten!**

