Bostadspolitiskt forum 2021

[del 2]

Opinionsbildning

Hyresgästföreningen

Del 2: Opinionsbildning

Ofta när vi börjar jobba med en politisk fråga finns det ingen allmän opinion i frågan. Vi har därmed i utgångsläget inget tryck i att driva frågan politiskt. Om vi i det läget hoppar rätt på aktiviteter med syfte att påverka beslutsfattare är det lätt att vi inte blir lyssnade på. Den politiska bilden blir då att frågan inte är viktigt att jobba med för någon annan än oss.

Om vi däremot börjar med att informera medlemmar, hyresgäster och allmänhet om varför frågan är viktig och uppmuntrar alla att sluta upp bakom vår sak blir det till slut obekvämt för de beslutsägare vi vill påverka att inte engagera sig i frågan. Då blir det lättare för oss att i nästa skede får genomslag för våra påverkansinsatser.

Att jobba med i denna del:

- Målgrupp
- Budskap
- Aktiviteter

Tips på vägen

- Planera inte större aktiviteter än ni orkar och hinner med! Det är bättre att göra mindre med god kvalitet än storslaget som urvattnas.
- Nyttja både digitala och manuella kanaler! Vi når många enkelt och effektivt med digitala verktyg. Och ibland kan det nå längre att sätta något konkret i handen på de som ingår i en målgrupp.
- När ni gör opinionsbildande aktiviteter – låt hyresgästerna reagera på något sätt över ert budskap

Målgrupp

Vilka behöver vi ha med oss för att skapa tryck i frågan?
Vilka grupper har intresse av att frågan drivs i den riktning vi vill?
Finns det andra organisationer/rörelser lokalt som vi kan få med oss?

Diskutera i gruppen vilka målgrupper som är viktiga utifrån ert case?
Dela gärna med er av lokala exempel från era kommuner.

Vilka målgrupper har ni kommit fram till?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Huvudmålgrupp (primär målgrupp)
Välj en av era målgrupper ovan som ni i gruppen ser som absolut viktigast

_____

_____

Budskap

Med målgruppen bestämd ska ett budskap skrivas. Ett budskap ska vara enkelt, rakt och tydligt. Men viktigast av allt är att det är skrivet för och riktat till er målgrupp

Utgå från fakta, men formulera också ett budskap som väcker känslor och engagerar. Det är viktigt för att människor ska vilja sprida budskapet vidare.

Hur formulerar ni budskapet så att målgrupperna sluter upp bakom oss?

Diskutera fram tre budskap. Våga prova olika vinklar, laborera och testa tankar mot varandra i gruppen.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Ringa in ett av de tre budskapen som ni i gruppen gillar bäst!

Aktiviteter

Nu är det dags att planera aktiviteter – här kan ni låta inspirationen flöda fritt. Ha målgruppen och budskapet i fokus och fundera över vad ni ska göra för att nå målgrupperna med ert budskap?

Skriv ner aktiviteterna ni i gruppen kommer överens om kortfattat nedan:

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Numrera aktiviteterna i er lista ovan efter den ordning ni vill genomföra dem. Samma siffra betyder att de ska genomföras samtidigt/parallellt.