

# Hvordan sikrer vi størst mulig opbakning til en kommende trivselsundersøgelse?

CHRISTIAN KOLTHOFF 6. DEC 2021, 12.19

## NEEEJ til spam

Du får ikke flere deltagere for det. Brug gulerod - en præmie (?)

## evt mulighed for at den klinik der har størst % deltagelse får en præmie

## Opbakning trivselsundersøgelse

Let tilgængelighed, dvs direkte til medlemmerne og ikke via arbejdsgiver. Fuldt anonymiseret. Nøje arbejde med spørgsmålene, således at det er muligt at give de svar på de svære ting, og også så man kan svare på de svære ting som ikke nødvendigvis alene referer til en selv, men hvis man kan se at andre medarbejdere ikke behandles pænt. I seneste undersøgelse blev mit svar pænere fordi spørgsmålene meget entydigt var relateret til mit forhold til lederen, men jeg havde det nemt i forhold til andre ansatte

Mundligt at minde sine arbejdskolleger om undersøgelsen på personalemøderne.

## Helt anonym!!!

Beløn klinikker hvor 100% har deltaget/svaret

Budskab: "What's in it for me"

## Må max tage 10 min at besvare så kan alle overkomme det

**For de fleste vil trivselsundersøgelsen give mening hvis man ved hvad den skal bruges til og hvis den bliver fuldt op med konkrete tiltag. F.eks en workshop for hele klinikken. Hvis man ved at der efterfølgende bliver taget professionelt hånd om de udfordringer man har vil man også være mere tilbøjelig til at svare. Det kunne også være et krav der blev indført i de ansattes kontrakter? - ligesom MUS og lønforhandlinger.**

## Undersøgelser

Jeg er lidt allergisk overfor analyser og spørgeskemaer. FORDI det kan altid være en skæv/ urepresentativ målgruppe. Feks. Dem som har mega-travlt - har ikke tid at svare på skemaer. Dem som har det godt - er måske ikke medansvarlige / praksisejere/ delagtige af økonomi/produktivitet... osv PAS nu på at ikke bruge alle pengene op op studier /analyser. Brug hellere kraft på at finde løsninger/ værktøjer.

**Lade være med at pege spørgsmålene i en bestemt retning. Undersøgelsen skal være så objektiv som mulig.**

**anonymt -ej heller angive hvad du arbejder med (vet/vsp) men lave en som sendes til vsper og en til dyrlæger, så har man stadig styr på hvilke svar der kommer fra hvilken gruppe**

## Annonceringsfokus

Det skal være tydeligt for den enkelte hvad formålet er. Det skal være nemt at udfylde, præcise formulering og ingen dobbelt meninger.

Få de øverste ledere til at bakke op om undersøgelsen.

## **massiv markedsføring af undersøgelsen**

Lidt mere pisk i forhold til at DDD samt VSPforbundet tvinger alle til at deltage.

## **Enkelt**

Det skal være nemt, hurtigt og enkelt at deltage.

## **Få kommentarfelter til undersøgelsen**

Klare spørgsmål også gerne nogle få kvalitative spørgsmål

## **Prioritet fra klinikkerne, som andre foreslår sæt tid af til besvarelse i arbejdstiden**

## **Send skemaet direkte til de ansatte**

## **Anonymitet og et stringent og godt spørgeskema som ikke forvirrer og er meget klart i sit udtryk**

## **NEMT at svare på.**

Nemme svarskemaer, nemt tilgængelige. Ikke komplicerede spørgsmål der kan forstås tvetydigt osv.

## **Sociale medier**

Gør opmærksom på undersøgelsen på de sociale medier. Sørg for at alle relevante organisationer deler den.

## **Succes for undersøgelse.**

Den skal besvares anonymt. Den skal sendes direkte til de adspurgte.

Der skal reklameres på alle platforme og ikke kun i DDD-regi, da mange ikke er medlemmer.

## **Få de forskellige grupper med til at lave undersøgelsen, så spørgsmål er relevante og ikke kan misforstås**

## **Det skal være let tilgængelig på flere platforme. Det skal være tilladt at lave den i arbejdstiden**

## **Få med lederne i klinikkerne til å fremme undersøgelsen og oppfordre sine ansatte til å delta**

Op til deadline skal der fokus på undersøgelsen på sociale medier.

## **Lodtrækning mellem deltagere**

Mulighed for at vinde noget attraktivt

bedre info ud til klinikkerne så der lægges mærke til det og det ikke bare drukner i en mail indbakke

## **Overskueligt og it-løsning/platform der fungerer godt til formålet**

Synlighed. Den første trivselsundersøgelse opdagede jeg slet ikke...

## **at der sættes tid af i arbejdstiden**

eks sætte tid af i booking til at man får svaret på det.

## **Sæt tid at til det så man sikre at folk gør det..**

## **Der skal opfordres til, at alle medarbejdere får tid i arbejdstiden til at udfylde undersøgelsen, og at alle (men især lederen) opfordrer hinanden til at svare.**

## **Ikke for lang**

## **meget tydelig kommunikation am HVORFOR vi gerne vil måle på arbejdsglæde - og det er ikke for at klappe cheferne på ryggen**

## **100% anonymitet**

## **Præmie**

Det er altid en god idé at dem der svarer automatisk deltager i en lodtrækning om en lækker præmie

Relevant og ikke for lang, så folk hopper af

## **Synlighed flere steder**

### **Man kan svare på mobiltelefonen og det bliver slået op på FB**

Flere remindere sendes ud.

## **Tilgængelighed.**

Send ud via mange forskellige kanaler

Sæt tid af i programmet så alle har mulighed for at svare i arbejdstiden.

## **Det må fremgå tydelig hva som er formålet - "what's in it for me"**

### **ordentlig fokus på det i eks diverse tidsskifter og fra DDD**

### **At folk er helt sikre på at man er anonym**

## **Synlighed/kommunikation**

### **Nem og tilgængelig it-løsning**

\*\*\*\*\*