

Hvordan sikres en optimal tilbudsvifte?

Vejledning til jobcentrene i Østdanmark

Maj 2010



HVORDAN SIKRES EN OPTIMAL TILBUDSVIFTE?

Vejledning til jobcentre

Dette er en vejledning i, hvordan jobcentrene på systematisk vis kan afdække og fastlægge behovet for tilbud i deres jobcenter med udgangspunkt i deres målgrupper.

Vejledningen er en hjælp til jobcentre, som ønsker at blive skarpere på, hvordan en optimal tilbudsvifte kan sammensættes. Den er som udgangspunkt målrettet jobcentrets ledelse og stab til fastlæggelse og dimensionering af tilbudsviften baseret på målgruppernes behov. Resultatet og de ledelsesmæssige prioriteter kan dernæst præsenteres for jobcentermedarbejdere med henblik på at sikre en effektiv visitation. I vejledningen er der forslag til, hvordan dette kan gøres.

Til vejledningen er der tilknyttet hjælpeskemaer, som kan anvendes til at skabe det nødvendige overblik over jobcentrets målgrupper og de tilbud, der er relevante for de forskellige målgrupper. Skemaerne er lavet, så jobcentrene selv kan ændre i dem og tilpasse dem til de specifikke målgrupper og tilbud, som gælder for de enkelte jobcentre.

Vejledningen er baseret på logikkerne og trinnene i en forandringsteori. Kort fortalt er en forandringsteori et sæt antagelser, der kobler midler og mål sammen indenfor et givent indsatsområde. Ved at arbejde med og præcisere indsatsers forandringsteori tydeliggøres, hvad jobcentret ønsker at opnå (effekter) for hvem (målgruppe) og hvordan (indsats), og sammenhængen mellem indsats og mål ekspliciteres.

Hvad kan man bruge vejledningen til?

Vejledningen har til formål at:

- Afklare og præcisere målgruppen
- Fastlægge overordnede målsætninger for undermålgrupper
- Tydeliggøre hvad der skal opnås, for hvem, og hvordan
- Skabe fælles sigteline i jobcentrets aktiveringsstrategi
- Styrke evaluerbarheden af indsatsen

En forandringsteori kan således bruges som et planlægningsredskab i forhold til at fastlægge en optimal tilbudsvifte og sikre en effektiv implementering af indsatsen. Derudover kan en forandringsteori anvendes som et evalueringsredskab i forhold til at følge op på indsatsen og derigennem få viden om, hvorvidt antagelser bag indsatserne rent faktisk holder i praksis. Dette giver mulighed for løbende at justere og effektivisere tilbudsviften.

Vejledningen er udviklet af Beskæftigelsesregionen Hovedstaden og Sjælland i samarbejde med Jobcentrene Helsingør og Greve.

TRIN 1: MÅLGRUPPEN

Viden om målgruppen er en forudsætning for at kunne tilrettelægge en målrettet tilbudsvifte. Derfor er første øvelse at få overblik over målgruppens sammensætning.

I excelarket er der to faneark, som omhandler målgruppesammensætningen. Det ene faneark er benævnt ”Match 1” og det andet ”Match 2”, hvilket refererer til ledige i henholdsvis den ene og den anden matchkategori. I hvert af de to faneark er der udarbejdet et skema med forslag til en opdeling af jobcentrenes målgrupper.

Figur 1 nedenfor er et udsnit af den del af skemaet, som omhandler jobcentrets målgrupper. I dette forslag til en målgruppesammensætning er der syv målgrupper for kontanthjælps – og dagpengemodtagere under 30 år og fire målgrupper for kontanthjælps – og dagpengemodtagere over 30 år. Hver af disse målgrupper er yderligere opdelt i forhold til ledighedslængde.

Figur 1: Oversigt over undermålgrupper indenfor kontanthjælps- og dagpengemodtagere

Målgruppe niveau 1	Målgruppeniveau 2	Antal	Målgruppeniveau 3	Antal
Ledige under 30 år	Unge 15-17 år		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	Unge 18-19 år (straksaktivering)		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	Unge med LVU		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	Ungemålgruppe 1		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	Ungemålgruppe 2		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
Ungemålgruppe 3		Nyledige (under 3 mdr.)		
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)		
Ungemålgruppe 4		Nyledige (under 3 mdr.)		
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)		
		I alt:	0	0
Ledige +30 år	Ufaglært		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	Faglært		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	KVU eller MVU		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
	LVU		Nyledige (under 3 mdr.)	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	
		I alt:	0	0

Ved indsættelse af ny målgruppe:

- Markér fire rækker
- Højreklik og tryk ”indsæt”

Antal ledige i alt under 30 år

Antal ledige i alt over 30 år

Skemaet fungerer på den måde, at der ud for hver målgruppe indtastes, hvor mange af jobcentrets ledige, der hører under den angivne målgruppe. Tallene baserer sig på *fuldtidspersoner* og kan findes i jobcentrenes egne økonomisystemer som løbende sager eller i Jobindsats.dk.

Tallene bliver automatisk lagt sammen, og det samlede antal ledige fremgår ud for cellen ”I alt” (se markering i figur 1).

De valgte målgrupper er baseret på karakteristika, som kan være afgørende for, hvilken type af indsats, der skal igangsættes. Eksempelvis kan der være forskel på, hvilken indsats man ønsker at igangsætte overfor en ung med uddannelse versus en ung uden uddannelse, eftersom endemålet kan være forskelligt.

Målret skemaet til jeres målgrupper

Målgruppeopdelingen skal betragtes som et forslag. Afhængig af jobcentrets særlige befolkningsgruppe eller særlige fokusområder er det muligt, at andre undermålgrupper er relevante at operere med. Eksempelvis kan der være et særligt fokus på enlige mødre, unge med ADHD, stressramte såvel som særlige forsøgsindsatser overfor udvalgte målgrupper. I så fald kan disse målgrupper blot skrives ind i skemaet enten som supplement eller som erstatning for de eksisterende målgrupper.

I boksen ved siden af fremgår, hvordan nye målgrupper kan indsættes og andre slettes.

I nogle jobcentre kan der også være behov for at tilføje et yderligere målgruppeniveau og derved få en mere detaljeret målgruppeinddeling. I skemaet er der indsat et fjerde målgruppeniveau, som kan anvendes, hvis det vurderes relevant. Figuren nedenfor viser et udsnit af skemaet, hvor et fjerde målgruppeniveau er tilføjet (herkomst). Dette kan muligvis være relevant at medtage i jobcentre med mange nydanskere.

Hvor finder man tallene?

I *jobindsats.dk* kan der findes opgørelser over jobcentrenes overordnede målgrupper, eksempelvis antal af kontanthjælps- og dagpengemodtagere opdelt på matchkategori. Det er også muligt at foretage opgørelser af ledige over og under 30 år. Hvis man anvender *jobindsats.dk* skal man bruge "antal fuldtidspersoner".

Det er ikke alle tallene, som kan findes i *jobindsats.dk*. Ungemålgrupperne, uddannelsesniveau m.v. skal derfor findes i jobcentrenes systemer *Opera eller Workbase*.

Hvis tallene ikke er tilgængelige kan der som udgangspunkt foretages et skøn, som senere kan kvalificeres gennem en systematisk indsamling af de relevante oplysninger.

At slette undermålgruppe:

- Markér den række (undermålgruppe), som skal slettes.
- Højreklik og tryk "slet"

At indsætte en ny undermålgruppe

- Markér fire rækker (se illustration i figur 1)
- Højreklik og tryk "indsæt"

Figur 2: Skema med et fjerde målgruppeniveau

Målgruppe niveau 1	Målgruppeniveau 2	Antal	Målgruppeniveau 3	Antal	Målgruppeniveau 4	Antal
Ledige under 30 år	Ungemålgruppe 1		Nyledige (under 3 mdr.)		Dansker	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)		Nydansker	
	Ungemålgruppe 2		Nyledige (under 3 mdr.)		Dansker	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)		Nydansker	
	Ungemålgruppe 3		Nyledige (under 3 mdr.)		Dansker	
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)		Nydansker	

Der kan således arbejdes med to udgaver af målgruppeinddelingen: én udgave med tre niveauer og én udgave med fire niveauer. Hvis et fjerde målgruppeniveau ønskes tilføjet i skemaet, skal der ikke manuelt indsættes nye kolonner. Det ekstra målgruppeniveau eksisterer allerede i skemaet, men er for overskuelighedens skyld skjult, så det kun behøver at blive vist i de tilfælde, hvor det er relevant.

Boksen til højre er en guide til, hvordan det ekstra målgruppeniveau kan vises.

Sådan indføres et ekstra målgruppeniveau i skemaet:

Trin 1: sådan vises og tilpasses skemaet til ekstra målgruppeniveau:

- Markér kolonne Y til AS.
- Højreklik og tryk "vis"
- Markér kolonne I til Y
- Højreklik og tryk "skjul"

Trin 2: sådan skjules de ekstra målgruppekolonner:

- Markér kolonne G til Z
- Højreklik og tryk "vis"
- Markér kolonne Z til AR
- Højreklik og tryk "skjul"

TRIN 2: MÅLSÆTNINGER

Næste skridt er at få præciseret, hvad jobcentret gerne vil opnå for de enkelte undermålgrupper. Opgaven er således at få fastlagt målsætninger for hver undermålgruppe. Med målsætning tænkes her på ønskede resultatmål og ikke eksempelvis aktiveringsgrad, rettighed m.v.

Jobcentrets beskæftigelsesplan indeholder overordnede målsætninger eksempelvis på sygedagpengeområdet, for ungemalgruppen m.v. Øvelsen er her at få omsat de politiske målsætninger til konkrete resultatmål for de respektive undermålgrupper (se eksempler i boksen).

Formålet er få tydeliggjort, hvilke resultater jobcentret ønsker at opnå for de forskellige undermålgrupper. Dette kan være med til at skærpe fokus i indsatsen.

Eksempler på målsætninger:

- 50 % i ordinær beskæftigelse
- 60 % i ordinær uddannelse
- 40 % rykker fra indsatsklar til jobklar
- 80 % vender i døren efter maks. 12 uger

Eksempler på forudsætninger:

- Målgruppen er motiveret til ordinær beskæftigelse
- Målgruppen er afklaret omkring egne faglige og sociale kompetencer
- Målgruppen er sprogligt opkvalificeret

Når målsætningerne for de enkelte undermålgrupper er indskrevet, kan det være en hjælp at klarlægge forudsætningerne for at opnå målsætningen.

Eksempelvis kan en målsætning være, at alle unge i ungemalgruppe 2 skal i ordinær uddannelse. Hvad kræver denne målsætning af forudsætninger hos målgruppen? Det kan bl.a. være, at de unge er motiveret til at påbegynde uddannelse og afklaret med uddannelsesvalg. Med denne indkredsning af de bagvedliggende forudsætninger for målsætningen skærpes fokus på, hvad tilbuddene til den specifikke undermålgruppe skal have af indhold.

Målsætningerne og forudsætninger kan være enslydende for forskellige undermålgrupper. I eksemplet nedenfor er målsætning og forudsætninger vurderet at være ens for hele ungemalgruppe 2. Dette er skrevet ind ved at sammenflette cellerne i de to kolonner.

Sammenflet celler:

1. Markér de celler, der skal slås sammen
2. Højreklik og vælg "Formater celler"
3. Vælg fanebladet "Justering"
4. Sæt kryds i "Flet celler" og tryk OK

Figur 3: Målsætninger og forudsætninger for målgrupper

Målgruppeniveau 1	Målgruppeniveau 2	Antal	Målgruppeniveau 3	Antal	Målsætning	Forudsætninger
Ledige under 30 år	Ungemalgruppe 2	100	Nyledige (under 3 mdr.)	60	Alle i ordinær uddannelse	Afklaret med udd.valg Motiveret til udd.
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	40		Faglige og sociale kompetencer

TRIN 3: AKTIVERINGSGRAD

Tredje skridt er få fastlagt, hvor mange tilbudspladser der er behov for. Dette gøres ved at indskrive den ønskede aktiveringsgrad for hver undermålgruppe, hvorved antallet af helårspladser automatisk udregnes.

Figur 3 illustrerer, hvordan skemaet kan udfyldes for ungegruppe 2. Det er kolonnen "Aktiveringsgrad", som skal udfyldes i dette trin. Aktiveringsgraden skal skrives som decimaltal. Det vil sige, at der eksempelvis skrives 0,5, såfremt man ønsker en aktiveringsgrad på 50 %. I sidste kolonne til højre udregnes derefter automatisk det nødvendige antal af helårspladser. Dette tal udregnes på baggrund af antallet af personer og den noterede aktiveringsgrad.

Figur 4: Aktiveringsgrad og antal helårspladser

Målgruppeniveau 1	Målgruppeniveau 2	Antal	Målgruppeniveau 3	Antal	Målsætning	Forudsætninger	Aktiveringsgrad	Helårspladser
Ledige under 30 år	Ungemålgruppe 2	100	Nyledige (under 3 mdr.)	60	Alle i ordinær uddannelse	Afklaret med udd.valg	0,6	6
			Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	40		Motiveret til udd.	0,6	30
						Faglige og sociale kompetencer	0,4	8
			I alt:	100		100	Den totale aktiveringsgrad	0,52

Antal helårspladser totalt

Udgangspunktet for aktiveringsgraden for de enkelte målgrupper er den politisk fastsatte aktiveringsgrad, som ofte fremgår af jobcentrets beskæftigelsesplan. Det er dermed den *ønskede* aktiveringsgrad, som noteres og ikke den aktiveringsgrad, som rent faktisk gør sig gældende for undermålgrupperne i jobcentret. Der kan være variationer i den ønskede aktiveringsgrad afhængigt af, hvilken målgruppe der er tale om. I så fald noteres forskellige aktiveringsgrader ud for målgrupperne.

I den nederste række udregnes den samlede aktiveringsgrad automatisk. I figuren ovenfor er den totale aktiveringsgrad 0,52, dvs. 52 %.

TRIN 4: INDSATS

Fjerde skridt er at få præciseret, hvilken indsats der skal iværksættes for at opnå de fastlagte målsætninger. Spørgsmålet i denne fase går på, hvilke tilbud og redskaber man forventer vil føre til en realisering af målsætningerne.

I skemaet noteres, hvilken tilbudssammensætning for hver undermålgruppe, som man forventer mest effektivt vil kunne realisere den fastlagte målsætning. De enkelte tilbud indskrives i øverste række, som illustreret i figuren nedenfor. For hvert tilbud vurderes, hvor mange helårspladser der skal anvendes til de respektive målgrupper.

Figur 5: Jobcenterets tilbud

Målgruppeniveau 1	Målgruppeniveau 2	Målgruppeniveau 3	Helårspladser	Privat løn-tilskud	Off. løn-tilskud	Privat praktik	Off. praktik	Virksomheder	"I uddannelse nu"	Udvidet ungdomsvejledni	FVU	Tilbud D	Enkelt pladser	Manglende pladser	Tilbud ialt	
Ledige under 30 år	Ungemålgruppe 1	Nyledige (under 3 mdr.)	0												0	
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	0													0
	Ungemålgruppe 2	Nyledige (under 3 mdr.)	6						4	2						6
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	30						15	10	5					30
	Ungemålgruppe 3	Nyledige (under 3 mdr.)	8				4						1			8
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	8				4						3	1		8
	Ungemålgruppe 4	Nyledige (under 3 mdr.)	0													0
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)	0													0
	I alt:			52	0	0	0	8	0	19	15	8	2	0	0	52

Tallene viser det samlede antal helårspladser. Tallene skal stemme overens med det samlede antal helårspladser, som er beregnet på baggrund af aktiveringsgraden.

Tallene viser samlede antal helårspladser fordelt på de forskellige tilbud

Der opereres i skemaet med *helårspladser*. Dette for at kunne foretage en dimensionering af tilbuddene med udgangspunkt i den fastlagte aktiveringsgrad. Hvis man i jobcentret arbejder med antal forløb frem for helårspladser, kan man anvende omregningsmodellen, som findes under fanarket "Omregning". Nedenstående figur viser omregningsmodellen.

Figur 6: Hjælpekema til omregning af forløb til helårspladser

Omregn fra antal forløb til helårspladser			
Navn på tilbud	Indtast antal forløb	Indtast varighed af forløb i UGER	Antal helårspladser
Tilbud A	20	26	10
Tilbud B	0		0
Osv.	0		0
	0		0
	0		0
	0		0
	0		0
I alt	20		10

Skemaet fungerer på den måde, at der indtastes antal forløb og dernæst varigheden af forløbet i uger. Skemaet omregner på baggrund heraf til antal helårspladser. Efterfølgende kan antal helårspladser for de forskellige tilbud indtastes i det store skema. Hvis jobcenteret i forvejen arbejder med helårspladser, kan der blot ses bort fra dette hjælpekema.

Fastlæggelse af tilbudsvifte

I fastlæggelse af tilbudsviften for de forskellige undermålgrupper er det vigtigt at inddrage de mål og forudsætninger, som er formuleret. På den måde sikres det, at valg af tilbud målrettes til de enkelte målgrupper. Følgende refleksionsspørgsmål kan være relevante at forholde sig til:

- Hvilke af vores nuværende tilbud leverer gode resultater?
- Hvilke af vores tilbud leverer ikke tilstrækkelige gode resultater?
- Er der nogle af vores tilbud eller redskaber såsom løntilskud eller virksomhedspraktik, som med fordel kunne anvendes mere end i dag?
- Er der nogle af vores nuværende tilbud, som bør udgå?
- Mangler der målrettede tilbud overfor visse målgrupper?
- Hvilke redskaber er der evidens for virker, eksempelvis på baggrund af de kontrollerede landsdækkende forsøg?

I overvejelserne kan der trækkes på egne erfaringer og opgørelser over effekten af forskellige tilbud og redskaber. I jobcentre som anvender Beskæftigelsesregionens webbaserede Evalueringssystem vil statusrapporterne med fordel kunne inddrages og anvendes som input til fastlæggelse af, hvilken indsats som vurderes at være mest effektivt overfor de forskellige målgrupper.

Derudover kan der hentes viden og inspiration om virksomme redskaber og

Forslag til proces

For ikke at låse sig fast i den eksisterende ramme kan man overveje at arrangere en brainstorm-proces med repræsentanter fra ledelse, stab og sagsbehandlergruppe. Erfaringen er, at det kan være sundt at få forskellige øjne og perspektiver på indsatsen, og samtidig kan inddragelse af sagsbehandlere og jobkonsulenter bidrage til at skabe motivation og ejerskab for den fremtidige aktiveringsstrategi.

tilgange fra eksempelvis evalueringsrapporter fra Arbejdsmarkedsstyrelsen og Beskæftigelsesregionerne. Endelig kan der via jobindsats.dk indsamles information om effekten af forskellige tilbudstyper opgjort på undermålgrupper.

Når den ønskede tilbudssammensætning er fastlagt vil man i den nederste kolonne i skemaet kunne se det samlede antal af pladser fordelt på de forskellige tilbud. Disse tal kan forholdes til den aktuelle tilbudssammensætning med henblik på en drøftelse af, hvad der skal og kan gøres for at etablere en ny, men forhåbentlig mere effektiv, tilbudsvifte.

Viden om, hvad der virker

Der kan hentes viden og inspiration om virksomme redskaber fra blandt andet følgende forsøg:

- *Hurtigt i gang II* – forsøg med tidlig og intensiv indsats overfor forsikrede nyledige (2009)
- *Aktive hurtigere tilbage* – forsøg med tidlig og aktiv indsats overfor sygedagpengemodtagere og fleksjobvisiterede (2010)
- *Alle i gang* – forsøg med intensiveret kontaktførelse overfor langvarige ledige kontanthjælpsmodtagere (2009)
- *Ny chance til alle* – forsøg med aktiv indsats overfor langvarige kontanthjælpsmodtagere (2006/2007)

Evalueringsrapporter, som kan downloades fra www.ams.dk

TRIN 5: SAMLET OVERBLIK

Når den ønskede tilbudssammensætning er foretaget, er det næste skridt at få videreformidlet tilbudsviften, herunder prioriteterne til sagsbehandlere, således at der kan sikres en korrekt visitering af målgrupperne.

Gem skemaet i en ny version

Det anbefales, at excelarket gemmes i to versioner: En version til brug for jobcenterets ledelse, som eksempelvis kaldes "Tilbudsvifte, ledelse", og en version målrettet jobcentermedarbejdere "Tilbudsvifte, Jobcentermedarbejdere"

I versionen målrettet jobcentermedarbejderne kan kolonner, som ikke vurderes relevante i forhold til visitationen, skjules. Det kan eksempelvis vedrøre aktiveringsgraden og antallet af helårspersoner. Derudover anbefales det at erstatte antallet af helårspålder noteret under tilbuddene med prioriteter, således at jobcentermedarbejdere nemt kan danne sig et overblik over den prioriterede indsats for en given borger.

Sådan skjules kolonner

Man kan skjule en kolonne ved at højreklikke på kolonnen og trykke "Skjul". Fordelen ved at skjule frem for at slette en kolonne er at formlerne stadig vil virke.

Nedenfor ses et eksempel.

Figur 7: Oversigt over tilbudsvifte målrettet jobcentermedarbejdere

Målgruppeniveau 1	Målgruppe-niveau 2	Målgruppe-niveau 3	Privatløn-tilskud	Off.løn-tilskud	Privat praktik	Off.praктиk	Arksomhedscenter	"I uddannelse nu"	Udvidet ungdomsvejledning	FVU	Tilbud D	Enkelt pladser	Mangler pladser	Tilbud i alt	
Ledige under 30 år	Ungemålgruppe 1	Nyledige (under 3 mdr.)												0	
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)												0	
	Ungemålgruppe 2	Nyledige (under 3 mdr.)						1. prioritet	2. prioritet						0
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)						1. prioritet	2. prioritet	3. prioritet			3. prioritet		0
	Ungemålgruppe 3	Nyledige (under 3 mdr.)						1. prioritet		2. prioritet			3. prioritet		0
		Længerevarende ledige (over 3 mdr.)													0
														0	
														0	
														0	
														0	
														0	
														0	

I skemaet er nogle af tilbuddene oprettet som interaktive links (markeret med blå skrift). Dette betyder, at man kan klikke på dem, hvorefter et nyt faneark kaldt "Tilbudsvifte" åbnes. Her vil relevante oplysninger for de respektive tilbud kunne noteres. Jobcentermedarbejdere kan derved let få information om de prioriterede tilbud. Hvis jobcentermedarbejderne vurderer, at det valgte tilbud ikke matcher den ledige, trykkes på "tilbage" og man kommer igen til skemaet med tilbuddene, hvorefter eksempelvis 2. prioritet kan vælges (se eksempel i figur 8 nedenfor). Jobcentrene fastlægger selv, hvilke tilbud der skal have interaktive links (se næste side).

Beskriv tilbuddene

Oversigtskemaet indeholder som sagt et faneark "Tilbudsvifte", hvilket er den side, der åbnes, når man trykker på tilbuddene.

For hvert tilbud noteres oplysninger, som er relevante i forhold til visitation af den ledige. Det kan eksempelvis omhandle varighed af forløbet, pris, særlige deltagerkrav eller

visitationsprocedurer. I skemaet er der indsat forslag til emner, men de kan selvfølgelig justeres jobcentrets behov.

Figur 8: Beskrivelse af tilbudsviften

TILBUDSVIFTE

Privat løntilskud	
Henvisningsprocedure	
Andet	Eksempelvis beslutningskompetence mht. iværksættelse af løntilskud
Andet	Eksempelvis link til pjeces eller andet relevant materiale

Udfyld skemaerne

[Tilbage til match 1 oversigt](#)
[Tilbage til match 2 oversigt](#)

Tilbud A	
Indhold	
Varighed	
Timer pr. uge	
Deltagerkrav	
Pris pr. uge	
Forventet udbytte	
Kendt effekt	Her kan evt. effektmåling indskrives. For jobcentre, der anvender Beskæftigelsesregionens webbaseret Evalueringsystem, kan resultaterne af DREAM-analyse indskrives.
Lovhenvisning	
Henvisningsprocedure	
Andet	Eksempelvis beslutningskompetence mht. bevilling af tilbud, links til relevant materiale, kontaktperson m.v.

[Tilbage til match 1 oversigt](#)
[Tilbage til match 2 oversigt](#)

Man kan let oprette flere tilbud:

- 1) Markerer hele boksen (inklusive de lilla hyperlinks)
- 2) Højreklik og vælg kopier
- 3) Stil musen nedenfor.
- 4) Højreklik og tryk "indsæt"

Lav hyperlinks

Når tilbuddene er beskrevet i Tilbudsviften, linkes de enkelte tilbud til match 1 og 2 skemaerne, hvor tilbuddene gøres til interaktive links. Derved kan jobcentermedarbejdere ved et enkelt tryk få adgang til information om de valgte tilbud. Boksen nedenfor beskriver i korte træk, hvordan et hyperlink tilføjes. Proceduren gentages blot for hvert af tilbuddene i faneark Match 1 og faneark Match 2.

Tilføje hyperlinks:

1. Vælg fanearket "Tilbudsvifte"
2. Højreklik på overskriften på det tilbud, som der skal henvises til i skemaet (fx Tilbud B) og vælg "Name a Range..."
3. Klik "OK" i boksen "Nyt navn"
4. Gå ind i fanearket for match 1 eller match 2
5. Højreklik på det samme tilbud (her Tilbud B) og vælg "Hyperlink..."
6. Klik på "Place in This Document" og vælg det konkrete tilbud (Tilbud B) på listen

Fjerne Hyperlinks:

1. Højreklik på det blå hyperlink (fx Tilbud B i fanearket Match 1) og vælg "Slet Hyperlink"

TRIN 6: LØBENDE OPFØLGNING OG JUSTERING

Det forudgående arbejde giver et solidt grundlag til at evaluere aktiveringsindsatsen. Det kan således anbefales, at der igangsættes opfølgningsaktiviteter, som kan bidrage til en løbende optimering af tilbudsviften.

Det indbefatter dels at foretage status over, hvorvidt de planlagte tilbud reelt iværksættes overfor de respektive målgrupper, dels løbende effektmåling af de enkelte tilbud.

Status over brugen af tilbud

Det kan være en god ide at indføre en fast procedure for, hvornår og hvordan der følges op på anvendelsen af tilbud. En procedure kunne være, at der kvartalsvis foretages en status over fordelingen af igangsatte tilbud for de respektive målgrupper med henblik på at vurdere om den reelle indsats svarer til den planlagte. Dette kan gøres via jobcentrenes sagssystemer ved at lave et udtræk over fordelingen af personer på de forskellige tilbud. På den måde kan man få et billede af, hvem der aktiveres, i hvilke tilbud og dermed om de fastlagte prioriteter følges.

Ved afvigelser i forhold til den planlagte indsats kan følgende refleksionsspørgsmål være relevante at drøfte:

- Hvad er årsagen til afvigelser?
- Hvilken betydning har afvigelserne i forhold til fastlagte målsætninger?
- Hvilken indsats kan man iværksætte for at sikre at den planlagte indsats fremadrettet implementeres?

Derudover vil der sandsynligvis være behov for løbende at justere antallet af fuldtidspersoner, eftersom det vil have betydning for behovet for aktiveringspladser. Tilbudsviften bør således revurderes ca. en gang årligt og/eller ved ny lovgivning eller nye politiske strategier og lignende.

Effektmåling af tilbuddene

Systematisk opgørelse af, hvilke resultater der opnås gennem de anvendte tilbud, kan give værdifuld viden om, hvad der virker overfor hvem. En viden, som ofte er nødvendig til at træffe kvalificerede, fremadrettede beslutninger om, hvad der skal til for at opnå de bedste resultater.

Det anbefales derfor, at der iværksættes en systematisk opfølgning på, hvilke resultater de forskellige tilbud leverer. I jobcentre som anvender Beskæftigelsesregionens webbaserede Evalueringssystem vil statusrapporterne og de tilhørende effektmålinger give et godt grundlag til at vurdere tilbuddenes effektivitet. Det forudsætter dog, at alle de anvendte tilbud inkluderes i evalueringssystemet og dermed underkastes samme evalueringsspørgsmål.

Dokumentation af resultater giver endvidere mulighed for at foretage sammenligninger på tværs af jobcentre i en mere detaljeret grad, end det er muligt via f.eks. jobindsats.dk. Det kan åbne op for læring på tværs af jobcentre og give inspiration til, hvordan indsatsen overfor de forskellige målgrupper kan optimeres.