# Procesplan – Målgruppefokuseret analyse af tilbudsviftens dækningsgrad



|  |
| --- |
| **1. Udvælgelse af analysefokus**  *Beskriv, hvilken eller hvilke målgruppe(r) analysen har fokus på, samt begrundelsen for valget.* |
|  |
| **2. Proces, organisering og involvering**  *Beskriv, hvilke fagområder analysen omfatter, samt processen for arbejdet, herunder hvem der skal involveres, og hvordan arbejdet organiseres.* |
|  |
| **3. Afgrænsning og definition af målgruppen**  *Beskriv, hvad der karakteriserer de(n) udvalgte målgruppe(r).*  *Er der udvalgt flere målgrupper? Beskriv disse hver for sig. Benyt evt. punkter på side 30 til beskrivelse af målgruppen.* |
|  |
| **4. Eksisterende tilbud specifikt til målgruppen**  *Beskriv, hvordan overblikket over eksisterende tilbud til målgruppen skabes, og hvordan overblikket skal konkretiseres. Skab et overblik over tilbud til målgruppen (afgrænsningen skal matche valg af analysefokus). Overblikket kan eksempelvis systematiseres ved hjælp af indsatstrappen eller anden oversigtform.* |
|  |
| **5. Identificering af overlap i tilbudsviften**  *Beskriv, hvordan der skal arbejdes med identificerede overlap, og hvem der skal involveres.*  *Benyt evt. punkterne på side 32 til beskrivelse af tilbud fra håndbogen og hjælpespørgsmålene i boks 8 til sammenligning af tilbud.* |
|  |
| **6. Vurdering af tilbudsviftens dækningsgrad i forhold til målgruppen**  *Beskriv, hvordan vurderingen af tilbudsviftens dækningsgrad til målgruppen skal foretages. Hvad peger analysen på?*  *Benyt evt. hjælpespørgsmålene i boksene 9 og 10 til kategorisering af tilbud og vurdering af dækningsgrad.* |
|  |
| **7. Formulering og konkretisering af udviklingsbehov og løsninger**  *Beskriv, hvilke behov der skal arbejdes videre med på baggrund af analysen, og hvordan der arbejdes videre med konkretisering af løsningsforslag. Benyt evt. hjælpespørgsmål i boks 11 i håndbogen.* |
|  |
| **Eventuelt** |
|  |