

Hvordan når vi bedst igennem til små virksomheder? Et adfærdsforsøg med 1:1-kommunikation om Arbejdstilsynets digitale APV-værktøj

Arbejdstilsynet lancerede i efteråret 2019 et digitalt værktøj til at lave arbejdspladsvurderinger (APV'er) målrettet til små virksomheder. For at blive klogere på, hvordan vi bedst hjælper små virksomheder med at finde frem til APV-værktøjet, har vi gennemført et adfærdsforsøg, hvor vi udsender digitale brev til 22.500 virksomheder.

I forsøget tester vi tre budskaber: Et socialt norm-budskab, et lovkravsbudskab og et personaliseret budskab. Vi tester også, om effekten varierer afhængigt af, om brevet udsendes via e-mail eller to forskellige måder at distribuere e-boks-breve på.

Lodtrækning afgør, hvilket budskab virksomheden får og hvordan brevet udsendes. Adfærden måles ved, om modtageren klikker på et link i brevet indenfor 14 dage.

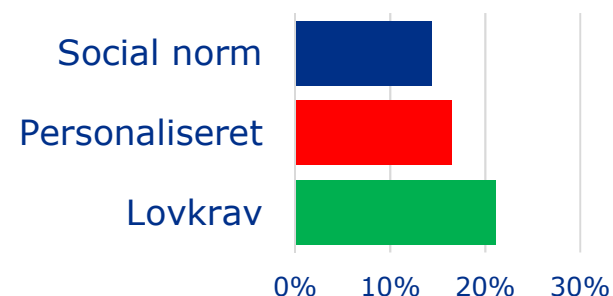
E-boks klarer sig væsentligt bedre end e-mails

19 procent af modtagerne af et brev i e-boks klikker på linket i brevet, mens 14 procent klikker på linket, hvis brevet er sendt som en e-mail. Der er ingen nævneværdig forskel imellem de to e-boks-løsninger til trods for, at den ene løsning teoretisk set er mere brugervenlig.



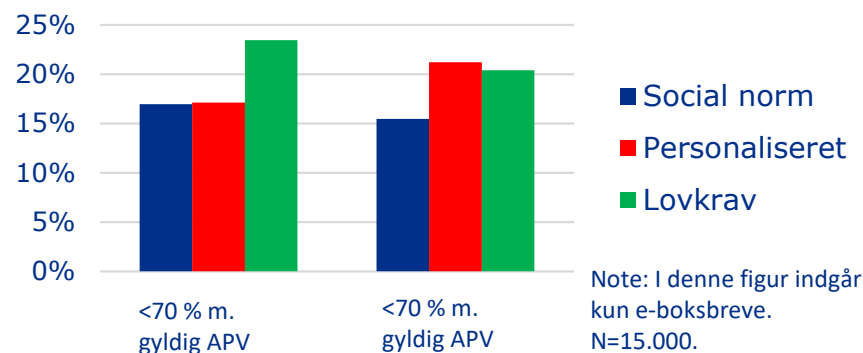
Lovkravsbudskab klarer sig bedst

14 procent af modtagerne af et brev med vægt på sociale normer klikker på linket, mens 21 procent klikker, når budskabet fokuserer på, at APV er et lovkrav. Identificeringen af forskellen gør os i stand til at nå igennem til flere virksomheder, hvis vi ønsker at opskalere indsatsen.



Lovkravsbudskab er særligt effektivt for virksomheder, der sandsynligvis ikke har en APV i forvejen

Analysen viser, at lovkravsbudskabet i særligt grad er effektivt, når modtagerne kommer fra brancher, hvor der er en lav rate af virksomheder med gyldige APV'er. Det er især effektivt til virksomheder med 1-4 ansatte i disse brancher.



Om forsøget

RCT-forsøget er gennemført i februar 2020.

Vi kan ikke følge med i, om den enkelte virksomhed opretter en APV på siden.

Med afsæt i aggregerede trafikdata for sitet estimerer vi, at ca. 50 pct. af de 3893 virksomheder, der klikker på linket i brevet, også opretter en APV.

Resultaterne bliver anvendt til at kvalificere fremtidige indsatser.

Læs mere på at.dk/om-os/adfaerdsenhed