



TÄVLINGSKRITERIER ÅRETS MARKNADSFÖRARE

ung
företagsamhet

A Member of JA Worldwide

Årets Marknadsförare – Halland

Deadline: 1 mars, kl. 13.00

Att synas med sitt företag är A och O eftersom det kan öka intresset för företaget och därmed försäljningen. Det är dessutom väldigt kul! Därför vill Marknadsföreningen i Halland premiera UF-företag som aktivt jobbar med att synas i olika sammanhang

Syfte:

Tävlingens syfte är att eleverna ska visa att de haft en tydlig tanke och strategi bakom sin marknadsföring under året. Företaget måste visa upp vad de gjort för marknadsföring och vilken utdelning det gett till UF-företaget.

Priset består av

Ett stipendium på 10 000 kronor från Marknadsföreningen i Halland. Är ni osäkra på hur ni skall gå tillväga kan ni alltid höra av er till oss på Ung Företagsamhet i Halland. Tänk på att använda ert nätverk som kan ge er tips och idéer till ert tävlingsbidrag.

För att få delta i tävlingen krävs att

- Företaget har en godkänd affärsidé
- Tävlingsbidraget ska innehålla en beskrivning av företagets affärsidé och sälj- och marknadsföringsinsatser, på max 2 A4-sidor. Följande får bifogas i bilagor; bilder, tidningsurklipp, länkar till era medier etc. som hör till genomförda eller planerade aktiviteter. Totalt max 4 A4-sidor - två sidor med beskrivning och två sidor med bilder.
- UF-företaget laddar upp tävlingsbidraget på Ung Företagsamhets hemsida, www.ungforetagsamhet.se i inloggat läge under fliken Evenemang - Tävlingar - Årets marknadsförare, senast 1 mars kl. 13.00.
- Tävlingsbidraget skall vara i PDF-format och på max 10 MB. Filen skall vara döpt till tävlingens namn + UF-företagets namn (t.ex. Årets Marknadsförare Hej UF).

Juryn bedömer

- Aktivitet – Företagets planerade och genomförda marknadsinsatser under året. Aktivitet och synlighet på företagets olika marknadsinsatser. I vilka forum man ha utfört sina insatser.
- Helhetstänk – Företagets strategi för planering och genomförande av olika marknadsinsatser. Att det finns en samstämmighet (röd tråd – igenkänning) i de insatser företaget genomför.

- Särskiljningsförmåga – Hur kreativt och nytänkande företaget har varit under framtagandet och genomförandet av sina marknadsinsatser.
- Målgruppsanpassning – Hur företaget har valt ut och anpassat sina insatser för sin målgrupp.

Tips

- Blicka tillbaka över hur ni har marknadsfört ert företag sedan starten
- Fundera på hur ni kan få ert företag att sticka ut och synas
- Fundera på vilka ni träffat under året utanför skolan och vad det har lett till i ert företag.
- Hur har ni tänkt nytt och annorlunda för att komma igenom mediebruset!

Begreppsförklaringar

- Målgrupp: De grupper som ett företag vill kommunicera med är en målgrupp för företaget. Finns det vissa grupper som är viktigare än andra av olika anledningar? För att ringa in sin målgrupp kan man utgå från exempelvis ett specifikt åldersspann, inkomst, geografisk placering, intressen, livsstil eller annan definition.
- Marknadsinsats: Marknadsinsatser är de aktiviteter som ett företag genomför för att kommunicera med sin målgrupp. Medel som kan användas för detta är bland annat medieannonsering, direktreklam, PR, hemsidor och sociala medier, personliga möten, och annan marknadsföring. Även försäljningstillfällen kan räknas som marknadsinsatser.
- Marknadsföreningen i Halland: är Hallands största affärsnätverk med över 1000 medlemmar. 10 gånger per år arrangeras Frukostklubben och en mäsas som lockar 300 besökare vid varje tillfälle. Tillsammans skapar vi en dynamisk mötesplats för näringslivet med föreläsare i toppklass. Vi nätverkar, gör affärer och lyssna på inspirerande föreläsare. Vi bygger dessutom broar mellan skola, akademi och näringsliv. MiH utsågs till Årets Marknadsförening i Sverige 2012.

Tävlingsvärd



Ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet

Sedan 1980 har Ung Företagsamhet utbildat unga i entreprenörskap. Vi är en ideell och politiskt obunden organisation, som finns över hela landet. Vi inspirerar och tränar unga att i skolan utveckla sitt entreprenörskap och sina företagsamma förmågor – för en positiv samhällsutveckling. Vår vision är ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet.

Var tredje elev som idag går ut gymnasiet har drivit ett UF-företag och totalt har över 560 000 gymnasieelever drivit UF-företag sedan vi grundades. Varje år jobbar vi med lärare och elever på drygt hälften av Sveriges grundskolor genom våra läromedel, utbildningar och inspirerande möten. Vi driver även vårt nätverk UF alumni som ger unga entreprenörer, tidigare UF-företagare, personlig utveckling, drivkraft att växa och ett unikt kontaktnät.

Forskning visar att elever som drivit UF-företag har bättre möjligheter efter skoltiden; de får oftare jobb, har färre arbetslöshetsdagar och startar oftare eget företag.

Det vinner både de unga och samhället på.



Scanna QR-koden om du vill du veta mer om oss.

ung
företagsamhet

A Member of JA Worldwide