



TÄVLINGSKRITERIER

ÅRETS VARUMÄRKE

REGIONAL TÄVLING - SÖDERMANLAND



ÅRETS VARUMÄRKE SÖDERMANLAND

Deadline: 09 februari kl 18.00

Har ni skapat ett starkt varumärke genom en tydlig grafisk profil och en genomtänkt marknadsföringsstrategi? Var då med och tävla i kategorin "Årets varumärke".

Alla större varumärken lägger stor vikt vid hur de väljer att presentera sitt varumärke för världen. Därför är huvuduppgiften i tävlingen "Årets varumärke" att visa hur väl ett UF-företag kan skapa och upprätthålla ett starkt varumärke genom att integrera sin vision och sina värderingar i sin kommunikation.

I denna tävling ska ni lyfta hela arbetet med er grafiska profil, er marknadsföring och er kommunikation

UF-företaget ska beskriva:

- Sin vision och sina värderingar samt hur de har synliggjorts genom företagets kommunikation. Hur ni vill uppfattas och hur det överensstämmer med det ni kommunicerar.
- Hur UF-företaget har **målgruppsanpassat** sin kommunikation för att **skapa en relation** med sina kunder. (Via sociala medier, kundinteraktion IRL, via kampanjer, nyhetsbrev, etc.).
- **UF-företags grafiska profil (logotyp, typsnitt, färg)** och kopplingen till **UF-företagets produkt (vara, tjänst)**.
- UF-företagets **marknadsföringsstrategi och plan** under UF-året. (Visa på att ni har utgått från en plan under ert UF-år).

Resultatet av er kommunikation online (Antal

- följare, antal kommentarer, likes, sparade inlägg. Visa statistik kring engagemang).

Juryn bedömer:

Vision och värderingar:

- Hur tydliga och välkommunicerade är företagets vision och värderingar? Stödjer de hur företaget uppfattas?

Relationsbyggande:

- Hur effektivt företaget har byggt relationer med sina kunder, både online och IRL (sociala medier, kampanjer, nyhetsbrev, etc.)

Grafisk profil:

- Hur väl genomtänkt och enhetlig den grafiska profilen är (logotyp, färger, typsnitt) samt hur väl den kopplas till företagets produkt.

Marknadsföringsstrategi:

- Hur välplanerad och genomförd företagets marknadsföringsstrategi är. Har företaget följt en tydlig plan under UF-året?

Engagemang online:

- Hur framgångsrikt företaget har varit i att skapa engagemang online (följare, likes, kommentarer)? Stöds detta av tydlig statistik?



Tävlingsinstruktioner

UF-företaget loggar in med sitt användarnamn och lösenord på www.ungforetagsamhet.se

Ladda upp tävlingsbidrag bestående av en skriftlig beskrivning på max 1 A4-sida och max på 10 MB. UF-företaget kan också beskriva sin kreativa resa med länkar till UF-företagets digitala plattformar på samma A4. UF-företaget får också komplettera med bilder, filmer och grafiska element (max 1 av varje).

Följande uppgifter ska tydligt framgå i tävlingsbidraget: UF-företagets namn, region, skola och vilken tävling det avser.

Affärsidén får inte innehålla plagiat, strida mot svensk lagstiftning eller mot Ung Företagsamhets regler.

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.

