



GYLLENE HJULET

CHECKLISTA

TÄNK IGENOM FÖRE INLÄMNING

- Vad behöver juryn veta – kontext & sammanhang (tydliggör projektets storhet/unikhet?)
- Tydliga förutsättningar – motivera *varför* (bakgrund, problem, syfte)
- Följ den röda tråden - tänk på helheten i det inlämnade bidraget (storytelling)
- Tänk affärsmässighet – juryn bedömer dina **affärsmål**. Var noga med att beskriva och kvantifiera de mål som är satta **och koppla ihop resultatet** med dessa.
- Skilj på *målsättningar* och konkreta *affärsmål**:
 - Ex målsättning: Vi har som målsättning att skapa världens bästa event
 - Ex affärsmål: 90% av besökarna av eventet ska bedöma eventet som världens bästa
 - Ex målsättning: Vi har som målsättning att stärka varumärket genom samarbetet
 - Ex affärsmål: Efter 1 år ska våra kunder som kommit i kontakt med vårt varumärke genom detta sponsorsamarbete/eventet spendera XX mer kronor på vårt varumärke än de som inte varit i kontakt med XX.

*affärsmål är tydligt definierade, tidsatta och mätbara med fokus på affärsnytta eller samhällsnytta

CHECKLISTA

- Syfte, mål och målgrupp (bakgrund & problemställning)
 - Har du beskrivit projektet så att vem som helst förstår och kan sätta det i ett sammanhang?
 - Är det tydligt *varför* ni har genomfört projektet?
 - Är målgruppen tydligt definierad och kopplad till syftet?
 - Matchar målgruppen syftet? Är det tydligt vilka mål som är kopplade till vilken målgrupp?
- Är det tydligt *varför* ni har valt sponsring, event eller ambassadörskap som metod/kanaler?
- Har ni motiverat utgångspunkten till val av metod?
- Har någon annan metod använts tidigare?
- Är målen kvantifierade & tydligt definierade? (ett riktigt affärsmål är ett mätbart mål)
- Finns det beskrivet *varför* dessa mål har applicerats?
- Är målen relaterade till effektmått?

CHECKLISTA

- Genomförande och Resultat

- Är beskrivningen av genomförandet tydlig och överskådlig?
 - Finns motivering kring projektets ”unikhet” och vad det är som gör detta projekt bra?
 - Finns beskrivning kring hur projektet integrerats i övrig kommunikation/kanaler?
 - Är effekten kopplad till målen som är satta?
 - Svarar ni på era mål?
- ✓ Tänk på att det är *beskrivningen* som kommer att bedömas. Ta hänsyn till **kvalitet** och **upplevelse** av helheten – inga detaljer samt att det är **effekten** vi vill åt – dvs. *affärsmålen* & dessa ska vara kvantifierade.

BEDÖMNINGMÅTT

Jury bedömer varje bidrag efter grad av:

Kreativitet

-mått av kreativ höjd i:

- Budskap till målgrupp
- Relation mellan lösning & problem
- Röd tråd i koncept
- Relevans mot varumärke/målgrupp
- "Unikhet" inte gjorts tidigare i branschen/SE
- Idéhöjd
- Grad av nytänkande

Effekt

-resultatmått:

- Mätbara mål (affärsmål)
- Mätmetod
- Kvalitativa + kvantitativa resultat
- Problemlösning



VIKTIGA DATUM

- Deadline tävlingsbidrag är den 1 februari kl. 15.00



GYLLENE HJULET