

1. Beste utstilling, salg og service:

Juryen vil gjøre en helhetsvurdering på bakgrunn av følgende kriterier:

1. **Estetisk uttrykk:** utforming og kobling til bedriftens virksomhet. Bedriften må ovenfor juryen kunne fortelle hvordan de har kommet fram til og bygd oppstanden/utstillingen. Dersom UBen har brukt nettverket sitt eller en ekstern konsulent i prosessen skal UBen orientere juryen om dette samarbeidet.
2. **Personlig uttrykk:**
 - Det er enkelt å komme i kontakt med elevene/selgerne.
 - Selgerne har god produktkunnskap.
 - Selgerne er lyttende, positive og høflige.
 - Selgerne er serviceinnstilte og behandler alle besøkende som potensielle kunder

Juryen gjennomfører intervju på stand.

2. Beste profilering

Profilering handler om å skape et inntrykk av bedriften. Gjennom ulike aktiviteter ønsker bedriften å vekke oppmerksomhet og gjøre seg synlig.

I arbeidet med ungdomsbedriftens profil har dere mulighet til å være kreative. Hvilket inntrykk ønsker dere at kundene deres skal ha av ungdomsbedriften og produktet. Skal dere f.eks. ha en eksklusiv profil, kvalitetsprofil, trendy profil, miljøprofil, folkelig profil eller en lavprisprofil?

Eksempel på hva som kan bli tillagt vekt:

Logo

Ordet ungdomsbedrift/UB trenger ikke være med i logoen

- Logoen bør illustrere og forsterke bedriftens forretningsidé
- Logoen bør fungere både i svart/hvitt og (eventuelt) i farge
- Logoen bør egne seg til forstørring og forminskning

Nettside

- Profilere bedriften og dens produkter
- Gi informasjon om bedriften og produktene
- Bidra til salg
- Være brukervennlig (enkelt å søke og å navigere)
- Være teknisk stabil

Sosiale medier

Sosiale medier er nettbaserte tjenester som legger til rette for å nå fram til mange. Innholdet skapes i stor grad av brukerne selv. Mange ungdomsbedrifter velger å profilere seg i sosiale medier. De vanligste er Facebook, YouTube, Instagram, blogger og Twitter

Brosjyre

- En god brosjyre skal bidra til økt salg.
- Brosjyren skal være en interessevekker.
- Den skal gi god informasjon om produktet og bedriften

Visittkort

Et visittkort er en enkel og billig måte å profilere seg på. Det gir et profesjonelt inntrykk og er viktig for nettverksbyggingen. Logo, navn, stilling og kontaktinformasjon er vanlig informasjon på et visittkort.

Messe/Utstilling

Estetisk uttrykk: utforming og kobling til bedriftens virksomhet. Bedriften må ovenfor juryen kunne fortelle hvordan de har kommet fram til og bygd oppstanden/utstillingen. Dersom UBen har brukt nettverket sitt eller en ekstern konsulent i prosessen skal UBen orientere juryen om dette samarbeidet.

3. Beste bærekraft

Prisen tildeles en ungdomsbedrift som har gjort bevisste bærekraftige vurderinger gjennom sin ungdomsbedrift. Juryen vil gjøre en vurdering gjennom intervju på stand, basert på følgende kriterier:

- Hvorvidt det er behov for produktet.
- Hvorvidt forretningsideen i seg selv er bærekraftig.
- Har bedriften gjort bevisste bærekraftige vurderinger i produksjonen?
- Har bedriften gjort bevisste bærekraftige vurderinger når det kommer til transport?
- Brukes bærekraft som et salgsfremmende element i markedsføringen?
- Er produktet egnet for gjenvinning?
- Klarer bedriften å forene lønnsomhet og bærekraft?
- Har ungdomsbedriften jobbet med et eller flere av FNs bærekraftsmål?

4. Beste ungdomsbedrift

A Forretningsplan

Som inneholder:

- Forretningsidé og mål.
- Organisering av bedriften.
- Økonomi m/kapitalbehov, budsjett og nøkkeltall.
- Marked og markedsplan.
- Fremdriftsplan som viser bedriftens utvikling og utsikter til lønnsomhet på lang sikt.

Sendes inn før messen.

B Beste utstilling, salgs- og service:

Se kriterier over

C Beste profilering

Se kriterier over

D Intervju på stand. Juryen vil legge vekt på følgende:

- Læringseffekt.
- Samarbeidet i gruppen.
- Kunnskap og forståelse av hvordan en bedrift fungerer.
- Kunnskap og forståelse av hvordan en bedrift kan bli lønnsom.
- Samarbeid med mentor og nettverksbygging
- Elevene har forståelse for hvordan ungdomsbedriften kan bidra til bærekraftig utvikling.