



Detta är ett exempel på hur ett tävlingsbidrag kan se ut.

Som du ser är detta ett textbaserat tävlingsbidrag som försöker "pitcha" Post-it Idétävling

## Tävlingsbidrag Exempel 1



## Bakgrund

På Linköpings universitet finns **VentureZone** – ett initiativ för att inspirera och stötta studenter till eget företagande.

Att hjälpa studenter till eget företagande kan ses som lätt, och där har VentureZone redan fått mycket att göra med många intresserade studenter som vill ta del av den gratis rådgivning som VentureZone erbjuder, genom sitt stora nätverk.

**Att inspirera studenter till eget företagande kan dock ses som svårare.** VentureZone arbetar för att öka närvaron av småföretagande och startföretagande i undervisning och liknande, men de inblandade i projektet kände tidigt att det behövdes mer handfasta metoder för att inspirera till kreativitet och företagande bland studenterna.

**I detta kom man fram till att kreativa tävlingar kan vara ett intressant spår för de studenter som faktiskt har idéer som de vill kommunicera.**

Tävlingen måste sporra till kreativt tänkande för de som har idéer, samtidigt som utformningen måste vara sådan att även personer utan egna idéer (eller utan egna idéer som de tror på) blir attraherade.

**Post-it® Idétävling är det första försöket för att skapa en sådan tävling.**

## Affärsidé

**Post-it® Idétävling är en kreativ tävling för studenter som tänker ett steg till – och som kan säga vad de tänker!**

Post-it® Idétävling erbjuder alla studenter på campus att delta i en i tillvägagångssättet enkel tävling. Vi vet att det i alla utbildningar och på alla campus finns personer med den kreativa gåvan, och vi hoppas på att attrahera många olika discipliner och studenter.

Genom bra sponsoravtal kan vi dessutom erbjuda studenterna riktigt bra dragplåster:

Vi har glädjen att kunna dela ut tio checkar á 1.000 kr till de bästa tio bidragen.

Vi är dessutom riktigt stolta över att kunna presentera Åsa Vilbäck som inledningstalare på kick-offdagen.

**Sammanlagt tror vi att detta kan bli en riktigt rolig tävling som har funnits i många år på universitetet.**

### *Kundnytta*

Vi vill genom priser och uppmuntran ge de studenter som deltar i tävlingen något roligt att slåss för. Det är ju bara två personer som kan vinna, visserligen, men VentureZone står bakom tävlingen och erbjuder gratis rådgivning till alla som vill ta sin idé ett steg till, efter tävlingen. Så det finns bara vinnare, inga förlorare förutom de som inte ser till att få in sitt bidrag.

Att vi dessutom i kick-offen bjuder på bra talare, gratis frukost/lunch och kaffe är kundnytta så att det stänker om det.

### *Produkt*

**Post-it® Idétävling är en enkel produkt.** Själva tävlingen genomförs på nätet, [venturezone.se](http://venturezone.se) där anmälan och information kommer ut.

Då stor del av produkten ligger i ”inspirationen” försöker vi lägga så mycket kraft som möjligt på bra inledning – kick-off-dagen. Detta har lett till att en viss diversifiering av produkten kan ses. Vi riskerar att träffa olika målgrupper med kick-off och tävlingen, men hoppas på att båda läger har det kull!

## **Marknad**

**Post-it® Idétävling hittar sin största målgrupp hos studenterna vid LiU.** Vi vet med erfarenhet från tidigare tävlingar och liknande event att många av de intresserade kommer från ekonomsidan eller från de tekniska disciplinerna. Vi hoppas dock på att just Post-it® Idétävling kan hitta sig en målgrupp även i övriga utbildningar.

**Då tävlingen är av mer kommunikativ art hoppas vi även på att sponsra ett visst korstänkande, där tekniker tar användning av sina kreativa vänner och tvärt om.**

Uppskattningsvis tror vi att vår samlade målgrupp kan vara ungefär 25.000 studenter. Vi tror nämligen att alla som studerar vid LiU har något att komma med i tävlingen.

### *Marknadsplan*

**För årets upplaga av Post-it® Idétävling har vi tagit fram den Lilla Idéboken för att inspirera studenterna att vara med. Går att ladda ner på [VentureZone.se](http://VentureZone.se)**

Men för att nå alla 25.000 studenter krävs det ett visst idogt arbete. Vi hoppas även på att nyheten ska spridas av de studenter vi bär med oss, genom att de tar med sig den Lilla Idéboken självmant.

**Vi kommer även att sprida länk och information om tävlingen via Internet. Kodordet för hela tävlingen är [www.venturezone.se](http://www.venturezone.se).**

### *Konkurrenter*

Vi anser att detta är en tävling som saknats på Linköpings Universitet, och tror inte att målgruppen utsätts för direkt marknadsföring av ett liknande event. Däremot har vi andra aktörer som tar resurser från vår målgrupp, vi kallar dem tidstjuvar.