

MARKEDSFØRING

Lagnavn:

Lagnummer:

FORSLAG TIL SPØRSMÅL:

- Hvordan identifiserte dere målgruppen deres?
- Var dere i kontakt med potensielle målgrupper for å bedre produktet/ ideen deres?
- Har dere tenkt på hvordan dere skal få ut produktet/ ideen til kunder?
- Har dere brukt mye tid på markedsføring av produktet deres i forkant av turneringen?
- Hvordan har veilederen fulgt dere opp i prosjektperioden?

Fri vurdering/ notat / Kommentar til laget: (Noe positivt og konkret som laget kan ta med seg videre)

SAMARBEID

FORSLAG TIL SAMARBEIDSSPØRSMÅL:

- Hva har vært den største utfordringen med arbeidsprosessen/ samarbeidet/ oppgaven?
- Oppdaget dere noen nye sider ved deres klasse/lagkamerater i prosjektet?
- Hvordan har samarbeidet i gruppen fungert?
- Kjenner dere til FLL kjerneverdier, og har dere brukt dem?
- Hvordan har veilederen fulgt dere opp i prosjektperioden?
- Skulle dere helst sett at noe var gjort annerledes?

Fri vurdering/ notat / Kommentar til laget: (Noe positivt og konkret som laget kan ta med seg videre)

MARKEDSFØRING

0-2 poeng - ingen grad av måloppnåelse		3-5 poeng - liten grad av måloppnåelse		6-8 poeng - stor grad av måloppnåelse		9-10 poeng - meget stor grad av måloppnåelse	
Kriterier							Fyll inn poeng 0-10
Målgruppe	Ingen beskrivelse av hvem de skal selge produktet til eller hvorfor denne målgruppen behøver produktet.	Laget har en mangelfull plan over hvem som burde være deres målgruppe og hvorfor de behøver produktet.	Laget har beskrevet hvem som er målgruppen og/eller hvorfor nettopp denne målgruppen behøver produktet deres, men den er noe mangelfull.	Laget har klart og tydelig beskrevet hvem produktet skal ut til og hvorfor nettopp denne målgruppen behøver produktet deres.			
Distribusjonsstrategi	Laget har ingen plan for hvordan produktet deres skal distribueres til potensielle kunder.	Distribusjonsstrategien er klar, men med tydelige mangler. Laget har tenkt på dette, men har ikke noen konkret plan.	Distribusjonsstrategien er klar, men med noen mangler.	Laget har lagt en klar og tydelig distribusjonsstrategi om hvordan de skal få produktet til kunder.			
Markedsføring	Laget har ikke delt produktet eller ideen sin med noen.	Laget har tildels markedsført produktet sitt, men har ingen videre plan.	Laget har markedsført produktet sitt i nærmiljø, og har en plan for videre markedsføring.	Laget har delt ideen/ produktet sitt med flere og har en god plan for videre markedsføring/ har gjennomført planen.			

SAMARBEID

0-2 poeng - ingen grad av måloppnåelse		3-5 poeng - liten grad av måloppnåelse		6-8 poeng - stor grad av måloppnåelse		9-10 poeng - meget stor grad av måloppnåelse	
Kriterier							Fyll inn poeng 0-10
Lagånd	Manglende entusiasme og glede for prosjektet sitt.	Noe entusiasme og glede for prosjektet sitt.	Deler av laget viser entusiasme og glede for prosjektet sitt.	Hele laget viser tydelig entusiasme og glede for prosjektet sitt.			
FLL kjerneverdier	Laget kjenner ikke til FLL kjerneverdier.	Laget har en viss kjennskap til FLL kjerneverdier.	Deler av FLL kjerneverdier har vært sentrale i lagets arbeid.	Alle FLL kjerneverdier har vært sentrale for hele laget gjennom hele arbeidsprosessen.			
Fremdrift/ Tidsplanlegging	Laget er uorganisert og har ikke noen plan for å komme i mål med prosjektet.	Laget er delvis organisert/ har en ufullstendig plan.	Laget hadde en klar organisering og tidplan, og har delvis fulgt den opp.	Laget er velorganisert og har en god tidsplan som har gjort at de kom i mål med prosjektet sitt.			
Respekt og inkludering	Viser ingen respekt og/eller inkludering av sine lagdeltagere.	Deler av laget viser respekt og/ eller inkludering.	Hele laget viser tydelig respekt og alle deltagerne er inkludert.	Hele laget viser tydelig respekt og alle deltagerne er inkludert selv i vanskelige/ stressende situasjoner.			