

## MARKNADSFÖRING

Lagets namn:

Lagets nummer:

### FÖRSLAG PÅ FRÅGOR:

- Hur identifierade ni er målgrupp?
- Tog ni kontakt med potentiella målgrupper för att förbättra er produkt/idé?
- Har ni tänkt på hur ni ska få ut produkten/idén till kunder?
- Har ni lagt mycket tid på att marknadsföra produkten före turneringen?
- Hur har handledaren följt upp med er under projektet?

Egna synpunkter/anteckningar/kommentarer till laget: (Något positivt och konkret som laget kan ta med sig vidare)

## SAMARBETE

### FÖRSLAG PÅ SAMARBETSFRÅGOR:

- Har ni lyckats göra det ni ville i projektet?
- Vad har varit den största utmaningen med arbetsprocessen/samarbetet/uppgiften?
- Har ni sett några nya sidor hos era klasskamrater eller lagkamrater under projektet?
- Hur har samarbetet i gruppen fungerat?
- Är ni nöjda med hur arbetsfördelningen blev?
- Finns det något som ni helst hade gjort på annat sätt?
- Hur har handledaren följt upp med er under projektet?

Egna synpunkter/anteckningar/kommentarer till laget: (Något positivt och konkret som laget kan ta med sig vidare)

## MARKNADSFÖRING

<b>Kriterier</b>	<b>0-2 poäng</b> - uppnår inte målet alls	<b>3-5 poäng</b> - uppnår en liten del av målet	<b>6-8 poäng</b> - uppnår en stor del av målet	<b>9-10 poäng</b> - uppnår en mycket stor del av målet	<i>Fyll i poäng, 0-10</i>
<b>Målgrupp</b>	Ingen beskrivning av vem de ska sälja produkten till eller varför den här målgruppen behöver produkten.	Laget har en bristfällig plan rörande vilka som borde vara deras målgrupp och varför de behöver produkten.	Laget har beskrivit vem som är deras målgrupp och/eller varför just den här målgruppen behöver deras produkt, men det finns vissa brister.	Laget har klart och tydligt beskrivit vem produkten ska ut till och varför just den målgruppen behöver produkten.	
<b>Distributionsstrategi</b>	Laget har ingen plan för hur deras produkt ska distribueras till potentiella kunder.	Distributionsstrategin finns men har tydliga brister. Laget har tänkt på det, men inte kommit fram till någon konkret plan.	Distributionsstrategin finns men har vissa brister.	Laget har skapat en klar och tydlig distributionsstrategi för hur de ska få ut produkten till sina kunder.	
<b>Marknadsföring</b>	Laget har inte delat produkten eller idén med någon.	Laget har i viss utsträckning marknadsfört produkten, men de har ingen plan.	Laget har marknadsfört produkten i sin närmiljö och har en plan för vidare marknadsföring.	Laget har delat idén/produkten och har en bra plan för vidare marknadsföring/har genomfört planen.	

## SAMARBETE

<b>Kriterier</b>	<b>0-2 poäng</b> - uppnår inte målet alls	<b>3-5 poäng</b> - uppnår en liten del av målet	<b>6-8 poäng</b> - uppnår en stor del av målet	<b>9-10 poäng</b> - uppnår en mycket stor del av målet	<i>Fyll i poäng, 0-10</i>
<b>Laganda</b>	Bristande entusiasm och engagemang för projektet.	En del entusiasm och engagemang för projektet.	Delar av laget visar entusiasm och engagemang för projektet.	Hela laget visar tydligt entusiasm och engagemang för projektet.	
<b>FLL:s kärnvärden</b>	Laget känner inte till FLL:s kärnvärden.	Laget har viss kunskap om FLL:s kärnvärden.	Delar av FLL:s kärnvärden har varit viktiga under lagets arbete.	Alla FLL-kärnvärden har varit viktiga för hela laget genom hela arbetsprocessen.	
<b>Process/tidsplanering</b>	Laget är oorganiserat och har ingen plan för hur man ska föra projektet i mål.	Laget är delvis organiserat/ har en ofullständig plan.	Laget hade en klar organisering och tidsplan, men lyckades inte följa den.	Laget var välorganiserat och hade en väl fungerande tidsplan som gjorde att de kom i mål med projektet.	
<b>Respekt och inkludering</b>	De visar ingen respekt för och inkluderar inte alla lagdeltagare.	Delar av laget visar respekt och inkluderar.	Hela laget visar tydligt respekt och samtliga deltagare inkluderar.	Hela laget visar tydlig respekt och alla deltagare inkluderar, till och med i svåra och stressiga situationer.	