



sustainable young entrepreneurs

**Sustainable and Social Entrepreneurship for Youth
(SUSE) Programma**

Pitch handboek voor Jongerenwerkers



**Co-funded by
the European Union**

Project nr: 2022-2-RO01-KA220-YOU-000102027

Identiteit van het document

Ontvangers	Partners van duurzaam en sociaal ondernemerschap voor jongeren
Vertrouwelijkheid	Publiek

Versiebeheer

Versie	Datum	Auteurs
V1	Juni 2024	Sofia Tsiortou and Dimitrios Mylonas
V2	16 September 2024	Sofia Tsiortou and Dimitrios Mylonas
V3		
V4		

Dit document kan zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd.

Alle rechten voorbehouden. [AUTEURSRECHT](#)

© Copyright 2023 Duurzaam en sociaal ondernemerschap voor jongeren

Partners:



**Co-funded by
the European Union**

Gefinancierd door de Europese Unie. De geuite standpunten en meningen zijn echter alleen die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de Europese Unie of het Europees Uitvoerend Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gesteld

Inhoud

Introductie	4
Doelstellingen.....	5
Ervaring met het organiseren van skills en het pitchen van events	6
Een pitch opzetten	7
Vaardigheden die nodig zijn om een pitch event te organiseren	8
Proces in drie stappen – de methodologie	8
Het opzetten van je pitch-evenement.....	9
Selectie van de deelnemers.....	10
SUSE deelnemers	11
Organisatie van het evenement.....	11
Marketing van evenementen	12
Het panel van externe deskundigen.....	13



Introductie

Op dit moment, geconfronteerd met de verwoestende gevolgen van COVID, is het duidelijk dat de toenemende jeugdwerkloosheid onze aandacht nodig heeft. In Griekenland bedroeg de jeugdwerkloosheid 28,6% (augustus '22). De regering heeft de ondernemersbelasting vanaf 2021 verlaagd om de werkgelegenheid in de komende jaren te bevorderen en ondernemerschap te bevorderen, en zo jongeren te motiveren om nieuwe bedrijven te starten. In augustus '22 rapporteerde Spanje ook een van de hoogste jeugdwerkloosheidscijfers in de EU: 26,6%. Malta heeft een 9,8% (aug '22) van de jongeren die werkloos waren, Roemenië 22,8% en in Nederland is het aantal 8,6% in aug '22. In alle landen is een negatieve trend te zien, de cijfers gaan naar beneden. Ze zijn echter nog steeds niet op het niveau van vóór Covid, die onze aandacht nodig hebben.

Volgens de Internationale Arbeidsorganisatie (ILO) had de pandemie een "verwoestende en onevenredige" impact op de werkgelegenheid voor jongeren, terwijl uit de meest recente cijfers blijkt dat jongeren te maken hebben met grote belemmeringen op het gebied van voortgezette opleiding en onderwijs, het wisselen van baan en het betreden van de arbeidsmarkt. Bovendien worden jongeren gemakkelijker ontslagen als de economische cyclus zwak is (EC). Om het belang van het welzijn van jongeren in de toekomst te benadrukken, heeft de EC een **jongerengarantie ontwikkeld**, een verbintenis van alle lidstaten om ervoor te zorgen dat alle jongeren onder de 25 jaar een fatsoenlijk aanbod van goede kwaliteit krijgen voor werk en voortgezet onderwijs. Om de werkgelegenheid en het ondernemerschap voor jongeren te bevorderen, wil de EU investeren in vaardigheden die werkgevers zoeken en loopbaanbegeleiding en -advies ontwikkelen. Dit project kan een enorme impact hebben om vooral de jongeren te activeren om creatief en innovatief te zijn en een (sociaal) bedrijf te starten, en deze kans te gebruiken om weer in contact te komen met leeftijdsgenoten en de gemeenschap. Hoewel er veel trainingsmateriaal beschikbaar is met betrekking tot SE voor jongeren, is er een gebrek aan aandacht voor het digitale, innovatieve en praktische deel van deze curricula. Vooral op dit moment, waarin afstandsonderwijs de nieuwe standaard is geworden, is het belangrijk dat jongeren meer te weten komen over SE en zich bewust worden van de nodige digitale vaardigheden.

Jong ondernemerschap is een waardevol instrument om jeugdwerkloosheid en sociale uitsluiting te bestrijden en innovatie onder jongeren te stimuleren. Als jonge leiders van morgen is het van cruciaal belang dat jongeren worden geïnformeerd en betrokken bij de wereldwijde visie voor de toekomst (Verenigde Naties). Daarom combineren we het onderwijzen van SE met de Sustainable Development Goals en de betrokkenheid van de gemeenschap om jongeren aan te moedigen hun zakelijke ideeën direct toe te passen in de lokale gemeenschap. Volgens Eurostat staan NL (87%), EL (87%), MT (92%) en ES (84%) in 2021 aan de top van jongeren (16-29 jaar) met het hoogste aandeel algemene digitale basisvaardigheden.

Aan de andere kant zit Roemenië aan de andere kant van de schaal: 46% van de jongeren heeft ten minste algemene digitale basisvaardigheden. De ontwikkeling van ondernemersvaardigheden en -kennis is een prioriteit voor overheden die een innovatieve en ondernemende samenleving willen stimuleren. Wedstrijden voor bedrijfsplannen (d.w.z. pitchwedstrijden), hoewel ze in de eerste plaats gericht zijn op het produceren van start-ups, blijken een reeks voordelen te bieden aan de deelnemers, waarvan de belangrijkste de ontwikkeling van ondernemersvaardigheden, toegang tot mentoren, de mogelijkheid om te netwerken en een groter zelfvertrouwen en het nemen van risico's zijn. Het is een geweldige manier om feedback van het publiek te krijgen, connecties met partners te vinden, zakelijke ideeën gefinancierd te krijgen en te leren omgaan met stress.

Doelgroep van dit WP zijn jongerenwerkers en andere belanghebbenden die geïnteresseerd zijn in het organiseren van een wedstrijd met betrekking tot (sociaal) ondernemerschap en businessmodellen.



Indirecte doelgroep zijn jongeren, ondernemers en de lokale gemeenschap, aangezien zij ook een bijdrage zullen leveren en zullen deelnemen aan de wedstrijd. Het organiseren van dit soort evenementen versterkt zowel de jeugd, maar ook de organiserende organisaties. De opbrengsten variëren van:

- Het creëren van bewustzijn van sociale economie en sociaal ondernemerschap bij jongeren als een kans op (zelfstandige) werk voor hun toekomst en het vergroten van de inzetbaarheid op korte en lange termijn.
- Innovatieve ideeën ontwikkelen, aangevuld met gerelateerd trainingsmateriaal met de SDG's als rode draad, en de verbinding van jongeren met hun lokale gemeenschappen mogelijk maken.
- Een meer praktische aanpak bieden om meer te weten te komen over sociale economie en sociaal ondernemerschap.

In het algemeen heeft het SUSE-partnerschap tot doel richtlijnen en praktische aanbevelingen op te stellen voor het organiseren van soortgelijke evenementen in elk type organisatie dat met jongeren werkt.

Deze gids is bedoeld voor jongerenwerkers, belanghebbenden en andere vertegenwoordigers van organisaties die een pitch-evenement willen organiseren.

Doelstellingen

De doelstellingen van dit werkpakket zijn meervoudig, variërend van het verzamelen van ervaringen uit het verleden van partners bij het organiseren van soortgelijke evenementen en activiteiten, tot het bieden van richtsnoeren en begeleiding over hoe dergelijke acties daadwerkelijk intern kunnen worden opgezet. De gebruikte methodologie was om voornamelijk via een online vragenlijst informatie van de partners te verzamelen over hun eerdere werk, onderzoek te doen naar de meest voorkomende benaderingen die in het algemeen worden gebruikt om een online pitch-evenement op te zetten, om te discussiëren en input te verzamelen van andere experts en mentoren die dergelijke evenementen hebben ondersteund.

De belangrijkste doelstellingen zijn dat de SUSE-partners dit document gebruiken als aanvulling op de PPT en online pitch-evenementen of hybride evenementen voor jongeren ontwerpen. Jongeren zullen:

- **Hun** ondernemersvaardigheden bevorderen en hun ondernemerskansen verbeteren,
- De activiteit zal jongeren **in staat stellen** om als ondernemers op te treden,
- de organisaties helpen **de jeugdwerkloosheid** in heel Europa te bestrijden door sociaal ondernemerschap en de opkomst van nieuwe bedrijven te stimuleren;
- **Jongeren activeren** door hen te betrekken bij het vinden van oplossingen voor sociale problemen in de lokale gemeenschap gericht op duurzaamheid door ook informatie over SDG's te integreren,
- Breng de aandacht voor de **noodzaak om jongeren actief te inspireren** om sociaal ondernemer te worden door het organiseren van een vaardigheids- en pitchwedstrijd.
- Tot slot, streven naar **het overbruggen van de kloof tussen jongeren en het bedrijfsleven** door jongeren en ondernemers in een vroeg stadium van hun leven met elkaar te verbinden en zo samenwerking te bevorderen.



Ervaring met het organiseren van skills en het pitchen van events

Via de online vragenlijst die door de WP-leider is bedacht, zijn in totaal 10 ervaringen verzameld. De samenvatting van de verzamelde informatie vindt je hieronder:

1. Alle partners hebben ervaring met het organiseren van pitch-evenementen, hetzij in-house, in samenwerking met een derde partij, hetzij als onderdeel van een algemeen evenement.
2. De doelstellingen van de evenementen waren uiteenlopend:
 - a) De meerderheid had betrekking op de presentatie van algemene zakelijke ideeën of het verbeteren van vaardigheden die nodig zijn voor een zakelijk vooruitzicht,
 - b) Anderen hadden betrekking op het ontvangen van een prijs of het ontvangen van startkapitaal.
3. De meeste evenementen werden fysiek georganiseerd, op 2 na. Eén werd volledig online georganiseerd vanwege de Covid-beperkingen en één in videoformaat, d.w.z. video's van de pitch-ideeën werden ter evaluatie gestuurd.
4. Met betrekking tot de vraag wat de pitchcompetities succesvol maakte, kwamen de volgende opmerkingen binnen:
 - a) Aan het online evenement konden meerdere deelnemers uit het hele land deelnemen, waarbij deelnemers vanaf 15 jaar ideeën presenteerden.
 - b) Goede voorbereiding van de deelnemers, het geven van duidelijke instructies over wat er verwacht werd met betrekking tot de inhoud van hun pitch; de tijd die ze hadden om de pitch te maken en instructies met betrekking tot de belangrijkste punten en boodschappen die overgebracht moesten worden.
 - c) Het mede organiseren van de pitchwedstrijd als onderdeel van een groter evenement over sociaal ondernemerschap, en het uitnodigen van deskundige sprekers. Bijvoorbeeld een van de oprichters van Tony Chocolonely, een van de grootste chocolademerken van Nederland. Dat hielp om publiek aan te trekken.
 - d) Mede georganiseerd door alle lokale mbo's en hogescholen, die samenwerken met het algehele startup-ecosysteem, met de bank als sponsor. De organisatiekracht is dus heel sterk en het netwerk ook.
 - e) Het succes van de pitchcompetitie wordt toegeschreven aan functies zoals professionele pitchtraining, een gestructureerd selectieproces door juryleden, betrokkenheid van het publiek met een "People's Choice Award" en duidelijke beloningen, waaronder geldprijzen en tentoonstellingsmogelijkheden.
 - f) De pitchwedstrijd, georganiseerd voor studenten van de Polytechnische Universiteit van Boekarest, was gedurende meerdere jaren geïnitieerd en bood continuïteit en perspectief voor toekomstige initiatieven van de deelnemers. Het pitch-evenement omvatte verschillende fasen, presentatie van het bedrijfsidee in bredere termen, videopresentatie in 1 minuut en eindpresentatie met actieve deelname van studenten en beoordelaars. Er was ook een subsidie voor de beste zakelijke ideeën.
 - g) De wedstrijd impliceerde een voorafgaande opleiding van studenten gericht op de ontwikkeling van ondernemerskennis, presentatievaardigheden, marketing, spreken in het openbaar, enz. Het omvatte ook een nauwe samenwerking, mentorschap door een ondernemer. Grand werd uiteindelijk op grandioze wijze georganiseerd met de implicatie van een bekende zakenman, door financiële beurzen aan studenten aan te bieden.

1. Gerelateerd aan de vraag, welk type professionals betrokken waren bij de pitch set-up, is de volgende informatie verzameld:
 - a) Een ervaren moderator en een projectmanager eventueel met kennis van zaken op het gebied van event management,
 - b) Deelnemende panelexperts uit verschillende expertisegebieden, of uit de publieke en private sector, of juryleden die de pitches beoordelen op basis van innovatie, financiële haalbaarheid, teamsterkte en technologiegebruik,
 - c) Mentoren om deelnemers te ondersteunen en hen te helpen met hun pitch-ideeën en presentaties,
 - d) Beheerders om te helpen met de organisaties, d.w.z. receptie voor registraties, marketingprofessionals,
 - e) Deskundigen op het gebied van sociale innovatie, ondernemerschap, alsook leerkrachten/opleiders en hun medestudenten die relevant waren voor het specifieke evenement en de gepresenteerde ideeën (d.w.z. het doelgebied);
 - f) Deelnemers die de driestappen evaluatie kunnen volgen en toepassen. Ten eerste moesten ideeën worden gepresenteerd volgens criteria en formaliteiten die waren vastgelegd in de gids van de deelnemers. Na een inleidende selectie moesten succesvolle zakelijke ideeën worden gepresenteerd in creatieve en meeslepende video's. In een derde fase moesten de geselecteerde ideeën online worden gepresenteerd in de grote finale, waar elk team dat zich in de laatste ronde kwalificeerde, kon pleiten voor het bedrijfsidee en vragen van de jury kon beantwoorden.
2. De financieringscontext waarin de evenementen werden georganiseerd: de evenementen werden gefinancierd via een door de EU gefinancierd project, d.w.z. een deel van de activiteiten ervan, of werden gepromoot en gefinancierd via een universiteit of openbare instelling.

Een pitch opzetten

1. Met betrekking tot de professionals die nodig zijn om een pitchwedstrijd te organiseren, werden de volgende vermeld als nodig (gerangschikt op basis van hun belang:
 - a) Trainer op het gebied van ondernemersvaardigheden en/of ondernemerschap,
 - b) Projectmanager/pitch manager
 - c) Panellid met betrekking tot de gepresenteerde gebieden,
 - d) Bestaande ondernemers om advies te geven,
 - e) Mentoren en/of trainers om ondersteuning te bieden,
 - f) Andere ondersteunende professionals zoals IT-experts, ondersteunende trainers, motivatoren voor spreken in het openbaar.
2. Benodigde infrastructuur:
 - a) Conferentieruimte of grote evenementenruimte,
 - b) Catering en ruimte voor koffiepauzes,
 - c) IT-infrastructuur (microfoons, internet, online vergadersoftware), welkomstruimte voor registratie, gastenruimte om te zitten/staan,
 - d) Online/offline ondersteuning voor het delen van informatie, voorbereidingsruimte voor deelnemers om zich voor te bereiden, aparte ruimte voor panelleden om te zitten,

3. Marketing met behulp van sociale media: Het is noodzakelijk om strategisch gebruik te maken van sociale media zoals X, Instagram, Facebook om uw evenementen op de markt te brengen. Andere gebruikte marketingkanalen waren een speciale website, directe e-mails en nieuwsbrieven die naar organisaties werden gestuurd, het maken van posters om mensen te informeren en ten slotte andere soorten promoties zoals de presentatie van het evenement op andere evenementen, persoonlijke uitnodigingen enz.

Vaardigheden die nodig zijn om een pitch event te organiseren

1. De partners rapporteerden de volgende belangrijke vaardigheden die nodig zijn om een pitch-evenement te organiseren:
 - a) Het belangrijkste: ondernemersvaardigheden hebben om de gepresenteerde zakelijke ideeën te begrijpen en in staat zijn om de selectiecriteria en richtlijnen voor de deelnemers te schrijven.
 - b) Ten tweede, vaardigheden om een pitch-evenement te organiseren en te modereren,
 - c) Ten derde bood IT-ondersteuning om online evenementen te beheren, marketingvaardigheden om reclame te maken voor het evenement en het schrijven van selectiecriteria voor de leden van het evaluatiepanel.
 - d) In navolging van het bovenstaande worden ook deze vaardigheden gerapporteerd: timemanagement, teammanagement, administratieve vaardigheden, het organiseren van live streaming-evenementen, presentatievaardigheden, netwerkvaardigheden om het evenement te promoten, technische vaardigheden om zoom-/teamplatforms te beheren.
2. Gerelateerd aan de vraag: Wat zou je nodig hebben, gezien al het bovenstaande, om een pitch event te organiseren? De volgende antwoorden werden verzameld:
 - a) Netwerk- en marketingvaardigheden, een vergaderruimte, tijd om het te organiseren,
 - b) Vaardigheden op het gebied van evenementenbeheer en het netwerk om de deelnemers en het publiek aan te trekken,
 - c) Netwerk om de deelnemers en het publiek te vinden,
 - d) Professionele expertise die nodig is om pitches te evalueren (hoogste belang),
 - e) Toegang tot ervaren en succesvolle ondernemers om uitgenodigd te worden om te spreken,
 - f) Indien georganiseerd in een online ruimte IT-expert om technische ondersteuning te bieden, online moderatievaardigheden,

De conclusie van de analyse van de vragenlijst is dat de meeste partners ervaring hebben met het organiseren van evenementen en vertrouwen hebben in het organiseren van een online of hybride evenement als onderdeel van het SUSE-project.

Proces in drie stappen – de methodologie

De voorbereidingsmethodologie is van cruciaal belang voor alle partners om te begrijpen hoe de SUSE-pitch-evenementen zullen worden georganiseerd. Het bevat het tijdsaspect en de tijdgerelateerde informatie, en verdeelt het proces in beheersbare stappen. Bovendien zal de methodologie de partners in staat stellen om hun middelen individueel intern voor te bereiden en te organiseren. Wat zoekt het SUSE-project van de aanvragers:

- **Relevantie van de geïdentificeerde behoefte** – ze moeten kunnen begrijpen waarom deze behoefte een probleem is en ervoor zorgen dat ze gericht zijn op het oplossen van sociale of milieukwesties.
- **Oplossing** – is hun beschreven idee origineel en doordacht?
- **Product of een dienst?** Wat is de innovatie - differentiatie van bestaande concurrentie, waarom is hun idee beter en sterker?
- **Team** – het vermogen van het team om het voorgestelde idee uit te voeren – Hebben ze wat nodig is? Ze moeten een kort overzicht geven van hun ervaringen en knowhow of die van hun team.
- **Sociale impact** – Welke sociale impact willen ze creëren? Definieer hun missie. Wat zijn de veranderingen die ze willen doorvoeren?

Het opzetten van je pitch-evenement

Volgens de antwoorden op de bovenstaande vragenlijst is een pitch-methodologie noodzakelijk. De voorgestelde SUSE Pitch-methodologie bestaat uit de volgende stappen:

1. **Bepaal de structuur van het evenement en het platform voor je online pitch evenement.** Als je van plan bent om een volledig online evenement of een hybride evenement te organiseren, is het noodzakelijk om te beslissen welk platform je gaat gebruiken. De keuze moet zijn tussen platforms zoals Zoom of MS Teams die een verscheidenheid aan diensten aanbieden, zoals de break-out rooms. Ze ondersteunen verder de modus voor meerdere presentatoren, de mogelijkheid om te chatten, documentatie te delen en vraag- en antwoordsessies. Zorg ervoor dat je pitch-evenement is opgesplitst in afzonderlijke sessies die zichtbaar zijn in je agenda:
 - a) **Openingssessie:** waar je je evenement, de deelnemers, het panel, het doel, de structuur en het evaluatieproces voorstelt. Vergeet niet te vermelden hoe het online platform werkt en waar ze een e-mail naartoe moeten sturen in geval van een technisch probleem en de GDPR-principes. Overweeg om één persoon te laten delegeren om vragen in de chat te beantwoorden. Zorg ervoor dat je uw agenda online deelt terwijl je spreekt.
 - b) **Individuele of groepsplaatsen:** Het grootste deel van het evenement. Zorg ervoor dat de regels, vooral met betrekking tot de tijdsbesteding, duidelijk zijn en worden begrepen door de deelnemers. Vraag hen of ze bereid zijn om te beginnen en of ze hun presentaties kunnen delen. Dingen om te overwegen: Sta de modus voor meerdere presentatoren toe, ontvang hun presentaties vóór het evenement zodat je een kopie hebt, zorg ervoor dat het panel aanwezig is en via hun luidsprekers kan horen, zorg ervoor dat het geluid in orde is, neem de sessies op en bewaar ze voor later gebruik, houd rekening met Q&A na elke pitch door de panelleden. Bedank de deelnemers voor hun presentaties. Laat uw deelnemers weten dat ze hun hand kunnen opsteken als ze willen spreken of commentaar willen geven.
 - c) **Herhaal de regels/ methodologie nadat de pitches zijn voltooid:** zorg ervoor dat je het evaluatieproces en de tijd met betrekking tot de evaluatie door het panel herhaalt. Je kunt de panelleden in een aparte ruimte opsplitsen om gedurende een bepaalde periode te discussiëren. Tips: Neem niet meer tijd dan oorspronkelijk gepland voor de paneldiscussie, zorg ervoor dat het panel de nodige criteria voorafgaand aan het evenement heeft ontvangen en de tijd heeft gehad om eventuele vragen over de criteria te stellen, zorg ervoor dat het panel elke evaluatie opschrijft zodat deze na het evenement naar de presentatoren kan worden gestuurd om hun pitches te

verbeteren, Wanneer alle partijen zijn teruggekeerd naar de hoofdconferentieruimte, zorg er dan voor dat iedereen daar is.

- d) **Award:** laat de panelleden de winnende pitch en de verantwoording ervan presenteren. Zorg ervoor dat je de winnaar herhaalt en wat ze hebben gewonnen. Zorg ervoor dat je vermeldt dat verliezende pitches een speciale evaluatiebrief van het panel ontvangen. Zie het specifieke gedeelte hieronder voor de selectie van het panel. Schrijf alles op in de chat zodat ze deze informatie ook kunnen lezen.
- e) **Sluiten:** zorg voor een eventuele Q&A van alle deelnemers. Zorg ervoor dat het evenement is opgenomen en dat geïnteresseerde deelnemers een kopie van alleen hun pitches kunnen ontvangen als ze dat willen. Bedank iedereen (deelnemers, panel, beheerders, IT-personeel en anderen die je hebben geholpen) en sluit de sessie af. Als je wilt, kun je om een screenshot vragen om op je sociale media te plaatsen. Zorg ervoor dat iedereen die heeft afgesproken om zijn camera aan te hebben, dit ook doet. Sla de opname op uw computer op met een originele naam.

Selectie van de deelnemers

2. **Selectie van deelnemers:** Voorafgaand aan uw evenement moet je de deelnemers selecteren en dus een duidelijk aanmeldingsproces hebben met duidelijke deelnamecriteria. Je kunt een speciale website opzetten waar je eventuele deelnemers hierover in uw eigen taal informeert. De website, sociale media of elk ander medium dat je kiest, moet het volgende bevatten: een registratieformulier, het doel van het evenement, de samenvatting en het beoogde publiek, de prijs, algemene informatie met betrekking tot het tijdsbestek en de deadlines, het formaat van de pitch, de belangrijkste elementen die moeten worden opgenomen, zoals de missieverklaring, hun doelgroep, hun oplossing, hun financiële strategie en/of marktpotentieel, enz.). De partners kunnen verder toevoegen (als ze dat willen) dat ze de eerste applicatieversies zullen beoordelen, zodat ze kunnen worden verbeterd en toegestaan in het pitch-evenement. De website moet ook een speciale sectie hebben voor de panelleden om de nodige informatie en registratie-informatie en formulieren te vinden. Alle deelnemers en panelleden moeten akkoord gaan met uw GDPR-verklaring die het mogelijk moet maken om het evenement op te nemen, namen en e-mailadressen te delen met geïnteresseerde partijen, gemaakte foto's enz. Bespreek intern wat je in je AVG-verklaring moet schrijven. De SUSE FB-pagina en de projectwebsite moeten ook nationale informatie over de winnaars bevatten.

Mogelijke vragen om te stellen op het online inschrijvings-/aanvraagformulier:

- Naam/ achternaam, of naam van de groep, leeftijd, contactgegevens
- Applicatie/ idee titel,
- Sociaal bedrijfsgebied gericht op/ sociaal probleem om op te lossen in hun gemeenschap
- Oplossing aangeboden
- Korte beschrijving van hun bedrijfsidee/aan te bieden diensten of producten,
- Wat maakt hen anders dan hun concurrenten,
- Mogelijkheid om een document, logo etc. aan te leveren.

Deelnemers

Volgens de SUSE-applicatie moeten de deelnemers die worden uitgenodigd om deel te nemen aan de pitchsessies voldoen aan de volgende criteria:

- Jongeren van 16-25 jaar,
- Jonge ondernemers.

De deelnemers worden opgeroepen om een pitch te voltooien met de volgende kenmerken:

FORMAAT: 5 min Pitch, 5 min Q&A Sessie door de panelleden

De eindpresentatie moet het volgende bevatten:

- o **Titel** - geef uw naam, bedrijfsnaam op
- o **Probleem** – beschrijf de behoeften die je wilt vervullen
- o **Oplossing/kans** - hoe gaat je het geïdentificeerde probleem oplossen?
- o **Sociale impact** – wat wil je veranderen in de samenleving?
- o **Go-To Market Plan** – wie is uw klant/prijzen /financiële informatie /volwassenheid?
- o **Concurrentieanalyse** – hoe verschilt je van de concurrenten?

3. **Mogelijke voorbereiding voorafgaand aan het evenement:** je kunt een voorbereiding voorafgaand aan het evenement aanbieden, ondersteund door uw trainers, als je de mogelijkheid heeft. Hierdoor kunnen deelnemers repeteren en vertrouwd raken met de online technologie die zal worden gebruikt. Nogmaals, men kan een Zoom- of Teams-platform gebruiken. Zorg ervoor dat je hier voldoende tijd voor uittrekt. Zorgen voor de organisatie van technologische controles met zowel deelnemers als panelleden vóór het eigenlijke evenement. Het is belangrijk dat de deelnemers worden aangespoord om het trainingsmateriaal door te nemen dat in het kader van het SUSE-project is gemaakt. Zij krijgen de gelegenheid om te discussiëren en te communiceren met nationale mentoren en opleiders, die deel uitmaken van het SUSE-partnerschap, om hen te helpen zich voor te bereiden. Zorg ervoor dat je de link naar het onderwijsprogramma hebt gedeeld en een vervolgsessie of e-mail hebt geprogrammeerd.

Organisatie van het evenement

4. **Het evenement:** Start het evenement ten minste 15 minuten voor de daadwerkelijke starttijd. Zorg dat er tijdens deze periode van 15 minuten één dia actief is met de organisatie van het evenement, zodat de deelnemers weten dat ze de juiste link hebben ingevoerd. Gedurende deze tijd moet je regelmatig de e-mail controleren op e-mails met betrekking tot mogelijke technische problemen die deelnemers of panelleden tegenkomen waardoor ze niet kunnen deelnemen aan het online evenement. Een ander lid of uw personeel moet contact opnemen met deze deelnemers en hen helpen lid te worden. Zoals hierboven vermeld, moet een duidelijke agenda worden gepresenteerd en gevolgd. De agenda kan aanvullende informatie en links bevatten, zoals live polls, links en algemene informatie over het evenement. Een toegewijd persoon kan verantwoordelijk zijn voor Q&A-sessies, live polls en de presentatie ervan, het beheren van de tijd, het zorgen voor een soepele overgang tussen pitches en het organiseren van de break-out rooms. Tips: zorg ervoor dat je een ruimte hebt gehuurd of de kamer in eigen beheer hebt geboekt die je gaat gebruiken. Selecteer het meest geschikte tijdstip voor uw evenement (ochtend, middag of middag) om een optimale opkomst te garanderen.

Marketing van evenementen

1. **Marketing van het evenement:** het is essentieel dat uw evenement op de juiste manier in de markt is gezet om ervoor te zorgen dat aanvragen, gastdeelnemers, sprekers, panelleden zich kunnen aanmelden, enz. Creëer een strategie die 1 maand voorafgaand aan het evenement duurt met informatie zoals evenementdata, aanvraaginformatie, prijsinformatie en algemene informatie voor het evenement, zoals de locatie of het gebruikte online platform. Gebruik sociale media, websites, posters, betaalde sociale mediacampagnes, e-mails en nieuwsbrieven en gebruik in het algemeen je hele netwerk om het evenement te promoten. Overweeg om contact op te nemen met lokale, regionale en nationale jongerenorganisaties, universiteiten en andere verenigingen die dit verder kunnen promoten bij verwante doelgroepen en doelgroepen. Creëer spanning! Gebruik indien mogelijk uittreksels van ingediende aanvragen als teasers (uiteraard moet dit vooraf worden overeengekomen met de aanvragers). Gebruik hashtags om de zichtbaarheid en betrokkenheid van het publiek verder te vergroten.
 - a. **Facebook-marketing:** gebruik de FB-pagina (uw pagina of maak een speciale pagina voor het evenement) en zet een betaalde campagne op om het evenement te promoten. je kunt het publiek, de duur, het budget en welke resultaten je wilt bereiken selecteren. Je moet een specifiek bericht hebben gemaakt waarvoor campagne wordt gevoerd. Zorg ervoor dat je de inhoud correct heeft (datum, locatie, formulierlink, onderscheiding enz.) en ondersteunende foto's om aan uw advertentie toe te voegen.
 - b. **Instagram:** gebruik de zakelijke versie van Instagram en zet een betaalde campagne op. je heeft een zakelijke e-mail nodig, evenals de informatie zoals hierboven vermeld (Zie a)
 - c. **TikTok:** maak een korte video en post die, stuur de link naar jongerenorganisaties, universiteiten en je netwerk om mogelijke toepassingen aan te trekken.
 - d. **X:** maak een tweet met een link naar de speciale website/ pagina met de informatie over het evenement.

Houd er rekening mee dat je ook na afloop van het evenement een bericht plaatst met het winnende idee. Je kunt er ook voor kiezen om tijdens het evenement (1-2 min) korte interviews door de sollicitanten te krijgen over hun ervaringen en deze op je sociale media en op de SUSE FB-pagina te plaatsen.

5. **Betrokkenheid bij publiek en stakeholders:** het is belangrijk om in gesprek te gaan met stakeholders van het publiek en korte live polls te organiseren voor de pitches om interacties te stimuleren. je kunt Mentimeter gebruiken voor live feedback. Dit zal het evenement levendiger maken. Mentimeter kan ook worden gebruikt tijdens een hybride evenement of een face-to-face evenement, waarbij de resultaten direct online in de presentaties worden getoond. Als belanghebbenden, influencers of anderen deelnemen, zullen zij bijdragen aan het evenement en zowel expertise als mogelijke toekomstige kansen bieden.

Panel van externe deskundigen

De panelexperts die je hebt uitgenodigd, moeten relevant zijn voor ondernemerschap. Het zijn ervaren ondernemers of het zijn trainers. Ze moeten in staat zijn om kwaliteitsevaluatie te bieden, de pitches te beoordelen en te scoren op basis van de beste kwaliteitsoplossing die wordt aangeboden.

- Creëer een oproep voor panelexperts voor uw online pitch-evenement. Het moet een oneven getal 3 of 5 zijn.
- Maak een online formulier aan en verzamel informatie over: naam, beroep, jarenlange ervaring in ondernemerschap, eerdere ervaring met deelname aan evaluatiepanels, mogelijke ervaring met trainers, ervaring met mentorschap en motivatie om deel te nemen,
- Maak contact met degenen die het beste bij uw criteria passen. Vergeet niet om ook uw interne personeel te zoeken op zoek naar panelleden.
- Onderteken informele overeenkomsten voor hun werk als uw interne administratie dit vereist. Vergeet niet dat de panelactiviteiten geen betaalde dienst van het SUSE-project zijn.
- Organiseer een korte online sessie om het SUSE-project en het pitchevenement te presenteren. Presenteer de evaluatiecriteria. Deze kunnen er ongeveer zo uitzien:

Criteria	Definitie	Score				
		1	2	3	4	5
Probleem/noodzaak	Aan welke klantbehoeften voldoet u?					
Oplossing	De kwaliteit van de oplossing?					
Target Market	Hoe goed is de markt gedefinieerd? Wat is de bedrijfsruimte? Wie zijn de klanten/opdrachtgevers?					
Teammanagement	Vermogen van het team om uit te voeren? Hoe is het in balans? Deskundigheid?					
Concurrentie	Verschil met concurrenten (innovatiefunctie)					
Financieren	Bewijs van het inkomen? Hoe solide zijn de financiële cijfers?					
Maatschappelijke impact	Veranderingen in de samenleving?					
Kwaliteit van de presentatie	Hoe gestructureerd en soepel is de presentatie?					

Zorg ervoor dat ze de criteria begrijpen en toegang hebben tot het online platform dat je hebt geselecteerd. Vergeet niet om voorafgaand aan het evenement een technische check te doen.