



sustainable young entrepreneurs

**Antreprenoriat social și durabil pentru tineri
Programul SUSE**

**Competiția de pitching - Ghid pentru lucrătorii de
tineret**



**Co-funded by
the European Union**

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

Identitatea documentului

Beneficiari	Partenerii proiectului Antreprenoriat social și durabil pentru tineri
Statut de confidențialitate	Public

Versiunile documentului

Versiune	Data	Autori
V1	iunie 2024	Sofia Tsiortou și Dimitrios Mylonas
V2	16 septembrie 2024	Sofia Tsiortou și Dimitrios Mylonas
V3		
V4		

Acest document se poate modifica fără notificare prealabilă.

Toate drepturile rezervate. [COPYRIGHT](#)

© Copyright 2023 Sustainable and Social Entrepreneurship for Youth

Parteneri:



Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.



**Co-funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

Introducere.....	4
Obiective.....	5
Experiență în organizarea de evenimente de dezvoltare a competențelor și de lansare	5
Configurarea unei competiții de proiecte	7
Competențe necesare pentru organizarea unei competiții de proiecte	7
Procesul în trei etape - metodologie.....	8
SUSE - Metodologia pentru pitching - pregătirea evenimentului de prezentare a proiectelor	8
Selectarea participanților	9
Participanții SUSE	10
Organizarea evenimentului	11
Marketingul evenimentului.....	11
Grupul de experți externi	12

Introducere

Consecințele devastatoare ale pandemiei de COVID-19 evidențiază urgența abordării tematicii șomajului în rândul tinerilor, care continuă să fie o provocare majoră. În Grecia, de exemplu, rata șomajului în rândul tinerilor era de 28,6% în august 2022. În efortul de a stimula ocuparea forței de muncă și antreprenoriatul, guvernul a redus taxele pentru afaceri încă din 2021, încurajând astfel tinerii să inițieze noi afaceri. Situația este similară în Spania, unde, în aceeași perioadă, rata șomajului pentru tineri ajungea la 26,6%, una dintre cele mai ridicate din Uniunea Europeană.

Pe de altă parte, Malta a raportat o rată mai scăzută, de 9,8%, în timp ce România a indicat 22,8%, iar Olanda 8,6%. Deși toate aceste țări au înregistrat o scădere treptată a șomajului, cifrele nu au revenit încă la nivelurile pre-pandemice, subliniind necesitatea unor măsuri continue și proactive.

Potrivit Organizației Internaționale a Muncii (OIM), pandemia a avut un impact „devastator și disproporționat” asupra ocupării forței de muncă în rândul tinerilor, accentuând obstacolele pe care aceștia le întâmpină în continuarea formării și educației, tranziția între locuri de muncă și integrarea pe piața muncii. În plus, tinerii sunt adesea primii afectați în perioadele de încetinire economică, fiind mai vulnerabili la concedieri (CE).

Pentru a susține bunăstarea tinerilor și a facilita integrarea lor profesională, Comisia Europeană a introdus Garanția pentru tineret, prin care statele membre se angajează să le ofere tuturor persoanelor sub 25 de ani oportunități de angajare sau continuare a educației la standarde decente. Totodată, pentru a stimula ocuparea forței de muncă și antreprenoriatul, UE investește în formarea competențelor cerute pe piața muncii și în dezvoltarea serviciilor de orientare și consiliere profesională.

Aceste inițiative au potențialul de a încuraja creativitatea, inovația și implicarea tinerilor în afaceri (inclusiv sociale), ajutându-i să se reconecteze cu comunitățile lor. Cu toate acestea, deși există numeroase resurse de formare pentru antreprenoriatul social destinat tinerilor, programele actuale acordă o atenție insuficientă aspectelor digitale, inovatoare și practice. În contextul actual, în care învățarea la distanță devine norma, este esențial ca tinerii să fie educați în privința antreprenoriatului social și să își dezvolte competențele digitale necesare pentru a prospera în această nouă realitate.

Antreprenoriatul în rândul tinerilor este un instrument valoros pentru combaterea șomajului în rândul tinerilor și a excluziunii sociale, precum și pentru stimularea inovării în rândul tinerilor (CE). În calitate de lideri de mâine, este esențial ca tinerii să fie informați și implicați în viziunea globală pentru viitor (Organizația Națiunilor Unite). Prin urmare, combinăm predarea SE cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă și implicarea comunității pentru a încuraja tinerii să aplice direct ideile lor de afaceri în comunitatea locală. Conform Eurostat, în 2021, NL (87%), EL (87%), MT (92%) și ES (84%) sunt în topul tinerilor (16-29 de ani) care au cea mai mare pondere a competențelor digitale generale de bază.

Pe de altă parte, România se află la celălalt capăt al scalei: 46% dintre tineri au cel puțin competențe digitale generale de bază. Dezvoltarea competențelor și cunoștințelor antreprenoriale este o prioritate pentru guvernele care doresc să încurajeze o societate inovatoare și întreprinzătoare. Competițiile de planuri de afaceri (de exemplu, concursurile de lansare - „pitching”), deși vizează în primul rând înființarea de noi întreprinderi, oferă o serie de beneficii participanților, cele mai importante fiind dezvoltarea competențelor antreprenoriale, accesul la mentori, oportunitatea de a crea rețele, creșterea încrederii în sine și a tendinței de asumare a riscurilor. Este o modalitate excelentă de a primi feedback din partea publicului, de a găsi legături de parteneriat, de a obține finanțarea ideilor de afaceri și de a învăța cum să faci față stresului.

Grupul țintă al acestui program de lucru sunt lucrătorii de tineret și alte părți interesate care sunt interesate de organizarea unui concurs legat de antreprenoriatul (social) și de modelele de afaceri. Grupul țintă indirect va fi format din tineri, antreprenori și comunitatea locală, deoarece aceștia vor contribui și vor participa la concurs. Organizarea acestor tipuri de evenimente consolidează atât tinerii, cât și organizațiile organizatoare. Printre beneficiile obținute se numără:

- Conștientizarea economiei sociale și a antreprenoriatului social în rândul tinerilor ca o oportunitate de (auto)angajare pentru viitorul lor și creșterea capacității de inserție profesională pe termen scurt și lung.
- Dezvoltarea de idei inovatoare, completate de materiale de formare conexe, folosind SDG-urile ca fir comun și permițând conectarea tinerilor la comunitățile lor locale.
- Oferirea unei abordări mai practice pentru a învăța despre economia socială și antreprenoriatul social.

În general, parteneriatul SUSE își propune să creeze orientări și recomandări practice privind organizarea de evenimente similare în orice tip de organizație care lucrează cu tinerii.

Acest ghid se adresează lucrătorilor de tineret, părților interesate și reprezentanților altor organizații care doresc să organizeze un eveniment de pitching.

Obiective

Acest pachet de lucru are mai multe obiective, variind de la colectarea experiențelor anterioare ale partenerilor în organizarea de evenimente și activități similare, la oferirea de recomandări și îndrumări cu privire la modul în care se pot organiza astfel de acțiuni la nivel intern. Metodologia utilizată a constat în principal în colectarea, prin intermediul unui chestionar online, de informații de la parteneri cu privire la activitatea lor anterioară, în cercetarea celor mai comune abordări adoptate în general pentru a organiza un eveniment de pitching online, în discutarea și colectarea de informații de la alți experți și mentori care au sprijinit astfel de evenimente.

Scopul principal este ca partenerii SUSE să utilizeze acest document ca suport suplimentar pentru prezentarea PPT, facilitând organizarea de evenimente de pitching online sau hibride adresate tinerilor.

În ceea ce privește tinerii:

- Își vor **dezvolta abilitățile antreprenoriale** și își vor spori **oportunitățile** în acest domeniu.
- Activitatea **va încuraja tinerii** să acționeze ca antreprenori.
- Evenimentele de acest fel vor sprijini organizațiile în reducerea șomajului în rândul tinerilor din Europa, promovând antreprenoriatul social și lansarea de noi afaceri.
- Tinerii vor fi **implicați activ** în identificarea soluțiilor pentru problemele sociale din comunitățile lor, având ca obiectiv durabilitatea și utilizând informațiile despre Obiectivele de Dezvoltare Durabilă (SDG).
- Se va pune accent pe **inspirarea tinerilor să devină antreprenori sociali**, prin organizarea unui concurs de competențe și pitching.
- În final, inițiativa își propune **să reducă distanța dintre tineri și mediul de afaceri**, conectându-i pe aceștia cu antreprenorii încă din primele etape ale carierei lor, pentru a stimula colaborarea.

Experiență în organizarea de evenimente de dezvoltare a competențelor și de lansare

Prin intermediul chestionarului online elaborat de coordonatorul acestui pachet de lucru, au fost identificate 10 tipuri distincte de experiențe. Rezumatul acestora este prezentat mai jos:

1. Toți partenerii au experiență în organizarea de evenimente de pitching, fie intern, fie în colaborare cu terți, sau ca parte a unui eveniment mai amplu, cum ar fi un summit.
2. Obiectivele acestor evenimente au fost diverse:

- a. Majoritatea se refereau la prezentarea de idei generale de afaceri sau la îmbunătățirea competențelor necesare pentru dezvoltarea unei eventuale afaceri.
 - b. Altele au avut ca scop obținerea unui premiu sau accesarea unui capital de pornire.
3. Majoritatea evenimentelor s-au desfășurat fizic, cu două excepții: unul organizat exclusiv online din cauza restricțiilor impuse de Covid-19, iar altul în format video, în cadrul căruia participanții au trimis înregistrări cu ideile prezentate pentru evaluare.
4. Referitor la întrebarea ce a contribuit la succesul concursurilor de pitching, au fost primite următoarele comentarii:
 - a. Evenimentul online a permis participarea unui număr mare de participanți din întreaga țară, inclusiv a unor tineri de doar 15 ani, care și-au prezentat ideile.
 - b. Pregătirea riguroasă a participanților a inclus oferirea de instrucțiuni clare cu privire la conținutul așteptat al prezentării, timpul alocat pentru pitch și principalele puncte și mesaje care trebuiau transmise.
 - c. Competiția de pitching a fost organizată ca parte a unui eveniment mai amplu dedicat antreprenoriatului social și a inclus invitați speciali, cum ar fi unul dintre fondatorii Tony Chocolonely, unul dintre cele mai mari branduri de ciocolată din Olanda. Această abordare a contribuit la atragerea unui public numeros.
 - d. Organizarea evenimentului a fost realizată în colaborare cu toate instituțiile locale de învățământ profesional și universitățile de științe aplicate, care au parteneriate active cu ecosistemul startup-urilor, iar sponsorul principal a fost o bancă. Astfel, evenimentul a beneficiat de o putere organizațională solidă și de o rețea extinsă.
 - e. Succesul competiției de pitching s-a datorat unor elemente cheie precum: sesiuni de pregătire profesională pentru pitching, un proces structurat de selecție realizat de juriu, implicarea publicului printr-un „Premiu al Publicului” și recompense clare, inclusiv premii în bani și oportunități de expunere.
 - f. Competiția de pitching organizată pentru studenții Universității Politehnice din București a fost inițiată cu mai mulți ani în urmă, oferind continuitate și perspective pentru viitoarele inițiative ale participanților. Evenimentul a fost structurat în mai multe etape, incluzând: prezentarea generală a ideii de afaceri, o prezentare video de 1 minut și prezentarea finală cu implicarea activă a studenților și a evaluatorilor. Cele mai bune idei de afaceri au beneficiat de granturi financiare.
 - g. Competiția a implicat și o pregătire prealabilă a studenților, concentrată pe dezvoltarea cunoștințelor antreprenoriale, abilități de prezentare, marketing, vorbit în public etc. De asemenea, a inclus o colaborare strânsă și mentorat din partea unui antreprenor. Finala a fost organizată într-un mod grandios, cu participarea unui om de afaceri cunoscut, oferind granturi financiare studenților.
5. Referitor la întrebarea, ce tip de profesioniști au fost implicați în organizarea pitch-urilor, au fost colectate următoarele informații:
 - a. Un moderator cu experiență și un manager de proiect cu cunoștințe în domeniul organizării de evenimente,
 - b. Experți din diferite domenii, din sectorul public și privat, experți care evaluează propunerile pe baza gradului de inovare, a fezabilității financiare, a forței echipei și a utilizării tehnologiei
 - c. Mentori care să îi sprijine pe participanți și să îi ajute în elaborarea ideilor și prezentărilor,
 - d. Personal administrativ care să ajute cu organizarea, de exemplu, recepție pentru înscrieri, profesioniști în marketing

- e. Experți în domeniul inovării sociale, al antreprenoriatului, precum și profesori/formatori, colegii lor studenți care au fost relevanți pentru evenimentul specific și ideile prezentate (adică domeniul vizat)
 - f. Participanți care pot urma și aplica evaluarea în trei etape. În primul rând, ideile trebuie să fie prezentate în conformitate cu criteriile și formalitățile stabilite în ghidul participanților. După o primă selecție, ideile de afaceri selectate trebuie să fie prezentate într-un videoclip creativ și convingător. Într-o a treia etapă, ideile selectate trebuie prezentate online în marea finală, unde fiecare echipă calificată în ultima rundă își poate susține ideea de afaceri și răspunde la întrebările juriului.
6. Contextul de finanțare în care se organizează evenimentele: evenimentele sunt fie finanțate prin intermediul unui proiect finanțat de UE, adică parte a activităților acestuia, fie promovate și finanțate prin intermediul unei universități sau instituții publice.

Configurarea unei competiții de pitching

7. În ceea ce privește profesioniștii necesari pentru organizarea unei competiții de pitching, au fost enumerate ca fiind necesare următoarele (în funcție de importanța lor):
- a. Abilități antreprenoriale și/sau formator de competențe antreprenoriale,
 - b. Manager de proiect / manager de campanie,
 - c. Membru al juriului din domeniile prezentate,
 - d. Antreprenori cunoscuți care să ofere consiliere,
 - e. Mentori și/sau formatori care să ofere sprijin,
 - f. Alți profesioniști de sprijin, cum ar fi experți IT, formatori de sprijin, moderatori pentru vorbitul în public.
8. Infrastructura necesară:
- a. Sală de conferințe sau sală mare pentru evenimente,
 - b. Catering și zonă pentru pauzele de cafea,
 - c. Infrastructură IT (microfoane, internet, software pentru întâlniri online), zonă de bun venit pentru înregistrare, zonă pentru ca invitații să stea / să stea în picioare,
 - d. Suport online/offline pentru schimbul de informații, zonă de pregătire pentru concurenți, zonă separată pentru membrii comisiei
9. Marketing prin intermediul social media: Este necesară folosirea strategică a rețelelor de socializare, cum ar fi X, Instagram, Facebook, pentru a vă comercializa evenimentele. Alte canale de marketing utilizate au fost un site web dedicat, e-mailuri directe și buletine informative trimise organizațiilor, crearea de afișe pentru a informa publicul și, în sfârșit, alte tipuri de promovare, cum ar fi prezentarea evenimentului în cadrul altor evenimente, invitații față în față etc.

Competențe necesare pentru organizarea unei competiții de pitching

10. Partenerii au indicat următoarele competențe-cheie necesare pentru organizarea unei competiții de pitching:
- a. Cel mai important: să aibă competențe antreprenoriale, pentru a înțelege ideile de afaceri prezentate și pentru a putea redacta criteriile de selecție și instrucțiunile pentru participanți.

- b. În al doilea rând, să aibă competențe de organizare și moderare a unui eveniment de pitching,
 - c. În al treilea rând, să beneficieze de suport IT oferit pentru a gestiona evenimentele online, competențe de marketing pentru a face publicitate evenimentului și pentru a redacta criteriile de selectare a membrilor comisiei de evaluare.
 - d. Ca urmare a celor de mai sus, au fost identificate și următoarele abilități: gestionarea timpului, gestionarea echipei, abilități administrative, organizarea de evenimente live streaming, abilități de prezentare, abilități de networking pentru promovarea evenimentului, abilități tehnice pentru utilizarea platformelor zoom/echipa.
11. În legătură cu întrebarea: Având în vedere toate cele de mai sus, ce vă este necesar pentru organizarea unei competiții de pitching? Au fost obținute următoarele răspunsuri:
- a. Abilități de networking și marketing, o sală de conferințe, timp pentru organizare,
 - b. abilități de organizare a evenimentelor și rețea pentru a atrage participanții și publicul,
 - c. Rețeaua pentru a găsi participanții și publicul,
 - d. Expertiza profesională necesară pentru a evalua prezentările (cea mai mare importanță),
 - e. Acces la antreprenori cu experiență și de succes pentru a fi invitați să vorbească,
 - f. În cazul organizării în spațiul online, un expert IT care să ofere asistență tehnică, competențe de moderare online,

Concluzia analizei chestionarului este că majoritatea partenerilor au experiență în organizarea de evenimente și se simt încrezători în organizarea unui eveniment online sau hibrid ca parte a proiectului SUSE.

Procesul în trei etape - metodologie

Metodologia de pregătire este importantă pentru ca toți partenerii să înțeleagă clar cum vor fi organizate competițiile de pitching SUSE. Practic, aceasta oferă detalii despre calendarul activităților și împarte procesul în etape simple, care să fie ușor de parcurs. În același timp, metodologia îi ajută pe parteneri să se organizeze pe cont propriu, să-și gestioneze resursele și să se pregătească intern, în ritmul lor.

Ce așteaptă proiectul SUSE de la candidați:

- **Relevanța nevoii identificate** - ar trebui să fie capabili să explice de ce această nevoie reprezintă o problemă și să se asigure că scopul lor este de a rezolva o problemă socială sau de mediu.
- **Soluția** - ideea descrisă de ei este originală și bine gândită?
- **Produs sau serviciu? În ce constă inovația** - deosebirea de concurența existentă, de ce ideea lor este mai bună și mai puternică?
- **Echipa** - capacitatea echipei de a pune în aplicare ideea propusă - are ceea ce trebuie? Ar trebui să ofere o scurtă prezentare generală a experienței și cunoștințelor lor sau ale echipei lor.
- **Impactul social** - Ce impact social doresc să creeze? Să își definească misiunea. Care este schimbarea pe care doresc să o pună în aplicare?

SUSE - Metodologia pentru pitching - pregătirea evenimentului de prezentare a proiectelor

Conform răspunsurilor la chestionarul de mai sus, este necesară o metodologie de prezentare.

Metodologiade Pitching SUSE propusă cuprinde următorii pași:

1. **Determinați structura evenimentului și platforma pe care se va desfășura evenimentul online.**

Indiferent dacă doriți să organizați un eveniment complet online sau unul de tip hibrid, este important să alegeți platforma potrivită. Opțiuni precum Zoom sau Microsoft Teams sunt ideale, deoarece oferă funcționalități variate, cum ar fi camere de discuții, modul cu mai mulți prezentatori, opțiuni de chat, partajarea documentelor și sesiuni interactive de întrebări și răspunsuri. Pentru un eveniment de pitching bine organizat, asigurați-vă că structurați agenda în sesiuni distincte, clare și accesibile pentru participanți:

- a. **Sesiunea de deschidere** este momentul în care vă prezentați evenimentul, participanții, echipa și scopul acestuia, precum și structura și procesul de evaluare. Asigurați-vă că explicați cum funcționează platforma online și indicați unde să se trimită un e-mail în caz de probleme tehnice, precum și principiile GDPR. Este o idee bună să aveți o persoană care să răspundă întrebărilor din chat. De asemenea, partajați agenda online pe măsură ce desfășurați evenimentul.
- b. **Prezentarea individuală sau în grup: Momentul principal al evenimentului**
Este important ca regulile – mai ales cele legate de timpul alocat – să fie clare și bine înțelese de către toți participanții. Înainte de a începe, întrebați dacă toată lumea este pregătită și dacă prezentările pot fi susținute fără probleme. Iată câteva lucruri de care să țineți cont:
 - Permiteți ca prezentările să fie realizate de unul sau mai mulți membri, în funcție de preferințe.
 - Ar fi util să primiți prezentările în avans, astfel încât să aveți o copie de rezervă.
 - Verificați dacă toți membrii juriului sunt prezenți, dacă echipamentele audio sunt funcționale, dacă sunetul este clar.
 - Asigurați-vă că sunetul funcționează bine pentru toată lumea.
 - Dacă este posibil, înregistrați sesiunile pentru a le putea folosi ulterior, la nevoie.
 - După fiecare prezentare, oferiți membrilor juriului ocazia să pună întrebări sau să facă observații.
 - Nu uitați să mulțumiți fiecărui participant pentru efortul depus.
 - De asemenea, informați participanții că pot ridica mâna dacă doresc să întrebe sau să comenteze.
- c. **Repețiți regulile/metodologia după finalizarea prezentărilor:** asigurați-vă că repetați procesul de evaluare și că juriului i se acordă timpul necesar pentru deliberare. Puteți organiza o cameră separată, unde membrii juriului să poată delibera, într-un interval de timp bine stabilit. Recomandări: Respectați strict timpul planificat pentru deliberarea juriului, fără a-l depăși. Asigurați-vă că membrii juriului au primit criteriile de evaluare înaintea evenimentului și că au avut ocazia să adreseze întrebări pentru clarificări. Încurajați juriul să noteze fiecare evaluare, astfel încât feedback-ul să poată fi oferit participanților ulterior, pentru a-i ajuta să-și îmbunătățească proiectele. După ce deliberările s-au încheiat și toți participanții s-au reîntors în sala principală, verificați dacă toți cei implicați sunt prezenți înainte de a continua.
- d. **Premiul:** Membrii juriului trebuie să anunțe proiectul câștigător și justificarea. Asigurați-vă că repetați numele câștigătorului și ce a câștigat. Nu uitați să menționați că ofertele

pierzătoare vor primi o scrisoare de evaluare personalizată din partea juriului. Consultați secțiunea specifică de mai jos pentru selectarea juriului. Scrieți totul în chat, astfel încât fiecare să poată citi aceste informații.

- e. **Închidere:** Permiteți o eventuală sesiune de întrebări și răspunsuri din partea tuturor participanților. Asigurați-vă că menționați că evenimentul a fost înregistrat și că participanții interesați pot primi, dacă doresc, o copie doar a prezentărilor lor. Mulțumiți tuturor (participanților, juriului, organizatorilor, personalului IT și altor persoane care v-au ajutat) și închideți sesiunea. Dacă doriți, puteți solicita o captură de ecran pentru a o posta pe rețelele dvs. de socializare. Asigurați-vă că toți cei care au fost de acord să aibă camerele pornite, o fac. Salvați înregistrarea pe computerul dvs. cu un nume adecvat.

Selectarea participanților

2. **Selectarea participanților:** Înainte de eveniment, trebuie să selectați participanții și, prin urmare, trebuie să organizați un proces de înscriere, cu criterii de participare clare. Puteți crea un site web dedicat, prin intermediul căruia să informați posibili participanți, în limba dumneavoastră. Site-ul web, rețelele de socializare sau orice alt mediu pe care îl selectați ar trebui să conțină: un formular de înregistrare, scopul evenimentului, rezumatul, publicul vizat, premiul, informații generale legate de calendar și termene limită, formatul de prezentare, elementele-cheie care ar trebui incluse, cum ar fi declarația de intenție, grupul țintă, soluția propusă, strategia financiară și/sau potențialul de piață, etc.). Partenerii pot adăuga (dacă doresc) că vor examina primele versiuni ale cererilor, astfel încât acestea să poată fi îmbunătățite și admise în cadrul competiției de proiecte. Site-ul internet ar trebui să aibă, de asemenea, o secțiune dedicată membrilor juriului, precum și informațiile și formularele de înregistrare. Toți participanții și membrii juriului ar trebui să își dea acordul privind GDPR, ceea ce ar trebui să permită înregistrarea evenimentului, transmiterea numelor și adreselor de e-mail către părțile interesate, realizarea de fotografii, etc. Discutați în prealabil ce trebuie să scrieți în declarația GDPR. Pagina SUSE FB și site-ul web al proiectului ar trebui să includă, de asemenea, informații despre câștigătorii la nivel național.

Întrebări posibile care pot fi incluse la înscrierea online/ în formularul de înscriere:

- Nume/ prenume/ sau numele grupului, vârsta, informații de contact
- Titlul proiectului/ ideii de afaceri,
- Domeniu pe care se axează afacerea socială/ problema socială de rezolvat în comunitatea lor
- Soluția oferită
- O scurtă descriere a ideii de afacere, a serviciului sau produselor oferite
- Ce îi diferențiază de concurenții lor
- Opțiunea de a trimite un document, un logo etc.

Participanții SUSE

Conform aplicației SUSE, participanții invitați să participe la sesiunile de prezentare de proiecte trebuie să îndeplinească următoarele criterii:

- Tineri cu vârste cuprinse între 15 și 25 de ani,
- Tineri antreprenori.

Participanților li se va solicita să susțină o prezentare cu următoarele caracteristici:

FORMAT: prezentare de 5 minute; o sesiune de 5 minute pentru întrebări și răspunsuri din partea membrilor juriului

Prezentarea finală a proiectului/ideii ar trebui să includă:

- **Titlul** - numele participantului și numele companiei
 - **Problema** – descrierea nevoilor pe care doriți să le satisfaceți
 - **Soluția/Oportunitatea** - cum veți rezolva problema identificată?
 - **Impactul social** – ce schimbare vă propuneți să aduceți în societate?
 - **Planul de intrare pe piață** – cine este clientul dvs./ informații despre prețuri/ date financiare/ maturitate?
 - **Analiza concurenței** – în ce fel vă diferențiați de concurență?
3. **Pregătire înainte de eveniment:** Dacă este posibil, organizați o sesiune de pregătire prealabilă susținută de formatorii dumneavoastră. Aceasta va oferi participanților ocazia să exerseze și să se familiarizeze cu platforma online care va fi utilizată, precum Zoom sau Teams. Alocați suficient timp pentru acest proces. Înainte de evenimentul propriu-zis, realizați o verificare tehnică împreună cu participanții și membrii juriului, pentru a asigura buna funcționare a echipamentelor și platformei. De asemenea, încurajați participanții să consulte materialele de instruire dezvoltate în cadrul proiectului SUSE, organizați sesiuni interactive cu mentori și formatori naționali din parteneriatul SUSE, pentru a sprijini pregătirea participanților. Distribuți linkul către programul educațional și planificați o sesiune de follow-up sau trimiteți un email pentru a monitoriza progresul participanților.

Organizarea evenimentului

4. **Evenimentul:** Începeți evenimentul cu cel puțin 15 minute înainte de ora oficială de start. În această perioadă, afișați un slide cu informații despre organizarea evenimentului, astfel încât participanții să fie siguri că au accesat linkul corect. Totodată, verificați constant emailul pentru a identifica eventuale probleme tehnice întâmpinate de participanți sau de membrii juriului care nu reușesc să se conecteze. Un alt membru al echipei ar trebui să ia legătura cu aceștia și să îi sprijine în procesul de conectare. După cum s-a menționat anterior, este important să urmați o agendă clară. Aceasta poate include informații suplimentare, cum ar fi link-uri pentru sondaje live sau detalii generale despre eveniment. De asemenea, desemnați o persoană responsabilă pentru gestionarea sesiunilor de întrebări și răspunsuri, organizarea și prezentarea sondajelor live, respectarea timpului, asigurarea tranzițiilor fluide între prezentări și administrarea camerelor de discuții (breakout rooms). Nu uitați să închiriați un spațiu sau să rezervați sala în care va avea loc evenimentul, dacă este cazul. Alegeți momentul cel mai potrivit (dimineața, prânz sau după-amiază) pentru a maximiza participarea.

Marketingul evenimentului

5. **Marketingul evenimentului:** este esențial ca evenimentul dumneavoastră să fie promovat corespunzător pentru a asigura înregistrarea, participarea invitaților, a speakerilor, a membrilor juriului, etc. Creați o strategie de marketing care să înceapă cu cel puțin 1 lună înainte de eveniment, care să cuprindă informații precum datele evenimentului, informații despre înregistrare, premii și informații generale despre eveniment, cum ar fi locația sau platforma online utilizată. Folosiți rețelele sociale, site-uri web, postere, campanii plătite pe rețelele sociale, emailuri și newslettere și, în general, valorificați toate oportunitățile de promovare a evenimentului. Având în vedere că este vorba despre tineri, luați în considerare contactarea organizațiilor locale, regionale și naționale de tineret, universităților și altor asociații care ar

putea ajuta la promovarea acestuia către grupuri și audiențe țintă relevante. Stârniți entuziasm! Dacă aveți posibilitatea, utilizați ca material de promovare fragmente din înregistrările trimise de aplicanți, cu acordul lor prealabil.

- a. **Facebook marketing:** utilizați pagina FB (fie pagina dvs., fie creați una dedicată evenimentului) și creați o campanie plătită pentru a promova evenimentul. Puteți selecta audiența, durata, bugetul și ce rezultate doriți să obțineți. Trebuie să creați o postare specifică care va face obiectul campaniei. Asigurați-vă că ați corectat conținutul (data, locul de desfășurare, link-ul formularului, premiul etc.) și că aveți imagini de sprijin pe care să le adăugați anunțului.
- b. **Instagram:** utilizați versiunea de afaceri a Instagram și configurați o campanie plătită. Veți avea nevoie de un e-mail de afaceri, precum și de informațiile menționate mai sus (a se vedea punctul a.)
- c. **TikTok:** creați un scurt videoclip și postați-l, trimiteți link-ul organizațiilor de tineret, universităților și rețelei dvs. pentru a atrage posibili aplicanți.
- d. **X:** creați un tweet cu un link către site-ul/ pagina dedicată cu informații despre eveniment.

După încheierea evenimentului, nu uitați să postați ideea câștigătoare. De asemenea, în timpul evenimentului, puteți realiza scurte interviuri cu candidații (1-2 minute) despre experiența lor, pentru a le posta pe rețelele dvs. de socializare și pe pagina Facebook SUSE.

6. **Este important să interacționați cu audiența și părțile interesate** și să realizați scurte sondaje live în timpul prezentărilor, pentru a stimula implicarea. Puteți folosi Mentimeter pentru feedback în timp real. Acest lucru va face evenimentul mai dinamic. Mentimeter poate fi utilizat atât în cadrul unui eveniment hibrid, cât și la un eveniment față în față, cu rezultatele afișate direct în prezentări. Dacă participă și alte părți interesate, influenceri tineri sau alte persoane, aceștia vor contribui la eveniment, oferind nu doar expertiză, ci și posibile oportunități viitoare.

Grupul de experți externi

Experții invitați ar trebui să fie relevanți pentru domeniul antreprenoriatului, fie în calitate de antreprenori cu experiență, fie ca formatori. Aceștia trebuie să fie capabili să ofere evaluări de calitate, să analizeze prezentările și să acorde punctaje bazate pe cea mai bună soluție propusă.

1. Lansați o invitație pentru experți care să facă parte din juriul evenimentul de pitching online. Ar trebui să fie un număr impar 3 sau 5.
2. Creați un formular online și colectați informații cu privire la: numele, profesia, anii de experiență în antreprenoriat, experiența anterioară în participarea la echipe de jurizare sau comisii de evaluare, experiența eventualilor formatori, experiența în mentorat și motivația de a participa
3. Contactați-i pe cei care corespund cel mai bine criteriilor dvs. De asemenea, pentru identificarea membrilor juriului, puteți consulta și personalul dvs. intern.
4. Dacă organizarea dvs. internă solicită acest lucru, semnați acorduri informale pentru activitatea acestora. Nu uitați că activitățile juriului nu sunt un serviciu plătit prin proiectul SUSE.
5. Organizați o scurtă sesiune online pentru a prezenta proiectul SUSE și evenimentul de pitching. Prezentați criteriile de evaluare, care pot fi formulate astfel:

Criteriu	Descriere	Scor				
		1	2	3	4	5
Problemă/Nevoie	Ce nevoi ale clientului satisfaceți?					
Soluție	În ce constă calitatea soluției?					

Piața țintă	Cât de bine este definită piața? Care este sfera de activitate? Cine sunt clienții/consumatorii?					
Managementul echipei	Abilitatea echipei de a pune în aplicare? Cum este distribuită? Competențele?					
Concurența	Diferențierea față de concurență (caracteristică inovatoare)					
Finanțe	Dovada veniturilor? Cât de solide sunt datele financiare?					
Impact social	Schimbări sociale de realizat?					
Calitatea prezentării	Cât de structurată și coerentă este prezentarea?					

Asigurați-vă că aceștia înțeleg criteriile și au acces la platforma online pe care ați ales-o. Nu uitați să efectuați o verificare tehnică înainte de eveniment.