

Regulament de desfășurare

Compania Anului 2010 – Finala națională

Romania – 7-8 mai, 2010

Compania Anului 2010 – Finala națională reprezintă ultima etapă de evaluare în cadrul programului național Compania.

Ediția 2010 a finalei Compania Anului va avea loc la în cadrul International Graduate Fair (Târgul Absolvenților), 7-8 mai 2010, orele 10 - 17.

Locația: *Palatul Parlamentului, str. Izvor nr.2-4, sect.5, București.*

Condiții de participare

Echipele trebuie să îndeplinească următoarele condiții pentru participare la finală:

- echipa s-a calificat la etapa națională.
- echipa întrunește standardul de prezentare (prezentare ppt de 4 min + materiale obligatorii la stand conform regulamentului) a produsului/serviciului realizat
- echipa trebuie să aiba minim 2 reprezentanți la eveniment.

Echipele vor participa cu stand de prezentare/vânzare pe durata celor 2 zile ale Târgului Absolvenților.

Pentru echipele din afara Bucureștiului, prezența cu stand în data de 8 mai este *opțională*.

Standul companiei

Fiecare echipă va avea la dispoziție pentru prezentarea produsului/serviciului:

- stand 1.5m deschidere/2m adâncime/2m înălțime, (2 pereți – permite aplicarea de postere)
- masă și acces la curent electric (1 priză/stand), coș de gunoi, pazie cu numele echipei

Fiecare echipă trebuie să prezinte **la stand** cel puțin:

- produsul realizat – se admit produse prototip și produse pentru vânzare
- serviciul realizat – material de prezentare a serviciului
- plan de afaceri în 3 exemplare
- raport operațional – 3 exemplare (raportul va conține: lista activităților desfășurate, lista membrilor echipei, strategia de marketing, lista de prețuri, istoricul vânzărilor, unde există)
- buget de venituri și cheltuieli (pentru companiile operaționale)
- poster, flyer prezentare

Pe lângă aceste elemente, echipele pot utiliza și alte materiale promoționale în utilizarea standului, prezentări power-point, broșuri, etc.

Atenție!

Amenajarea standurilor va avea loc în dimineața zilei evenimentului, între orele 8:00 și 10:00.

Este permisă utilizarea laptopurilor

Nu este permisă utilizarea videoproiectoarelor sau a altor echipamente de putere mare pentru a evita problemele de suprasolicitare a rețelei electrice.

Nu este permisă folosirea boxelor de putere RMS peste 10W și a muzicii la standuri, cu excepția unor jingles de max 10 sec.

Procesul de jurizare

Procesul de jurizare al echipelor participante se va desfășura în 2 etape:

Etapa 1: Interviu la stand

Fiecare stand va fi vizitat de către membrii juriului, care vor solicita echipei informații și detalii despre produs/servicii lor.

Echipele trebuie să fie pregătite să răspundă la întrebări pe diverse teme. O listă de sugestii este disponibilă în anexa I

Etapa 2: Prezentare business în sala de prezentări, în fața publicului (inclusiv membrii celorlalte echipe) și a juriului. Prezentările de 4 minute vor fi realizate de către echipă cu suport vizual (power point sau video – format .avi sau .mpeg cu fond sonor).

Pentru realizarea prezentărilor echipele vor avea la dispoziție laptop, proiector, electricitate. Este recomandată prezența pe scenă și implicarea în prezentare a întregii echipe.

Criterii de jurizare

În evaluarea echipelor participante, juriul va lua în considerare următoarele aspecte:

| | |
|-----|--|
| 1. | Originalitatea produsului/serviciului |
| 2. | Utilitatea produsului/serviciului |
| 3. | Fezabilitatea produsului/serviciului |
| 4. | Modul în care a fost calculat prețul produsului prototip și prețul estimat pentru produsul serie |
| 5. | Impactul asupra mediului |
| 6. | Calitatea realizării machetei |
| 7. | Ambalajul propus |
| 8. | Etichetarea și modalitățile de informare a consumatorilor |
| 9. | Nivelul prețului propus atât la prototip cât și la produsul de serie |
| 10. | Profilul pieței |
| 11. | Definirea grupului țintă de clienți ai produsului/serviciului |
| 12. | Lista potențialilor furnizori |
| 13. | Modificările produsului/serviciului în conformitate cu cerințele clienților |
| 14. | Perspectiva de dezvoltare a produsului/serviciului |

| | |
|-----|--|
| 15. | Potențialul cererii pentru produsul/serviciul propus |
| 16. | Identificarea potențialilor investitori, clienți |
| 17. | Metodele de soluționare a problemelor tehnice |
| 18. | Criteriile care au stat la baza selectării produsului/serviciului |
| 19. | Marja de profit estimată |
| 20. | Beneficiile suplimentare ale produsului-serviciului propus în comparație cu produse similare |
| 21. | Conduita etică a membrilor companiei |
| 22. | Restricțiile legate de realizarea, depozitarea sau transportul produselor |
| 23. | Metode de promovare prin site-ului companiei |

- Echipele participante trebuie să dovedească parcurgerea și înțelegerea tuturor etapelor de la stabilirea obiectivelor companiei la definirea strategiei și a planului de atingere a acestora
- Încadrarea activităților planificate în buget sau în posibilitățile tehnice de aplicare a lor.
- Acuratețea înregistrărilor financiare.
- Vor fi analizate și apreciate următoarele aspecte cu privire la marketing:
 - Originalitatea și impactul materialelor promoționale și a proiectului de imagine conceput;
 - Bugetele alocate materialelor propuse pentru identitatea companiei, pentru realizarea standului sau pentru promovarea produselor trebuie să nu depășească bugetul prevăzut în planul de afaceri.
 - În situația existenței unui sponsor sau susținător financiar, trebuie indicată prezența acestuia și valoarea susținerii financiare/materiale
- Standarde de calitate

| Pregătire | Standarde de calitate |
|---|---|
| <p>Stand Echipa va prezenta produsul/serviciul pentru public și juriu în cadrul unui stand (1,5 m deschidere/ 1,5 m adâncime/2m înălțime) cu 2 pereți de dimensiune. <i>Dotările disponibile</i> vor fi o masa (80cmX80cm) și electricitate (1 priză). Echipele pot comercializa produsele/serviciile în cadrul târgului. <i>Informații suplimentare</i> despre stand și logistică sunt disponibile în <i>Regulamentul Finalei Naționale a Compania Anului 2010</i>.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Standul trebuie să aibă un aspect profesionist, business, prin materialele expuse și ținuta participanților Standul trebuie să fie vizibil, atractiv Standul pune în evidență produsul/serviciul oferit sau prezentat La stand trebuie să existe materiale auxiliare (materiale de prezentare, planul de afaceri, listă de prețuri, alte materiale ajutătoare pentru juriu și persoane interesate) |
| <p>Produs/serviciu Echipele calificate în finală au testat sau oferit spre vânzare produse/servicii pe care trebuie să le prezinte cât mai convingător pe parcursul finalei.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Produsul/serviciul funcționează conform promisiunii făcute clientului Produsele sunt în stadiul de prototip, funcțional sau producție de serie mică Serviciile sunt fezabile și demonstrabile în cadrul competiției (<i>în cazurile unde acest lucru nu este posibil datorită spațiului și infrastructurii disponibile la Târg, vor fi prezentate materiale foto/video de la testare</i>) Produsul/serviciul este 'gata pentru piață' prin modul de prezentare, ambalaj, are preț, etc |

| | |
|---|---|
| <p>Prezentare business Echipele vor avea la dispoziție 4 minute pentru a prezenta la sala de prezentări, în fața juriului și a publicului (inclusiv a celorlalte echipe concurente) un investment pitch prin care să demonstreze că produsul/serviciul lor și echipa sunt pregătite pentru succesul pe piața reală.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Produsul/serviciul sunt prezentate clar, ușor de înțeles • Echipa prezintă clar piața, strategia de marketing, oportunitățile și problemele, necesarul de resurse și soluțiile pentru asigurarea acestora • Echipa prezintă rezultatele pilotului și aduce argumente și dovezi în favoarea propunerii pe baza experienței de implementare • Prezentarea (recomandat Power Point) este realizată în mod profesionist, argumentat, respectând cerințele comunicării eficiente |
| <p>Materiale de prezentare Echipele vor pregăti 2 tipuri de materiale: de promovare (poster, flyer, clip, etc) și cu caracter informativ – materiale tip executiv summary – max 1 A4 fiecare (plan de afacere, listă de prețuri, studiu de caz, etc).</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Echipa prezintă un pachet complet de materiale, care include exemple, studii de caz sau rezultate ale pilotării • Materialele informative sunt clare și concise, ușor de parcurs, evidențiind produsul/serviciul și motivele pentru care acesta va avea succes pe piață și poate deveni un business sustenabil. • Toate materialele sunt realizate în mod profesionist, calitative ca aspect și conținut • Sponsorii, susținătorii proiectului (dacă este cazul) sunt menționați cu specificarea respectivă. |
| <p>Intâlnirea cu juriul la stand Echipele vor răspunde la întrebările membrilor juriului, pentru care trebuie să fie pregătite cunoscându-și foarte bine produsul/serviciul din punct de vedere al funcționării și dezvoltării afacerii. Detalii sunt disponibile în regulament</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Echipele trebuie să dea răspunsuri relevante și complete la întrebări legate de strategia lor de lansare pe piață și dezvoltare, aspectele comerciale ale afacerii costuri, furnizori, prețuri, accesul la resurse, fezabilitatea și sustenabilitatea afacerii. |

Premii

1. Compania Anului (competiție de antreprenoriat - elevi)*

1.1. Compania Anului - Elevi

Bursă Junior Achievers de participare a max 3 membrii ai echipei la finala europeana Company of the Year, Cagliari (Italia) – 19-23 iulie

1.2. Antreprenoriat în comunități mici

Bursa Romanian American Foundation pentru sprijinirea lansării afacerii tinerilor antreprenori

1.3. Premii speciale (Antreprenoriat social, IT, Turism)

Premii in obiecte



imagination at work



Aspecte organizatorice

Sosire și accesul în locație

Toate echipele sunt așteptate la Palatul Parlamentului în data de 7 mai începând cu ora 8:00, pentru începerea amenajării standurilor.

Accesul în Palatul Parlamentului se va face prin intrarea E1 (cea mai apropiată poartă este B1, pe Calea 13 Septembrie), urmând ca toți participanții să treacă printr-un filtru de securitate.

Ținută & comportament

Pe durata prezentărilor, participanții vor respecta un cod vestimentar business casual sau business formal.(nu se admit jeansi , tinute cu decolteuri sau bretele)

Comportamentele neadecvate vor sancționate prin eliminarea imediată din competiție.

Masă

Prânzul și apa vor fi asigurate pe durata evenimentului de către JA România. Participanții la stand vor primi vouchere ce vor putea fi folosite la *FOOD AREA* în incinta Sălii Unirii.

Echipele participante din afara Bucureștiului vor beneficia de asemenea de mic dejun (la locația de cazare) și cină (pachet).

Company of the Year 2010 – Finala națională - Agenda

| Ore | Durață | Etapă |
|----------------|--------|--|
| 7 mai | | |
| 8:00 10:00 | 2h | Amenajarea standurilor |
| 11:00 11:30 | 30' | Locație: Zona Forum – Sala Unirii Deschiderea oficială a Târgului Absolvenților |
| 11:30 12:30 | 1h | Vizitele juriului la standuri Interviuri la stand cu echipele |
| 12:30 13:00 | 30' | Locație: Incinta Sala Unirii Prânz (echipele vor primi vouchere pentru masă) |
| 13:00 13:30 | 30' | Locație: Sala de prezentări 1 – Sala Unirii – studenți Sala prezentări 2 – Sala Unirii – elevi <ul style="list-style-type: none">Cuvânt introductiv reprezentant partener program (5 min) Prezentarea consultanților din program Prezentarea juriului |
| 13:30 15:00 | 1h30' | <i>Investment pitch</i> - prezentări de 4min/companie |
| 15:00 16:00 | 1h | Juriu: Centralizarea rezultatelor și decize finală |
| 16:00 16:45 | 45' | Locație: Zona Forum Anunțarea rezultatelor și premierea câștigătorilor |
| 16:45 18:00 | 1h15' | Participarea echipelor la stand |
| 8 mai | | |
| 09:30 10:00 | 30' | Intrarea echipelor la standuri |
| 10:00 16:00 | 6h | Participarea echipelor la stand |

Anexa I

Informații necesare pregătirii pentru interviul la stand

Pentru rezultate mai bune la interviul la stand, echipelor li se recomandă pregătirea următoarelor informații:

1. Strategie

- a. Descrierea strategiei de afaceri a organizației
- b. Echipa – motivație, abilități și experiență
- c. Stakeholderi
- d. Susținători financiar, sponsori, dacă există și în ce formă (în natură, cash, servicii)
Obiective
- e. Factorii critici de succes și modul în care pot fi măsurați

2. Aspecte comerciale

- a. Alegerea modelului de business și modul de funcționare al acestuia
- b. Caracteristici cheie ale aranjamentelor comerciale (condițiile contractelor, durata de timp a acestora, mecanisme de plată, stimuli de performanță)
- c. Potențialul comercial al ideii (originalitate, brevete/drepturi de autor, modul de intrare pe piața, valoarea generală.
- d. Modelul de afaceri propus pentru dezvoltare ulterioară (structură de afaceri individuală extinsă, operațional pe bază de licențe, franciză, agenți, etc.)

3. Acces la resurse

- a. Necesitățile de investiție și beneficiul financiar pentru investitori
- b. Abilitatea companiei de a genera numerar/venituri pe termen scurt și lung
- c. Venituri și cheltuieli – trecute și previzionate
- d. Cash-flowul previzionat pe 3 și 6 luni

4. Fezabilitatea

- a. Modul de realizare a obiectivului dorit, cu etapele cheie și dependențele majore
- b. Planuri pentru situații neprevăzute, de exemplu, imposibilitatea de a găsi materia primă continuu sau de a livra la timp.
- c. Riscuri majore identificate și schițarea unui plan pentru combaterea acestora.