

Bedømmelseskema

NEXT Cup

| Kriterier | Vægtning til HHX | Vægtning til HTX | Inspirationsspørgsmål |
|--|------------------|------------------|--|
| Problemanalysen I hvor høj grad løser teamet et problem? | 2 | 2 | Er problemstilling tydelig? Har teamet undersøgt problemets omfang, årsager og konsekvens? Har teamet identificeret eksisterende løsningsmuligheder? |
| Ide og værdiskabelse I hvor høj grad er idéen nyskabende og original? I hvor høj grad og hvordan skaber idéen grøn og/eller social værdi for målgruppen? | 3 | 3 | Har teamet undersøgt det nuværende marked? Kan teamet argumentere for det nyskabende ved idéen og for, hvordan deres idé adskiller sig fra det eksisterende? Kan teamet forklare, hvordan og for hvem idéen skaber værdi og gør en forskel? Kan teamet forklare og dokumentere, hvordan der skabes værdi for netop den valgte målgruppe? |
| Produkt/service I hvor høj grad forklarer og understøtter teamet deres ide ved hjælp af prototype eller model? Og i hvor høj grad har teamet gjort sig overvejelser om produktets/servicens miljømæssige og sociale bæredygtighed? | 2 | 2 | Medvirker teamets prototype til en dybere forståelse af idéen? Kan teamet redegøre for miljøhensyn og social ansvarlighed i relation til produktet/service? Har teamet testet prototypen [produktet?] på målgruppen? |
| Prototype I hvor høj grad har teamet arbejdet med løsningsudformning og testet løsningen? | 1 | 3 | Kan teamet begrunde, hvordan deres løsning skal konstrueres? Har teamet begrundet valg af materialer, komponenter, softwareelementer m.m.? Har teamet udarbejdet den relevante tekniske dokumentation i form af tegninger, diagrammer m.m.? |
| Forretningsmodel I hvor høj grad kan teamet argumentere for de 9 elementer i BMC? I hvor høj grad kan teamet | 3 | 1 | Kan teamet ved hjælp af de 9 elementer redegøre for samarbejdspartnere, nøgleaktiviteter, nøgleressourcer, værditilbud, kunderelationer, kanaler, |

| | | | |
|---|---|---|---|
| argumentere for en økonomisk grøn og/eller social forretningsmodel? | | | kundesegmenter, omkostninger og indtægter? |
| Realiserbarhed og sparring I hvor høj grad ved teamet, hvad der skal til for at realisere idéen? | 2 | 2 | Kan teamet forklare, hvordan de har undersøgt eller afprøvet, om idéen kan realiseres? Har teamet sparet med deres netværk, brugerne, eksperter eller andre videnspersoner? |
| Globalt perspektiv I hvor høj grad har teamet inkluderet et globalt perspektiv i deres formidling eller forretningsmodel? | 1 | 1 | Har teamet gjort sig overvejelser om hvordan deres idé kan formidles og skaleres til en international målgruppe? F.eks. i deres pitch, præsentationsmateriale, markedsføring, forsyningskæde og/eller distribution. |
| Næste skridt Hvordan kommer teamet videre? Hvordan når teamet målgruppen? | 2 | 2 | Har teamet forståelse for de påkrævede ressourcer (f.eks. tid, økonomi og viden)? Har teamet gennemtænkt, hvordan produktet når markedet (markedsføring og distribution)? |
| Pitch I hvor høj grad er teamets pitch gennemarbejdet, fyldestgørende og overbevisende? | 3 | 3 | Er det klart og tydeligt, hvad idéen går ud på? Er præsentationen struktureret og overbevisende? Blev du fanget af deres pitch? Og evner teamet at gøre brug af de 4 minutter, de har til rådighed i pitchet? |