

Leiðbeiningar um gerð umsókna um styrk til að markaðssetja handverk og hönnun erlendis

Mikilvægt er að umsókn sé vel útfyllt, markmið skýr og áætlunargerð vel ígrunduð og nákvæm.

1. Upplýsingar um umsækjandi

Bakgrunnur umsækjanda, tengiliðs og samstarfsaðila.

Hér þarf að koma stutt en hnitmiðuð lýsing á bakgrunni, þekkingu og reynslu umsækjanda, verkefnisstjóra og/eða samstarfsaðila sem tilgreindir eru í umsókn.

2. Upplýsingar um vöruna/verkið

Lýsing á vörunni/verkinu.

Hnitmiðuð lýsing á vörunni/verkinu. Hvers konar vara/verk er þetta. Hver er sérstaðan, leysir varan/verkið aðra af hólmi, er beitt nýjum vinnuaðferðum, umhverfisvænni en nú þekkist. Gera þarf grein fyrir því hvar framleiðsla vörunnar fer fram þ.e. í hvaða landi, ef framleiðslan er á Íslandi þarf að gera grein fyrir í hvaða landshluta framleiðslan er. Ef varan er framleitt að hluta til á Íslandi og hluta til erlendis þarf að gera grein fyrir hve stórt hlutfall af framleiðsluferlinum fer fram á Íslandi.

Viðskiptahugmyndin

Hér þarf að koma fram góð lýsing á viðskiptahugmyndinni og markmiðum í hverju er þau fólgin og hvernig verður þeim náð. Skýr markmiðasetning er mikilvægt tæki til að gera sér grein fyrir því hvert ferðinni er heitið og hvernig á að ná þangað. Vakin er athygli á því að neðst í umsókn er hægt er að setja inn viðaukaskjöl ef plássið hér er ekki nægilegt

Áætlaður markhópur-markaðssvæði.

Hér þarf að koma fram greining á væntanlegum markhópi og hvert er markaðssvæði vörunnar/verksins. Hver er stærð markaðarins og umfang hans og hvernig á að mynda viðskiptatengsl og markaðssetja vöruna/verkið.

Hver er þörfin fyrir vöruna/verkið

Hér þarf að gera grein fyrir hvernig varan/verkið kemur til móts við þarfir markhópsins.

Samkeppni.

Gera þarf grein fyrir því hvort varan/verkið er í samkeppni við hliðstæða eða sambærilega vöru/verk á markaðinum. Koma þarf fram hvort samkeppnin er við íslenska og/eða erlenda aðila.

Staða markaðssetningar

Hver er staða markaðssetningarinnar í dag, hvað er búið að gera í sambandi við markaðssetningu erlendis og hver eru næstu skrefin.

Möguleg framþróun

Hér þarf að koma fram hvaða möguleikar eru á áframhaldandi þróun vörunnar/verksins. Möguleg ný markaðssvæði og hugsanlegur fjöldi starfsmanna.

3. Upplýsingar um verkþætti, kostnað og fjármögnun

Kostnaður og verkþættir

Hér þurfa að koma fram helstu kostnaðar- og verkþættir sem sótt er um styrk til þ.e. í hverju þeir felast og hver áætlaður kostnaður er. Verkþættir eru sundurliðaðir og tímasettir eins nákvæmlega og unnt er.

Fjármögnun

Gera þarf grein fyrir hver/hverjir fjármagna mótframlagið nafn, upphæð og verkþáttur.

Styrkir og önnur fyrirgreiðsla sem áður hefur fengist

Hér þarf að gera grein fyrir öðrum styrkjum og/eða fyrirgreiðslum sem áður hefur fengist frá opinberum aðilum, upphæð og ár.

Nauðsynlegt er að senda mynd/ir af vörunni/verkinu og staðfestingu á því að fyrirtæki sé í meirihlutaeigu konu/kvenna þ.e. ef fyrirtæki er umsækjandi.