

Nýsköpunarmiðstöð

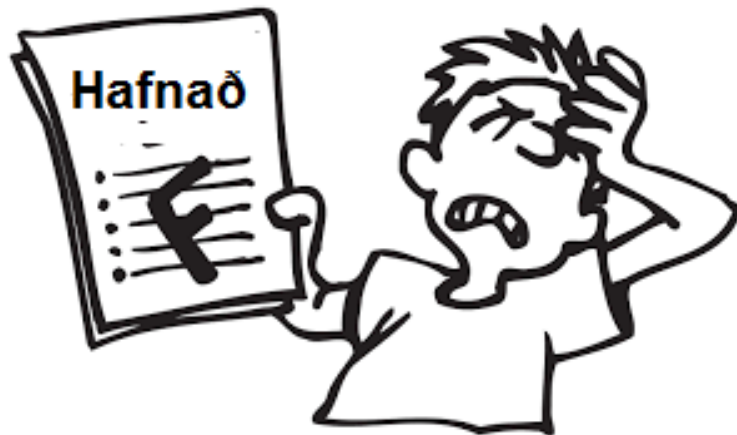
Að skrifa umsóknir



Tinna Björk Arnardóttir, verkefnastjóri
hjá Nýsköpunarmiðstöð Íslands

Að sækja um styrki

Hvað ræður árangri?



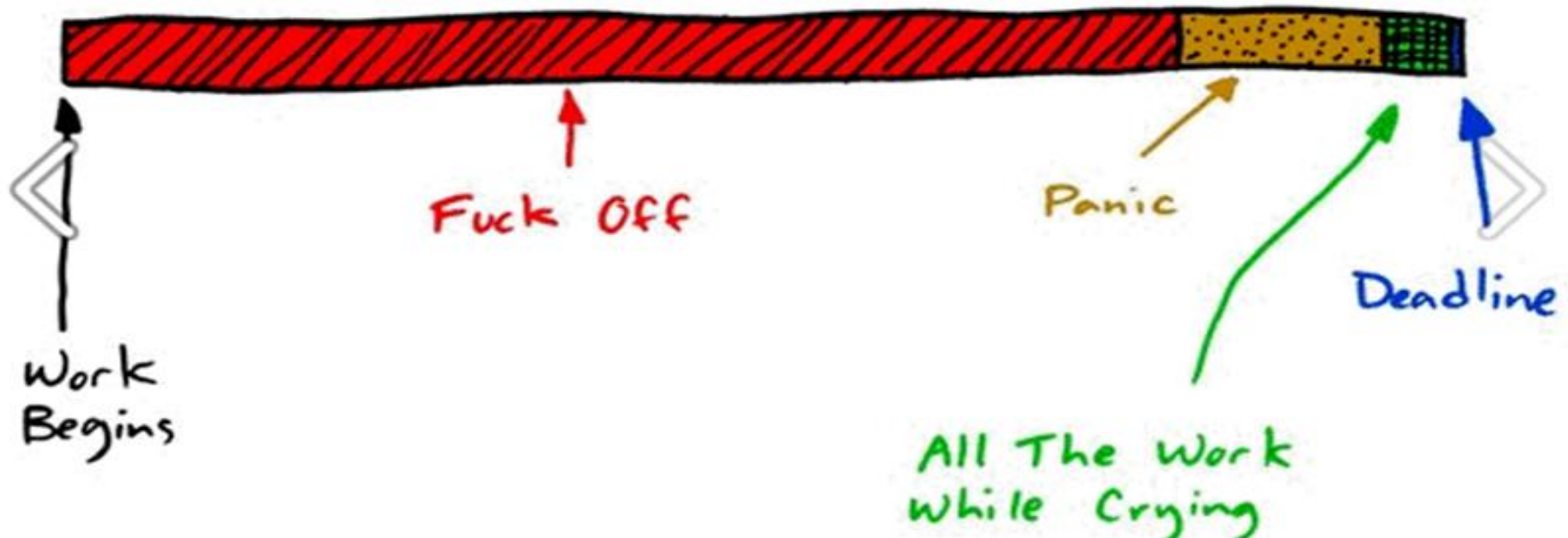
Að skrifa umsóknir

Það sem við förum yfir

- Almenn atriði
- Umsækjandi
- Verkefnið í hnotskurn
- Verkefnislýsing
 - Nýsköpun
 - Sérstaða
- Markaðsmál
 - Samkeppni
- Fjármál
- Verkáætlun

Hvernig ganga umsóknar- skrifin fyrir sig

THE APPLICATION PROCESS



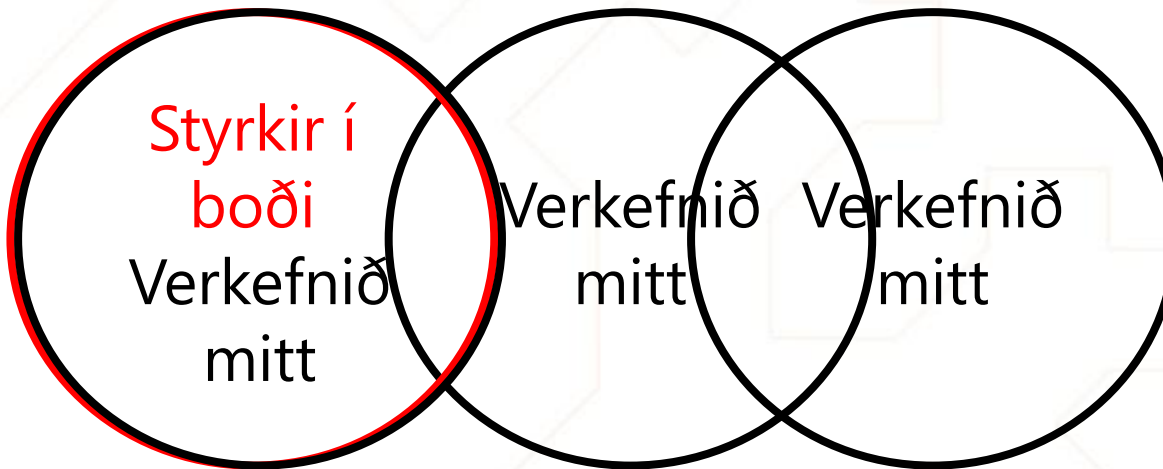
Umsóknaskrifum þarf að gefa tíma



Yfirleitt hafa starfsmenn meira en nóg að gera áður en þeir koma að nýju verkefni, þ.m.t. ritun umsókna.

Undirbúningur

Hvaða styrki er hægt að sækja um?



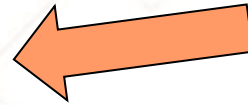
Skoða vel hvort þeir styrkir sem auglýst er eftir umsóknum í falli að verkefninu

Hvað vill viðkomandi sjóður styrkja?

Mikilvægt er að lesa vel alla kynningu á viðkomandi verkefni.

- Á vefsíðu
- Leiðbeiningum með umsókn
- Afmörkuðum leiðbeiningum við tiltekna þætti umsóknarinnar

Sótt um annað en til stendur að stykja



Umsóknin þarf að geta staðið sjálfstæð

Verkefnið er alfarið metið út frá þeim upplýsingum sem fram koma í umsókninni.

Umsækjandi skal ekki gera ráð fyrir að haft verði samband við hann til að afla frekari upplýsinga.

Viðhengi eru einungis ætluð til frekari glöggvunar eða útskýringa á því verkefni sem sótt er um styrk til.

- Myndir
- Teikningar
- Vottorð

Umsóknin þarf að geta staðið sjálfstæð, framh.

- Aldrei að sleppa texta á umsóknareyðublaði og vísa í fylgigögn
- Mikilvægt í skrifum að vera gagnorð. Lengd er ekki aðalmálið
- Samræmi í umsókn, milli allra þátta, mjög mikilvægt, t.d. ekki sækja um styrk til þróunar og setja síðan fram kostnaðarliði sem eru framleiðsla og markaðssetning.

Undirbúningur

- Hver eða hverjir standa að verkefninu?
- Er verkefnið komið á það stig að tímabært sé að sækja um styrk?
- Hvaða styrkir eru í boði á hverjum tíma?
- Hvernig falla lýsingar stuðningsverkefnum að verkefninu?
- Hvenær á að skila umsókn
- Hef ég eða einhver annar tíma til að skrifa umsóknina

Umsækjandi

Nafn fyrirtækis eða frumkvöðuls*

Hér á ekki að vera nafn þess sem skrifar umsóknina nema þegar frumkvöðull sækir um styrk í eigin nafni.

Kennitala*

Nafni og kennitölu er ekki hægt að breyta. Hver aðgangur að umsóknarkerfinu er bara fyrir einn einstakling eða fyrirtæki. Ef nafn og kennitala eiga ekki við, þá vinsamlegast skráðu þig út og stofnaðu nýjan aðgang með réttu nafni og kennitölu.

Heimilisfang*

Póstnúmer*

Staður*

Reksturinn / viðskiptahugmyndin er í meirihlutaeign*

- Karls
 Konu
 Reksturinn/viðskiptahugmyndin er í jafnri eigu karls og konu

Ef fyrirtæki er umsækjandi, ræður meirihlutaeign (51%). Þessar upplýsingar eru eingöngu nýttar til tölfraediúrvinnslu.

Umsækjandi

 Umsækjandi

Nafn

Sigurður Steingrímsson

Kennitala

1002586259

Netfang *

Farsími *

Heimilisfang *

Póstfang *

Ekkert valið ▼

Bankanúmer *

Höfuðbók *

Reikningsnúmer *

Er verkefnisstjóri

Grunnupplýsingar

Mikilvægt að ljóst sé hver sækir um og ef fleiri sækja um sama verkefni þá þarf að koma skýrt fram hver er aðalumsækjandi.

Búseta þarf að taka mið af því verkefni sem sótt er um. Sumir styrkir eru ætlaðir til verkefna á t.d. landsbyggðunum, tilteknum svæðum á landinu o.s.frv.

Ef heimilisfang umsækjanda er t.d. í Reykjavík getur það orðið til þess að umsókn fær ekki brautargegni í verkefnum sem afmörkuð eru við landsbyggðirnar.

Bakgrunnur umsækjanda

Hér er verið að leita eftir reynslu, menntun og hæfni sem gæti skipt sköpum varðandi framgang verkefnisins.

Æviágrip, fjölskyldustærð og ýmislegt annað telur ekki mikið við mat.

Mikilvægt að tengja hvernig hæfni, reynsla og menntun tengist því sem verið er að sækja um.

Greinargóð lýsing á verkefninu *

Hvað á að gera og hvernig verður verkefnið unnið til að ná settum markmiðum. Hér er mikilvægt að allar helstu upplýsingar komi fram í hnitmiðuðum texta og með rökstuðningi fyrir umsókninni.

5000 af 5000 stöfum eftir

Lýsing á verkefninu*

Er um nýja þjónustu eða vöru að ræða eða endurbætur á eldri lausnum? Í hverju er nýjungin m.a. fólgin? Hvaða þörf er verið að leysa og hvernig er það gert? Mikilvægt er að draga fram þá þætti sem eru nýjungar og greina þjónustuna/vöruna frá því sem innlendir aðilar bjóða í dag. Ef verkefnið tengist ferðamálum, vinsamlegast greinið frá því á hvaða landssvæði það verður framkvæmt. Hér þarf lýsing á verkefninu að koma fram, ekki er nægjanlegt að vísa eingöngu í fylgiskjöl (hámark 3000 slög þ.e. stafir og bil). Ef fjöldi slaga fer yfir uppgengið hámark þá vistast textinn ekki.

Sérstaða verkefnisins*

Segið frá sérstöðu verkefnisins samanborið við þá vöru eða þjónustu, bæði innlenda og erlenda sem núna er hægt að kaupa. Greinið ýtarlega frá hvað þín hugmynd hefur umfram þær lausnir sem í boði eru í dag. Hér þarf sérstaða á verkefninu að koma fram, ekki er nægjanlegt að vísa eingöngu í fylgiskjöl (hámark 3000 slög þ.e. stafir og bil). Ef fjöldi slaga fer yfir uppgengið hámark þá vistast textinn ekki.

Verkefnið í hnotskurn

Stutt lýsing á verkefninu og afurðum þess

- Þessi liður er örstuttur útdráttur úr umsókninni í heild. Oft á tíðum er þetta sá texti sem stjórn verkefnisins les í byrjun og myndar fyrstu hugmynd um verkefnið.
- Mikilvægt að þarna komi fram í hnitmiðum texta:
 - Þörfin
 - Nýjungin
 - Varan/þjónustan
 - Markaðurinn

Lýsing á verkefninu

Verkefninu sem sótt erum styrk til þarf að lýsa vel, þannig að sá sem lítið þekkir til átti sig vel á því hvað um er að ræða.

Ekki gera ráð fyrir því að þeir sem meta umsóknina þekki til verkefnisins, þó svo þeir geri það í mörgum tilvikum.

Þetta er mjög mikilvægur kafli og hafa þarf í huga:

- Er um nýja þjónustu eða vöru að ræða eða endurbætur á eldri lausnum?
- Í hverju er nýjungin m.a. fólgin?
- Mikilvægt er að draga fram þá þætti sem eru nýjungar og greina þjónustuna/vöruna frá því sem innlendir aðilar bjóða í dag.

Verkefnislýsing

Verkefnislýsing

Stofnað verður sérhæft sérhæft fyrirtæki (ónefnt enn) sem hefur ákveðinn fókus á ýmis verkefni, þjónustu og aðkomu að svæðisbundnum áherslum. Ýmislegt hefur verið gert á undanförunum árum á svæðinu, fyrirtæki, einstaklingar, sveitarfélög o.s.frv. Mikilvægt er að fylgja þessu viðfangsefni eftir. Hluti af því er áframhaldandi vörubrúun, samhæfing, aðgerðir, verkefnastjórnun, ráðgjöf, gerð markaðsáætlana, markaðsaðgerðir o.s.frv. Þetta kemur bæði fram sem ráðgjöf eða samstarf á svæðisgrunni. Gengið er út frá því að drifkraftur "einkafyrirtækis" sem hefur á sínum snærum topp fagfólk með mikla reynslu, nýtist vel á næstu árum og sé um leið nauðsynlegur þáttur til að gera sem mest úr því sem nú þegar hefur verið gert. Gert er ráð fyrir að sú vinna sem hefur verið unnin nýtist enn betur enda geri aðilar með sér samstarfssamning. Þó hér sé horft til ákveðins landshluta verður allt landið undir. Auk þess er horft til þess að taka þátt í norrænum verkefnum sem hefur þá m.a. það markmið að draga nýtt þróunar- og markaðsfé til landsins, stuðla að nýjum störfum hér, og auka þekkingu. Gert er ráð fyrir að byrja á þessu ári og að fyrirtækið þurfi stuðning til að komast af stað. Hér er mikilvægt að hafa í huga að „branding“ fyrir svæðið er mjög mikilvægur þáttur, auk þess sem áframhaldandi vörubrúun og öflugri markaðssetning mun leiða af sér vaxandi virðisauka á umræddu svæði eða svæðum/aðilum og fjölgun starfa.

Hvert er verkefnið?

Lýsing á verkefninu framh.

Hér þarf að koma fram, hvað nákvæmlega á að gera

- Ekki tala um vörur/þjónustu, heldur nákvæmlega hvaða vörur og þjónustu
- Lýsa því í hverju nýjungin ef fólgin. Ekki segja bara nýja útfærslu á einhverju. Hvað er það nákvæmlega sem er nýtt?
- Að jafnaði þarf varan/þjónustan að vera verulega frábrugðin því sem til er. Greina frá samkeppnisvörum og hvers vegna er þessi betri?

Lýsing á verkefninu framh

- Nýjung er yfirleitt ekki svæðisbundin, þ.e.a.s. varan eða þjónustan er ekki nýjung í Öxarfirði ef hún er þekkt á Ísafirði. Þó eru dæmi um slíkt, en sjaldgæft að slík verkefni fái stuðning
- Yfirleitt er samkeppni skoðuð vel, þ.e.a.s. ef íslenskur aðili, einhversstaðar á landinu, býður sambærilega vöru eða þjónustu þá minnka líkur á stuðningi verulega
- Nýjung milli landa. Ef vara/þjónusta er nýjung á heimsvísu skorar hún mun hærra en ef varan/þjónustan er þekkt erlendis

Lýsing á verkefninu framh.

Hvað telst nýjung?

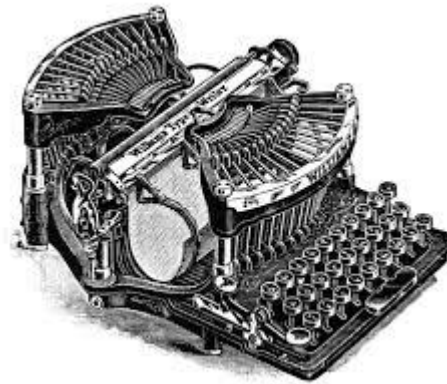
- Ný og áður óþekkt vara/þjónusta. Nýja þekkingu þarf til að gera vöru/þjónustu að verðmæti
- Nýjar leiðir við framleiðslu
- Nýir markaðir, erlendis
- Nýr markaður innanlands er yfirleitt ekki talin nýsköpun. Þó eru til undantekningar
- Veruleg framþróun á vöru/þjónustu í kjölfar nýrrar þekkingar

Sérstaða verkefni

Hér þarf að greina vel frá því að hvaða leyti þessi þjónusta/vara er frábrugðin því sem þekkt er á markaði.

Bera saman algenga vöru/þjónustu til að sýn fram á mun.

- Umhverfismál
- Virkni
- Útlit
- Ending
- Efni
- O.fl.



Samkeppni

Mikilvægt að nefna innlendar og innfluttar samkeppnisvörur eða þjónustu ef um er að ræða og samkeppnisaðila sem vitað er af.

- Innflutningur er yfirleitt ekki talin samkeppni
- Þarf að vera í samræmi við „Lýsingu á verkefninu“
- Að jafnaði eru sambærilegar vörur sem framleiddar eru og þjónusta sem framreidd er á á Íslandi í samkeppni
- Svæðisbundin nýjung er yfirleitt ekki styrkt
- Í einstaka tilvikum er vikið frá því ef mjög erfitt eða óframkvæmanlegt er að bjóða/nýta þjónustu. Þarf yfirleitt líka að vera einhver nýjung

Áætlaður markhópur

Hverjir eru væntanlegir kaupendur, möguleg stærð markhópa, innan lands eða utan. Hvernig kemur varan/þjónustan til móts við þarfir þeirra?

Hugmyndir um markhópa þurfa að vera:

- Skýrar
 - Hverjum stendur til að selja
- Afmarkaðar
 - Ekki tala um Evrópu og Bandaríkin
- Forgangsröðun hópa
 - Markaðssvæði 1, Markaðssvæði 2 o.s.frv.
- Hvernig á að nálgast markhópana

Ef sótt er um styrk til markaðssetningar þarf vara/þjónusta að vera tilbúin í sölu.

Áætluð sala

Þennan lið er mjög erfitt að áætla

Mikilvægt að gera sér grein fyrir að þetta er áætlun

- Raunhæf
- Hvar selt
- Verð
- Magn
- Þróun eða vöxtur í sölu

Atvinnusköpun og ávinningur

Hver er áætlaður hagrænn ávinningur af verkefninu og hver er áætluð atvinnusköpun, þ.e.a.s. hvað mörg störf gætu orðið til á næstu 3 árum.

Skrifa texta eða lýsingu í samræmi við töflu sem kemur á eftir

Hvenær yrðu þau til? Um hvers konar störf verður að ræða. Hvaða menntun þyrftu starfsmenn að hafa.

Ekki er nægjanlegt að vísa eingöngu í fylgiskjöl

- Mikilvægt að lýsa stöðunni með greinargóðum hætti

Áætlun um tíma og kostnað

Stutt lýsing á þeim verkþáttum sem óskað er eftir að verði studdir

- Lýsa því sem til stendur að gera, t.d. verkþáttum, umfangi og aðkomu annarra
- Hlutverk annarra þarf að vera mjög skýrt, m.a. hvað þeir leggja af mörkum í formi þekkingar, vinnu, fjármuna eða annars.
- Styrkir eru aldrei veittir til þess sem búið er að gera

Áætlun um tíma og kostnað

Mikilvægt að sundurliða alla verkþætti vel, bæði í hvað varðar tíma og kostnað:

Dæmi:

Ekki skrifa bara markaðssetning erlendis.

Heldur sundurliða verkefnið vel og greina frá áætluðum kostnaði fyrir hvern þátt, t.d.:

- Greining markhópa
- Hönnun kynningarefnis
- Fundir með dreifingaraðilum
- Prentun
- Birting auglýsinga

Um hvaða verkþátt er sótt

Yfirleitt er bara einn þáttur styrktur, t.d. í verkefnum eins og Átaki til atvinnusköpunar og Frumkvöðlastuðningi.

Mikilvægt að samræmi sé milli þess þáttar sem sótt er um og umsóknarinnar í heild.

- Markaðsaðgerða
- Markaðsáætlunar
- Viðskiptaáætlunar
- Hagkvæmnisathuganir
- Nýnæmisathuganir
- Þróunar vöru eða þjónustu
- Annað

Áætlaður kostnaður

| Verkpáttur | Áætlaður kostnaður | Áætlaður verktími | Stutt lýsing á verkþætti |
|------------|--------------------|-------------------|---|
| A1 | 3000000 | 2012 | Undirbúningsvinna |
| A2 | 17000000 | 2010, 2011 | <u>Markaðsaðgerðir innanlands og erlendis</u> |
| A3 | 12000000 | 2010,2011,2012 | <u>Laun verkefnisstjóra</u> |
| A4 | 5000000 | | <u>Ófyrirséður kostnaður</u> |

Kostnaður

Skiptið verkefninu upp í kostnaðarliði. Sundurliðið kostnaðarliði verkefnisins, s.s. laun, aðkeypta þjónustu, útlagðan kostnað og svo frv. Ef verkefnisaðili, kaupandi þjónustunnar, er með vsk. númer færast kostnaður í áætluninni án vsk. Í stærri verkefnum skulu verkþættir sundurliðaðir í Excel skjali sem skal fylgja umsókn.

Heiti kostnaðarliðar *

Ekkert valið ▼

Magn/fjöldi *

0

Ein. verð *

0 kr.

Samtals

0 kr.

+ Bæta við kostnaðarlið

0 kr.

Áætlun um fjármögnun

Sýnið fram á að verkefnið geti gengið upp, að það geti orðið að veruleika. Gerið grein fyrir eigin framlagi, öðrum styrkjum og annarri fjármögnun.

Eigið framlag *

Ekkert valið ▼

Staða fjármögnunar *

Ekkert valið ▼

Krónur *

0 kr.

+ Bæta við framlagi

0 kr.

Áætlun um fjármögnun

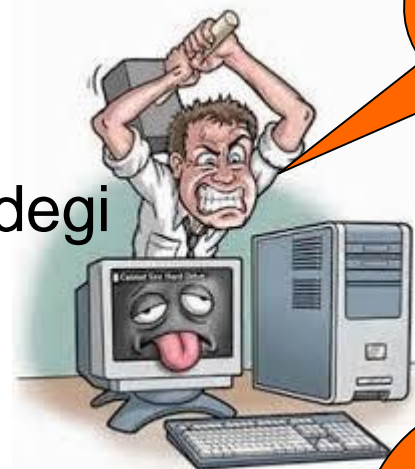
Mikilvægt er að áætlun um hvernig verkefnið verður fjármagnað í heild liggi fyrir.

- Ef stór gap er milli kostnaðar og fjármögnunar eru litlar líkur á styrk
- Fjármögnun getur verið í vinnslu
- Þarf að vera raunhæf. Ekki gera ráð fyrir styrk sem er úr takti við það sem algeng er hjá viðkomandi sjóðum
- Þarf að stemma við kostnað
- Hugmyndir eða áætlun um fjármögnun allra þátta
- Umbeðinn styrkur er hluti af fjármögnun

Áður en umsókn er send inn

Passa sig á að senda ekki inn á síðasta degi

- Lesa umsókn yfir í heild
- Fá yfirllestur og rýni frá örðum
- Fá t.d. starfsmenn atvinnuþróunar-félaga eða Nýsköpunarmiðstöðvar til að lesa yfir
- Skoða kostnað og fjármögnun
- Málfar- texti hefur áhrif



Helv.
tölvan

Búinn
að
senda

