

Criterion	Laag (1 punt)	Gemiddeld (2 punten)	Hoog (3 punten)	Zeer hoog (4 punten)
Innovatief vermogen	Het product of de dienst heeft geen toegevoegde waarde voor de klant en is niet onderscheidend.	De ondernemer kan één valide reden benoemen waarom klanten voor het product of de dienst zouden kiezen, maar het is weinig tot niet onderscheidend van andere producten/diensten.	De ondernemer kan één of twee valide redenen benoemen waarom klanten voor het product of de dienst zouden kiezen en heeft onderscheidende factoren van andere producten/diensten.	De ondernemer heeft meer dan twee valide en onderscheidende factoren waarom klanten voor het product of de dienst kiezen.
Jouw idee en de wereld	De ondernemer heeft (nog) niet nagedacht hoe het product of dienst economische, sociale, ecologische of culturele waarde creëert.	De ondernemer heeft nagedacht hoe het product of dienst economische, sociale, ecologische of culturele waarde creëert. (één van deze waardes is uitgewerkt).	De ondernemer heeft nagedacht hoe het product of dienst economische, sociale, ecologische of culturele waarde creëert. (twee van deze waardes zijn uitgewerkt).	De ondernemer heeft nagedacht hoe het product of dienst economische, sociale, ecologische of culturele waarde creëert. (meer dan twee van deze waardes zijn uitgewerkt).
Financiële haalbaarheid	De ondernemer geeft een onsamenhangend beeld weer van het financiële plan van de onderneming.	De ondernemer geeft inzicht in de kostenstructuur en inkomstenstroom.	De ondernemer geeft een concreet beeld van de benodigde geldstromen van de onderneming.	De ondernemer geeft inzicht in de eerste opzet van de investerings- financierings- exploitatie & liquiditeitsbegrotingen .
Markthaalbaarheid	De ondernemer heeft geen onderzoek uitgevoerd naar de haalbaarheid van het product of dienst in de markt.	De ondernemer heeft de directe omgeving van de ondernemer gevraagd naar de haalbaarheid van het product of dienst in de markt.	De ondernemer heeft kwalitatieve of kwantitatieve onderzoeksmethodes gebruikt om data te vergaren over het beoogde product of dienst.	De ondernemer heeft meerdere kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethodes gebruikt om data te vergaren over het beoogde product of dienst.
Schaalbaarheid	De ondernemer heeft (nog) niet nagedacht hoe het product of dienst kan worden opgeschaald.	De ondernemer heeft nagedacht hoe het product of dienst kan worden opgeschaald.	De ondernemer heeft een eenvoudig plan ontwikkeld om het product of dienst op te schalen.	De ondernemer heeft een uitgewerkt plan ontwikkeld om het product of dienst op korte termijn op te schalen, rekening houdend met mogelijke uitdagingen en kansen.
Marketing & Communicatie	De ondernemer heeft (nog) niet nagedacht welke marketingkanalen- en middelen ingezet kunnen worden.	De ondernemer kan benoemen welke marketingkanalen- en middelen het meest geschikt zijn om de doelgroep te bereiken.	De ondernemer heeft een marketing- en communicatieplan opgesteld dat de waarde propositie van het bedrijfsidee benadrukt en de doelgroep aanspreekt.	De ondernemer maakt gebruik van (digitale) marketinginstrumenten om de zichtbaarheid en betrokkenheid te vergroten die past bij de doelgroep.

De punten worden opgeteld. Maximaal zijn er 24 punten te behalen voor de Rabo Ondernemersprijs