



Policy för Marknadsföring och Prissättning

1 Formalia

1.1 Sammanfattning

Policyn beskriver prissättning av olika former av marknadsföring D-sektionen erbjuder företag och andra organisationer.

1.2 Syfte

Syftet med denna policy är att tydliggöra prissättning för marknadsföring genom sektionens kanaler. Policyn baseras på företagets eller organisationens ekonomiska status samt studentnyttan för sektionens medlemmar.

1.3 Omfattning

Riktlinjerna är gällande för D-sektionens informationskanaler.

1.4 Ägande

Styrelsen äger policyn i sin helhet och har rätt att behandla och ändra denna på styrelsemöten.

1.5 Historik

Utkast färdigställt av David Jobrant, Informationsansvarig 21/22, Victor Winkelmann, Näringslivsutskottet D-sektionen inom TLTH.

Antagen på VTM 2021. Uppdaterad enl. Policy för policyer på HTM2 2021

2 Riktlinjer för Marknadsföring genom sektionens kanaler

Inlägg relaterade till marknadsföring från företag bör ej överskrida tre gånger i veckan.

Annonser och marknadsföring från företag publiceras endast från Facebook-sidan 'Näringslivsutskottet D-sektionen inom TLTH'.

För andra fall som berör informationsspridning, se policyn 'Policy för informationsspridning genom sektionens kanaler'.

3 Priser och Betalning

3.1 Priskategori

D-sektionen tillämpar tre olika priskategorier på informationskanalerna för att ta hänsyn till olika företags och organisationers förutsättningar. Rabattsatserna appliceras på informationsspridning.

- Priskategori 1: Gratis
- Priskategori 2: 50% rabatt



- Priskategori 3: Fullpris

	Näringslivsrelaterat	Studentnytta för TLTHs medlemmar	Övrig marknadsföring
Företag, organisationer			
Vinstdrivande	3	3	3
Startup-företag	Fall till fall	Fall till fall	Fall till fall
Fackföreningar	3	3	3
Övriga ideella organisationer*	2	1	1
Studentföreningar			
Teknologkårens centralorganisation	-	1	1
Sektioner, Intresseföreningar	-	1	1
Fria föreningar inom TLTH	-	1	1
LUS, SFS	-	1	1
Akademiska Föreningen	2	2	2
Studentlunds centralorganisation	2	1	2
Nationer	2	2	2
Övriga studentorganisationer	2	1	2
Lunds Universitet			
LTH	2	1	1
Övriga LU	2	1	2

*Med övriga ideella organisationer menas de organisationer som inte bedriver verksamhet som vi har och som inte är studentföreningar.

Samma priskategorier kan appliceras med fördel på event och aktiviteter. Dock behandlas eventförfrågningar från fall till fall där Näringslivsansvarig, samt Näringslivsutskottet, bedömer omständigheterna och förutsättningar från organisationen som skickat förfrågan.

3.2 Specialfall

Specialfall, då mindre vanliga, speciella förfrågningar eller dylikt inkommer som inte täcks av ovan punkter bedöms de fallen från fall till fall. Näringslivsansvarig och Informationsansvarig har i de fallen bestämmanderätt.