



DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

"BEST MEDIA STRATEGY"

L'introduction d'un dossier de candidature implique automatiquement que le candidat approuve le règlement des AMMA et les mécanismes d'évaluation et d'attribution des prix par le jury.

Les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le lundi **2 mars** 2020 minuit sur la plateforme AMMA, par téléchargement.

Chaque soumissionnaire introduisant un dossier à soumettre au jury acquitte une contribution de **300€** HTVA par dossier.

Il faut indiquer le nom et l'adresse mail de la personne de contact auprès de l'annonceur concerné. Cette personne sera invitée sans frais supplémentaires aux événements AMMA.

Attention ! Les dossiers explicatifs des candidatures ne peuvent pas dépasser un volume de **3 pages format A4** (police 11) hors feuille de couverture reprenant les informations de base.

Les **Annexes** sont limitées à :

- soit une présentation type Powerpoint de 15 slides maximum
- soit une vidéo de 3 minutes maximum

Les dossiers excédant ces volumes peuvent être refusés.

Les 5 meilleurs dossiers de cette catégorie, sélectionnés par un groupe d'experts du jury AMMA se réunissant le 13 mars, seront présentés au public lors du UMA Day «Best Media Campaigns», le **31 mars**.

RAPPEL DES CRITERES D'EVALUATION (extrait du règlement AMMA)

Ce prix entend récompenser une stratégie media qui s'est distinguée par son approche et par son exécution. Une bonne stratégie se distingue notamment par:

- la traduction des différents objectifs dans le choix des médias
- l'élaboration de la stratégie en tenant compte du budget disponible et des objectifs fixés
- l'application des connaissances acquises grâce à une analyse claire de la situation de la marque
- l'innovation au sein du secteur
- l'efficacité de la stratégie pour les objectifs de la campagne, vérifiable par des chiffres ou des faits (effets sur les ventes, sur la notoriété ou sur la façon dont la marque est perçue par les consommateurs, ou toute autre métrique pour estimer le succès de la campagne)

Nous vous conseillons de consulter l'entièreté du règlement AMMA.



BEST MEDIA STRATEGY

Formulaire d'inscription

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Mediaplanner responsable :

Personne de contact chez l'annonceur :

E-mail de la personne de contact chez l'annonceur :

Annexes : ... pages.

TITRE DU DOSSIER

RESUME DU CASE

CONTEXTE & ARGUMENTATION

Points de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif
Traduction de ces éléments et insights dans le développement stratégique
Cibles de communication
Quels médias sont utilisés dans la stratégie et avec quels objectifs de communication ?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DE L'USAGE DU MEDIA MIX ?

Quels résultats peuvent la prouver ?

QUELLE EST LA CONTRIBUTION DE L'EXPERTISE MEDIA ?

RESULTATS

Mesures de tracking ou autres, comme témoignage de l'annonceur, effets en RP,...

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui montrent en quoi ce case fait la différence.

ANNEXES

Dispositif de campagne (timing, cibles, performances, coûts ou budgets).
Concepts créatifs, etc...