



DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

“BEST USE OF NATIVE & CONTENT”

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)

Avec ce prix, CommPass veut récompenser une stratégie qui a utilisé ces canaux avec succès dans sa communication.

Le dossier doit contenir et démontrer les critères suivants :

- la planification de la diffusion de contenus sur les plateformes
- l'adéquation du choix des canaux avec les cibles, les valeurs et/ou la stratégie de la marque
- l'étendue de l'amplification des contacts (buzz, shares, commentaires, etc)
- l'adéquation des choix des canaux avec la cible, les valeurs ou la stratégie de la marque
- l'étendue de l'amplification des contacts (buzz, shares, comments, etc.)

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



BEST USE OF NATIVE & CONTENT **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 ont-ils été utilisés dans la stratégie avec une vue sur l'amplification des contacts et la diffusion des contenus ?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DE L'USAGE DE NATIVE, SOCIAL & EARNED MEDIA DANS LA CAMPAGNE ?

Quels résultats peuvent en attester ?

RESULTATS

Mesures de trackings ou autres, tels que témoignage de l'annonceur, effets en RP, ...

POURQUOI CE CASE MERITE UN AMMA ?

Brève description des éléments démontrant pourquoi ce case fait la différence.

ANNEXES

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

Concepts créatifs, etc...