



DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

"BEST USE OF DATA & PERFORMANCE MARKETING"

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)

Le marketing data driven est devenu une discipline importante au sein du marché publicitaire et des médias. Avec ce prix, CommPass entend récompenser une campagne qui :

- a utilisé efficacement les outils numériques pour mesurer et évaluer la réalisation des objectifs de communication
- a exploité de façon démontrable les mesures et les évaluations partielles en cours de campagne pour piloter celle-ci
- peut démontrer un résultat tangible en termes d'activation ou d'interaction avec les cibles

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



BEST USE OF DATA & PERFORMANCE MARKETING

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.

DOSSIER

RESUME DU CASE

CONTEXTE + ARGUMENTATION

Points de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif

Traduction des éléments du briefing et insights pour le développement stratégique

Comment les possibilités d'analyse des data et du performance marketing ont été utilisées pour aboutir à un résultat optimal, avant et pendant la campagne ?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DE L'USAGE DES MESURES ET DES OUTILS ?

QUELLE EST LA CONTRIBUTION DE L'EXPERTISE MEDIA ?

RESULTATS

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

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL 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...