



KANDIDAATSDOSSIER

voor

“BEST USE OF DATA & PERFORMANCE MARKETING”

De indiening van een kandidaatsdossier impliceert dat de kandidaat het reglement en de mechanismen voor de werking en de toekenning van de prijzen onderschrijft.

Kandidaatsdossiers moeten ten laatste op **2 maart middernacht** ingediend zijn bij CommPass, uitsluitend via digitale zending op het AMMA-platform.

Elk bedrijf dat een dossier indient met de bedoeling het voor te leggen aan de jury betaalt een deelname in de kosten van **€300** excl. BTW per dossier.

U dient op dit inschrijvingsformulier de naam en het e-mailadres van de contactpersoon bij de betrokken adverteerder te vermelden. Deze persoon zal zonder meerkosten uitgenodigd worden op de AMMA-events.

Opgelet: Kandidaatsdossiers mogen het volume van **3 pagina's A4** (met tekengrootte 11), exclusief de pagina met de basisinformatie, niet overschrijden.

Bijlagen zijn beperkt tot

- Ofwel één ppt-presentatie van max 15 slides
- Ofwel één videofilmje van maximaal 3 minuten

Dossiers die deze volumes overschrijden, kunnen worden geweigerd.

De 5 beste dossiers in deze categorie, geselecteerd door een expertgroep van de AMMA Jury op 19 maart, worden aan het publiek gepresenteerd op de UMADay “Best Media Campaigns” op **31 maart**.

HERINNERING VAN DE TOEKENNINGSCRITERIA (zie AMMA Reglement)

De performance marketing is een belangrijke discipline geworden op de media- & reclamemarkt. Met deze award wil CommPass de campagne bekronen die:

- De numerieke tools efficiënt heeft aangewend om de communicatie-doelstellingen te meten en te evalueren
- Aantoonbaar de mogelijkheden van de metingen en tussentijdse evaluaties heeft aangewend om de campagne bij te sturen. (bijvoorbeeld: re-marketing, data driven,...)
- Een aantoonbaar resultaat kan voorleggen in termen van activatie of interactie met de doelgroepen.

Wij raden u aan het volledige AMMA-reglement te raadplegen.



BEST USE OF DATA & PERFORMANCE MARKETING **Inschrijvingsformulier.**

Bedrijf :

Contactpersoon :

Functie :

Telefoon :

Mobiel :

E-mail :

Verantwoordelijke Mediaplanner:

Contactpersoon bij adverteerder:

E-mail contactpersoon adverteerder:

Bijlagen: pagina's.

DOSSIER : SAMENVATTING VAN DE CASE

ACHTERGROND + BEWIJSVOERING

Uitgangspunten: product; probleem; doelstellingen; creatief concept;
Vertaling van deze uitgangspunten en inzichten na strategische uitwerking, ...
Hoe werden de mogelijkheden van de analyse van data en performance marketing aangewend om tot een optimaal resultaat te leiden, voor en tijdens de campagne?

WAT IS DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN HET GEBRUIK VAN DE METINGEN EN DE TOOLS?

Wat zijn de resultaten die dat bewijzen?

WAT IS ER VANUIT MEDIA-EXPERTISE TOEGEVOEGD?

RESULTATEN

Tracking-resultaten of andere zoals testimonial adverteerder, effecten op PR ...

WAAROM KOMT DEZE CASE IN AANMERKING VOOR EEN AMMA?

Kernachtig beschrijven waarom *deze* case het verschil maakt.

BIJLAGEN

Campagneschema (timing, doelgroepen, prestaties, kosten of budgetten, ...).
Creatief werk, etc...