### **DOSSIER DE CANDIDATURE**

### pour

### **BEST USE OF DATA**

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 **18 mars** 2022 minuit sur la plateforme AMMA, par téléchargement.

Le soumissionnaire paie une contribution de **€350** HTVA par dossier. Il est obligatoire d’indiquer le nom de la personne de contact chez l’**annonceur** concernée par le dossier ainsi que son adresse email. Cette personne sera invitée (sans frais supplémentaires) aux événements du calendrier AMMA.

**Attention !** Les dossiers ne peuvent **pas dépasser un volume de 3 pages format A4 (police 11)** hors feuille de couverture avec les renseignements.

Les **annexes** sont limitées à :

* Soit une présentation type Powerpoint de 15 slides maximum
* Soit une vidéo de 3 minutes maximum

Les dossiers qui excèdent ces volumes sont refusés.

Les **5 meilleurs dossiers** de cette catégorie, sélectionnés par un groupe d’experts du jury AMMA qui se réunit le 25 mars, devront être **présentés au public** par le soumissionnaire durant le UMA Day «Best Media Campaigns», le **29 mars**.

**RAPPEL DES CRITERES D’EVALUATION** (extrait du règlement AMMA)

Le data driven marketing est devenu une discipline importante sur le marché publicitaire et des médias. Cet award récompense les campagnes dans lesquelles la data a joué un rôle déterminant et efficace dans la stratégie média, que ce soit pour le choix des cibles, l’adéquation message – cible, la sélection du timing ou de la localisation de la campagne, etc.

Avec cet award CommPass veut récompenser les campagnes qui

* S’appuient sur des insights data multi-sources qui ont permis d’identifier des audiences pertinentes et de les convertir en audiences médias actionnables
* Se distinguent par des mécaniques médias permettant des approches géomarketing dynamiques basées sur une analyse data
* Illustrent une application innovante, intégrée et efficace de la data au niveau du ciblage, de la définition et de la distribution des messages, et de son optimisation
* Ont appliqué la data de façon efficace pour mesurer et évaluer les objectifs de communication.

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

**BEST USE OF DATA**

**Formulaire d’inscription**

Société :

Personne de contact :

Fonction :

Téléphone :

Mobile :

E-mail :

Nom de la personne de contact chez l’annonceur :

E-mail contact chez l’annonceur :

Annexes : …. Pages.

**TITRE DU DOSSIER**

##### BRIEFING, CONTEXTE & ARGUMENTATION

##### Point de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif, …

Traduction des éléments du briefing, cibles de communication, …

Comment les sources des données et les outils de mesure ont-ils étés utilisés dans la stratégie « data driven » afin d’atteindre les objectifs, avant et pendant la campagne ?

##### LA CONTRIBUTION DE L’EXPERTISE MEDIA ?

##### RESULTATS

Mesures, trackings ou autres comme témoignage annonceur, les effets en PR, …

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.

##### ANNEXES

Timings, cibles, performances, budgets, concepts créatifs …