

KANDIDAATSDOSSIER

voor

BEST LONG TERM MEDIA STRATEGY

De deelname en de indiening van een kandidaatsdossier impliceren automatisch dat de kandidaat het reglement en de mechanismen voor de werking en de toekenning van de prijzen onderschrijft. Kandidaatsdossiers moeten ten laatste op donderdag **4 april** 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 **€350** 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 een persoonlijke uitnodiging ontvangen voor de AMMA Events (AMMA Ceremony & Gala en de UMA Get Together Best Media Campaigns) aan het voordeeltarief van €170 pp.

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

Bijlagen zijn beperkt tot

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

Dossiers die deze volumes overschrijden, kunnen worden geweigerd.

HERINNERING VAN DE TOEKENNINGSCRITERIA (zie AMMA Reglement)

Deze prijs wil een mediastrategie belonen die zich onderscheiden heeft over een periode van anderhalf jaar of langer, waarvan gedeeltelijk in 2022 en 2023. Het dossier dient de consistente opbouw van de strategie uit te leggen aan de hand van de keuzes voor de verschillende mediakanalen in functie van de doelstellingen inzake merkbekendheid, activatie of interactie met de doelgroepen binnen de communicatie-funnel. Om in aanmerking te komen voor een award; moet het dossier de resultaten van aantonen aan de hand van metingen en aantonen dat de mediakeuzes een belangrijke rol spelen in het succes.

Een consistente langetermijnstrategie onderscheidt zich meer bepaald door:

- De vertaling van de verschillende doelstellingen in een stappenplan binnen de funnel, met de gepaste investeringen in mediakanalen in functie van het budget. De toepassing van de verworven kennis uit de verworven data die zich uit in duidelijke analyses van de positie van het merk.
- De bewezen efficiëntie van de strategie in functie van de campagnedoelstellingen op basis van cijfers of feiten (effecten op verkoop, naambekendheid of versterking van het merk bij consumenten of elke andere indicator die het succes van de campagne kan aangeven)

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

BEST LONG TERM MEDIA STRATEGY
Inschrijvingsformulier

Bedrijf:

Contactpersoon:

Functie:

Telefoon:

Mobiel:

E-mail

Naam contactpersoon bij adverteerder:

E-mail contactpersoon adverteerder:

Bijlagen: pagina's.

TITEL VAN HET DOSSIER:
SAMENVATTING VAN DE CASE:

ACHTERGROND + BEWIJSVOERING

Uitgangspunten: product; probleemstelling; doelstellingen; creatief concept;
Vertaling van deze uitgangspunten en inzichten na strategische uitwerking.
Communicatiedoelgroepen.
Welke media werden gebruikt in de strategie met het oog op de
communicatiedoelstellingen?

**WAT IS DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN HET GEBRUIK VAN DE
MEDIAMIX?**

Wat zijn de resultaten die dat bewijzen?

WAT IS ER VANUIT MEDIA-EXPERTISE TOEGEVOEGD?

RESULTATEN

Tracking-resultaten of andere zoals testimonial van de 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...