

KANDIDAATSDOSSIER

voor

BEST USE OF DATA

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 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 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 **17 april**, worden beknopt aan het publiek gepresenteerd tijdens de UMA Get Together "Best Media Campaigns" van 15 mei.

HERINNERING VAN DE TOEKENNINGSCRITERIA (zie AMMA Reglement)

Met deze award wil CommPass de campagne bekronen die:

- gebruik maakt van inzichten op basis van multi-source data om pertinente doelgroepen te identificeren en te bereiken via de media.
- zich onderscheidt door het gebruik van data voor dynamische geo-marketingbenaderingen.
- op excellente wijze gebruik maakt van een innovatieve, geïntegreerde en doeltreffende toepassing van data-analyses bij targetting, de bepaling van de boodschappen en de verzending, en nadien de optimalisering
- de data efficiënt heeft aangewend om de communicatie-doelstellingen te meten en te evalueren

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

BEST USE OF DATA Inschrijvingsformulier.

Bedrijf:

Contactpersoon:

Functie:

Telefoon:

Mobiel:

E-mail:

Contactpersoon bij adverteerder:

E-mail contactpersoon adverteerder:

Bijlagen: pagina's.

DOSSIER: SAMENVATTING VAN DE CASE

ACHTERGROND + BEWIJSVOERING

Uitgangspunten: product; probleem; doelstellingen; Vertaling van deze uitgangspunten in datasegmenten en inzichten na strategische uitwerking. Hoe werden de mogelijkheden van de analyse van data 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 OM DATA TE BEWERKEN?

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...