

KANDIDAATSDOSSIER

voor

BEST USE OF NATIVE AND CONTENT

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

Kandidaatsdossiers moeten ten laatste op **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.

De 5 beste dossiers in deze categorie, geselecteerd door een expertgroep van de AMMA Jury op 17 april, worden aan het publiek gepresenteerd tijdens de UMA Get Together "Best Media Campaigns" op **15 mei**.

HERINNERING VAN DE TOEKENNINGSCRITERIA (zie AMMA Reglement)

Met deze award wil CommPass een strategie bekronen die deze kanalen op succesvolle manier heeft ingeschakeld in zijn communicatie.

Het dossier moet volgende elementen omvatten:

- een planmatige inschakeling van de verspreiding van content op de platformen
- een optimale afstemming op de doelgroepen van de gebruikte media en de waarden of de strategie van het merk
- een goed gebruik van de mogelijkheden van "native advertising" om relevantie content te verspreiden, op een of meerdere kanalen van de ingeschakelde mediamerken
- de omvang van de amplificatie van de contacten (buzz effect, shares, comments, enz)

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

BEST USE OF NATIVE & CONTENT **Inschrijvingsformulier.**

Bedrijf:

Contactpersoon:

Functie:

Telefoon:

Mobiel:

E-mail:

Verantwoordelijke Mediaplanner:

Naam contactpersoon bij adverteerder:

E-mail contactpersoon adverteerder:

Bijlagen: pagina's.

TITEL VAN HET DOSSIER: SAMENVATTING VAN DE CASE

ACHTERGROND + BEWIJSVOERING

Uitgangspunten: product; probleem; 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 amplificatie van de contacten en de verspreiding van de content?

WAT IS DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN DE VERSCHILLENDE TOUCHPOINTS IN DE CAMPAGNE?

Wat zijn de resultaten die de kracht van de native campagne bewijzen?

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...