

DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

BEST LONG TERM MEDIA STRATEGY

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 **4 avril 2024** minuit sur la plateforme AMMA, exclusivement via envoi digital.

Chaque soumissionnaire qui introduit un dossier avec l'objectif de le présenter au jury, 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 e-mail. Cette personne sera invitée aux événements du calendrier AMMA (la Cérémonie et la Gala AMMA, l'UMA Get Together Best Media Campaigns) au tarif préférentiel de € 170 pp.

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

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 peuvent être refusés.

RAPPEL DES CRITERES D'EVALUATION (extrait du règlement AMMA)

Ce prix veut récompenser une stratégie média qui s'est distinguée sur une période de dix-huit mois ou plus, dont une partie en 2022 et 2023.

Le dossier doit expliquer la structure cohérente de la stratégie, basée sur les choix effectués pour les différents canaux médias par rapport aux objectifs en termes de notoriété de la marque, d'activation ou d'interaction avec les groupes cibles dans le funnel de communication.

Une stratégie à long terme cohérente se caractérise notamment par :

- La traduction des différents objectifs en un plan par étapes, au sein du funnel, avec l'investissement approprié dans les canaux médias respectifs, en fonction du budget L'application des expertises acquises à partir des données recueillies, qui se traduit par des analyses claires de la position de la marque.
- L'efficacité prouvée de la stratégie en fonction des objectifs de la campagne, sur la base de chiffres ou de faits (effets sur les ventes, sur la notoriété de la marque ou sur le renforcement de la marque auprès des consommateurs ou tout autre indicateur pouvant révéler le succès de la campagne).

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

BEST LONG TERM MEDIA STRATEGY

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.

Résumé du dossier

CONTEXTE & ARGUMENTATION

Point de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif, ...

Traduction de ces points de départs et insights dans l'utilisation créative du média.

Quels médias ont été utilisés de façon créative et non habituelle et avec quel résultat ?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DE L'UTILISATION DANS LE MIX MEDIA ET L'UTILISATION CREATIVE DU MEDIA ?

L'APPORT DE L'EXPERTISE MEDIA ?

RESULTATS

Résultats de tracking ou autres comme des témoignages d'annonceurs, des effets en RP, ...

POURQUOI CE DOSSIER MERITERAIT-IL UN AMMA ?

Comment ce dossier se distingue du reste en quelques mots.

ANNEXES

Planning de la campagne (timing, cibles, performances, frais ou budgets), créations, etc.