

# DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

## BEST 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.

Les **5 meilleurs dossiers** de cette catégorie, sélectionnés par un groupe d'experts du jury AMMA qui se réunit le 17 avril seront présentés au public par les soumissionnaires durant le UMA Get Together «Best Media Campaigns», le 15 mai 2024.

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

Ce prix entend récompenser une stratégie média qui s'est distinguée par son approche et par son exécution. Une bonne stratégie se distingue notamment par :

- la traduction des différents objectifs dans le choix des médias
- l'élaboration de la stratégie en tenant compte du budget disponible et des objectifs fixés
- l'application des connaissances acquises grâce à une analyse claire de la cible et de la situation de la marque
- l'innovation au sein du secteur
- l'efficacité de la stratégie pour les objectifs de la campagne, vérifiable par des chiffres (effets sur les ventes, sur la notoriété ou sur la façon dont la marque est perçue par les consommateurs, ou toute autre métrique pour estimer le succès)

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

## **BEST 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.

---

### **TITRE DU DOSSIER**

#### **CONTEXTE & ARGUMENTATION**

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

Traduction de ces points de dépôts 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.