

DOSSIER DE CANDIDATURE

pour

BEST USE OF PERFORMANCE MARKETING

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 le 17 avril, seront présentés au public lors de l'UMA Get Together «Best Media Campaigns», le **15 mai 2024**.

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

Avec ce prix, CommPass entend récompenser une campagne qui :

- a utilisé efficacement les outils numériques pour mesurer et évaluer la réalisation des objectifs de communication
- a exploité de façon démontrable les mesures et les évaluations partielles en vue d'adapter la campagne en cours de route (exemple : le re-marketing ; data driven,...)
- peut démontrer un résultat tangible en termes d'activation ou d'interaction avec les cibles ou en génération de trafic.

Nous vous conseillons de consulter le règlement AMMA.

BEST USE OF PERFORMANCE MARKETING **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.

ACHTERGROND + BEWIJSVOERING

Uitgangspunten: product; probleem; doelstellingen; vertaling van deze uitgangspunten en inzichten na strategische uitwerking.

Hoe werden de mogelijkheden van de tools voor performance marketing 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?

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...

TITRE DU DOSSIER

Résumé du dossier

CONTEXTE & ARGUMENTATION

Point de départ : produit, problème, objectifs, traduction de ces points de départ et insights après développement stratégique.

Comment les possibilités offertes par les outils de performance marketing ont été exploitées afin de déboucher sur un résultat optimal, avant et pendant la campagne?

QUELLE EST LA VALEUR AJOUTEE DES MESURES ET DES OUTILS?

Les résultats qui le démontrent?

APPORT DE L'EXPERTISE MEDIA?

RESULTATS

Mesures, trackings ou autres comme témoignage annonceur, les effets en PR, ...

POURQUOI CE CASE MERITE-T-IL UN AMMA ?

Brève description des éléments qui plaident pour ce dossier.

ANNEXES

Timings, cibles, performances, budgets, concepts créatifs ...