

kreatív

KREATÍV B2B AWARD

Kreatív B2B Award

B2B kommunikációs megoldások versenye

A Kreatív szaklap először hirdeti meg a business to business kommunikációs versenyt, melyre az elmúlt két év legjobb B2B kommunikációs megoldásaival jelentkezhetnek ügynökségek, megbízói vagy hirdetői oldal képviselői, szolgáltatók és médiumok. Várunk a pályázatra trademarketinges megoldásokat is.

A verseny célja

Díjazni azokat a kommunikációs megoldásokat, melyek támogatják és elősegítik, hogy egy vállalat termékét vagy szolgáltatását egy másik vállalatnak értékesítse.

Nevezési feltételek

Nevezhető bármely olyan kommunikációs kampány vagy megoldás, amely 2014. június 1. és a nevezési határidő lejárta előtt futott részben vagy teljes egészében Magyarországon.

A verseny az **A főkategóriában** kampánycél alapján zajlik, ezért egy-egy kommunikációs megoldás különböző megoldásai (például kiadvány, weboldal és e-dm) egyben is nevezhetők.

A **B főkategóriában** médiatípus szerinti bontásban lehet nevezni a megoldásokat, a többcsatornás kampányok nevezéseit értelemszerűen az integrált kategóriába várjuk.

Az értékelés során a zsűri többletponttal jutalmazza a nevezett kommunikáció hatékonyságát (ROI, ROMI) a bemutatott számok alapján. (Cél, eredmény, befektetett eszközök, input, output stb) alapján.

A pályázat javasolt felépítése:

- Célmeghatározás
- Célcsoport-meghatározás
- Választott stratégia indoklása
- Választott eszköz/csatorna indoklása
- Eredmények a célok függvényében

Nevezési határidő: 2016. szeptember 16.

Kategóriák

A – főkategória, kampánycél alapján

- **Értékesítés támogatás**
 - New business – új ügyfélszerzés érdekében indított kampány
 - Loyalty, megtartás – ügyfélmegtartási, lojalitási célú kampány (relationship management)
 - Cross sales, CRM – kereszt és felülértékesítési aktivitás meglévő ügyfélkörben
 - Viszonteladói támogatás, motiváció – viszonteladói hálózat ösztönzése, értékesítés támogatása
 - Saját értékesítői motiváció – saját értékesítő csapat ösztönzése
- **Imidzs és márképítés**
- **PR**
 - Külső PR, kapcsolatok javítása – a cég külső kapcsolatrendszere, sajtó és kapcsolódó szervezetek irányába indított PR tevékenység
 - Belső PR, dolgozói program – dolgozói ösztönző, megtartó, image javító belső program
- **Employer branding** – a céget, mint vonzó munkahelyet bemutató külső kommunikációs aktivitás
- **Új termék/szolgáltatás bevezetés** – a cég portfóliójában újonnan megjelenő termék, vagy szolgáltatás piacra történő bevezetésének kommunikációja
- **Új piacra lépés** – meglévő, vagy új termékekkel, eddig nem lefedett bel- vagy külföldi piacra történő lépés kommunikációja
- **Tudásmenedzsment** (ebbe a kategóriába nevezhetőek tudásátadás koncepciók pl. a következő eszközökkel: személyes képzések, tanácsadások, podcastok, webinarok stb.)
- **Egyéb**

B - főkategória, médiatípus alapján

(A zárójelben példaként a teljesség igénye nélkül felsorolt típusú kommunikációs megoldások nevezhetőek).

- **Integrált kampány** (legalább 3 különböző médiatípuson futott kampány egésze)
- **Direkt marketing**
 - Edm-ek
 - Dm-ek
 - Rendszeres hírlevelek
 - Telefonos kampány - kampányterv + kampányanyagok szövege írásban vagy hangfile-on
 - Egyéb

KREATÍV B2B AWARD

- **Print**
 - Print hirdetés
 - Kiadvány (vállalati magazinok, tanulmányok, összefoglalók, oktatási anyagok, kutatási jelentések)
 - Szórólap, brossúra
 - Céges jelentés
 - Szakmai cikksorozatok saját vagy más kiadványokban
 - Egyéb
- **Online**
 - Banner
 - Céges weboldal, microsite
 - Social media kampány
 - Social média oldal
 - Applikáció
 - Mobiloldal
 - Blogok
 - Webinar, online videók, közvetítések, podcastok online
 - Szakmai cikksorozatok saját vagy más oldalakon
 - Egyéb (pl: online elérhető szakmai prezentációk, infotanulmányok, kutatási jelentések, esettanulmányok, pl: E-könyv)
- **Események, rendezvények** (ügyféltalálkozók, ügyfélpark, konferencia- kiállítás jelenlétek)
- **TV spot vagy műsortámogatás, product placement, stb.**
- **Rádió spot vagy műsortámogatás**
- **In/outdoor megjelenések**
- **Egyéb** (fenti kategóriákba nem besorolható megjelenések)

Nevezési díj

24.900 Ft + áfa / nevezés

19.900 Ft + áfa / nevezés: ugyanazon kampány két főkategóriában való nevezése esetén (Két díj esély két különböző főkategóriában).

Ugyanazon kampány kedvezményesen nevezhető párhuzamosan az A, B főkategóriák valamelyikébe.

A nevezési lap alapján kiállított átutalásos számlát e-mailben és postán küldjük. Amennyiben a nevezési díj nem érkezik be szeptember 30-ig, a pályamunka nem kerül elbírálásra.

A versenyre csak olyan cégektől és jogi személyektől van módunkban nevezést elfogadni, amelyeknek a nevezés beérkezésének napján nem áll fent semmilyen tartozásuk a Professional Publishing Hungary Kiadó Kft-vel szemben.

kreatív

KREATÍV B2B AWARD

Anyagleadás

A nevezéseket **elektronikusan** kérjük eljuttatni a legradye@kreativ.hu email címre.

Minden nevezés mellé csatolni kell a hiánytalanul **kitöltött, aláírt nevezési lapot**.

A pályázó garantálja, hogy a nevezési lapon megadott információk tényleges és valós adatokat tartalmaznak. A Kreatív B2B Award díjainak kihirdetése a jelentkezési lapon megadott adatok (pályázó, társpályázó, megbízó) alapján történik.

A nevezési lapon kívüli nevezési anyagokon (esettanulmányi film, prezentáció, printhirdetések elektronikus formái és egyéb kiegészítő dokumentumok) **semmilyen formában sem szerepelhet a pályázó ügynökség neve vagy logója** (még a fájl elnevezésében sem)! Amennyiben a pályázatban a nevezési lapon kívül szerepel az ügynökség neve, kizárást vonhat maga után!

Leadási paraméterek, formátumok:

Filmes anyagok (reklámfilmek és esettanulmányi videók): mp4 formátumban, kizárólag hd vagy full hd felbontásban. **Az esettanulmányi videók hossza nem haladhatja meg a 3 percet!**

Hanganyagok: mp3 formátumban

Képes anyagok: jpg, tif vagy pdf formátumban, 300 dpi felbontásban

Prezentációk: ppt, keynote, prezi.com formátumban. **Terjedelem: maximum 10 slide**

Display típusú hirdetések: gif, swf vagy mp4 formátumban

Weboldalak: a pályázati anyagon fel kell tüntetni a weboldal elérhetőségét

Alkalmazások: az alkalmazás elérhetőségét fel kell tüntetni a pályázati anyagon, már nem futó alkalmazás esetén az alkalmazás tesztváltozatát kell benyújtani

Mobilalkalmazások: az alkalmazás elérhetőségét fel kell tüntetni a pályázati anyagon, fizetős alkalmazás esetén promóciós kódot kérünk, hogy minden tartalomhoz hozzáférhessen a zsűri.

kreatív
KREATÍV
B2B
AWARD

A zsűrizésről

Zsűritagok:

Zsúrielnök: Grósz Judit, Microsoft Magyarország, marketing-és operatív igazgató

Bálint Viktor, BNL Growth Partners, managing partner

Bagdi Attila, Fanuc Hungary, marketing specialista

Bányi Kata, Coca-Cola HBC Magyarország, trade-marketing igazgató

dr. Bentzik Réka, MVM Magyar Villamos Művek, kommunikációs igazgató

Dobsi Adrienn, TV2 Csoport, kommunikációs igazgató

Fonay Gergely, Cad Terv Kft, marketing vezető

Gyarmati János, GE Healthcare, Regional Marketing Manager EE

Krskó Tibor, Hamu és Gyémánt Kiadó, alapító-tulajdonos

Majorosi Emese, Abbvie, publicaffair vezető

Menthy Mariann, EGIS, kommunikációs vezető

Mikola György, OTP Travel, marketing és értékesítési vezető

Molnár Péter, Professional Publishing Hungary, értékesítési és marketing igazgató

Nadj István, CAD-Terv Mérnöki Kft., ügyvezető igazgató

Nemes-Smucz Katalin, ELMŰ-ÉMÁSZ Társaság Csoport, marketing osztályvezető

Soós Gergely, Neo Interactive, tulajdonos-ügyvezető

Szalkai Réka, T-Systems Magyarország, Szegmensmarketing vezető

Szántó Balázs, Noguchi Porter Novelli, ügyvezető

Varga Anita Ágnes, Rossmann Magyarország, marketing vezető

Varga Zoltán, Central Média csoport, vezérigazgató

Vándor Ágnes, Professional Publishing Hungary, ügyvezető igazgató

Várkonyi Beáta, Danone, vállalati kapcsolatok igazgató

KREATÍV B2B AWARD

Zsűrizési szempontok

A nevezett anyag mennyire valósítja meg a hirdető céljait.

A nevezett anyag csatornaválasztása a célcsoport és célok figyelembe vételével. A nevezett anyag mennyire felel meg a célcsoport médiával kapcsolatos elvárásainak.

A nevezett anyag hatékonysága (ROI, ROMI) a bemutatott számok alapján. (Cél, eredmény, befektetett eszközök, input, output stb).

A nevezett anyag kivitelezésének minősége.

A nevezett anyag eredetisége, kreativitása.

Scamek és régi ötletek

Díjat csak eredeti ötleteket megvalósító és ténylegesen megvalósult alkotásoknak ítélhet a zsűri. Az adaptációkat a zsűri nem tekinti eredeti ötletnek.

A zsűrizés menete

Első kör: online zsűrizés

Minden zsűritag zárt, online rendszerben pontozza az alkotásokat 1-10-ig terjedő skálán (0 pont nem adható). A zsűritagok pontszámainak átlaga alapján a verseny kiírója határozza meg a shortlistet. A zsűri azon tagjai, akik érintettek valamelyik kategóriában, az adott kategória pontozásában nem vehetnek részt.

Nem kerülhet shortlistre a nevezések több mint 50%-a, valamint 6.0 átlagpontszám alatti alkotás. Ha egy kategóriában egyik alkotás sem éri el a meghatározott pontszámot, a kiíró nem hirdet shortlistet.

Második kör: személyes zsűrizés

A shortlistre került alkotásokból a szűkített zsűri személyesen választja ki a díjazottakat.

A zsűri azon tagjai, akik valamely kategóriában érintettek, azaz pályázatuk shortlistre került, az adott kategória megbeszélésében nem vehetnek részt.

A zsűrinek jogában áll különdíjakat, illetve egyéb speciális díjakat is létrehozni.

Amennyiben a zsűri nem ért egyet egy nevezés kategóriába való besorolásával, joga van áthelyezni és másik kategóriában értékelni.

Vitás kérdésekben a zsűrielnök dönt.

Díjak

A zsűri minden kategóriában oszthat díjat és fenntartja a lehetőséget, hogy ha erre megfelelő pályamunkát talál, akkor különdíjakat ítéljen oda. Joga van megosztott díjakat is adni, illetve egy-egy díjat egyáltalán nem kiosztani.

Budapest, 2016. június

Kreatív Csoport (PPH)

További információ: Légrady Edit legradye@kreativ.hu 06-1-430-4563

http://www.kreativ.hu/esemeny/b2baward_2016/index.php