



## social media best practice

közösségi marketingaktivitások versenye és workshop

2012

A Kreatív másodszer indítja el a közösségi marketingaktivitások versenyét, és az ehhez kapcsolódó workshopot.

Az elmúlt években egyre több szakmai konferencia a közösségi média használatáról szólt. Ma már szinte minden márka és cég elindította Facebook-oldalát, illetve használ más közösségi felületeket kampányaihoz.

Melyik volt 2012-ben a legsikeresebb kampány?  
Melyik márka használja a legügyesebben a közösségi média felületeit?  
Ki mutatja az utat a marketingeseknek?

## KATEGÓRIÁK

### MÁRKAOLDAL MŰKÖDTETÉSE:

Ebbe a kategóriába nevezhető minden a Facebookon vagy az Iwiw közösségi oldalon kifejezetten egy-egy termék, márka vagy vállalati márka megrendelésére létrehozott oldal, ami 2011. november 1. és 2012. október 1. között aktív volt.

Értékelési szempontok:

**az oldal egyediesítése ■ a márka megjelenítése ■ az oldal működtetésének rendszeressége ■ aposztok, képek, videók tartalma ■ az oldal rajongóinak és aktív résztvevőinek száma ■ a növekedés intenzitása ■ alkalmazások az oldalon a rajongói interakciók kezelése**

### KAMPÁNYOLDAL MŰKÖDTETÉSE:

Ebbe a kategóriába nevezhető minden a Facebookon vagy az Iwiw közösségi oldalon egy-egy termékhez, márkához vagy vállalati márkához kapcsolódó kampányt támogató oldal, amely 2011. november 1. és 2012. október 1. között jött létre.

Értékelési szempontok:

**az oldal egyediesítése ■ a márka megjelenítése ■ az oldal működtetésének rendszeressége ■ aposztok, képek, videók tartalma ■ az oldal rajongóinak és aktív résztvevőinek száma ■ a növekedés intenzitása ■ alkalmazások az oldalon**

## MÁRKÁZOTT BLOG / MIKROBLOG

Ebbe a kategóriába nevezhető minden olyan blog, mikroblog, amelyet egy márka marketingkommunikációs célból hozott létre és működtet, és 2011. november 1. és 2012. október 1. között legalább 20 poszt jelent meg. Nevezhető egy-egy kampány céljait támogató blog (kampányblog), pr-célokat szolgáló vállalati blog, vezetői blogok

Értékelési szempontok:

**blogdizájn ■ a blog frissítésének rendszeressége ■ a posztok, képek, videók tartalma, relevanciája ■ a blog tematikája és a márka kommunikációs céljainak kapcsolata ■ a blog olvasóinak száma ■ a kommentek száma és kezelése**

## KOMMUNIKÁCIÓ A TWITTEREN

Ebbe a kategóriába nevezhető minden olyan vállalati célokat szolgáló Twitter-csatorna, amely 2011. november 1. és 2012. október 1. között legalább 20 posztot tartalmazott.

Értékelési szempontok:

**a csatorna egyedisége ■ a posztok tartalma ■ a kommunikáció stílusa ■ a problémamegoldás és a reakciók sebessége**

## ALKALMAZÁSOK:

Ebbe a kategóriába nevezhető minden 2011. november 1. és 2012. október 1. között marketingcélból készített, egy-egy termék vagy vállalati márka megjelenését támogató közösségi médiás vagy okostévére fejlesztett alkalmazás.

Értékelési szempontok:

**az alkalmazás vizuális megjelenése, grafikai szempontok ■ az alkalmazás és a márka marketingcéljainak egységessége ■ az alkalmazás áttekinthetősége ■ az alkalmazás felhasználhatósága, kezelhetősége ■ az alkalmazás alapötlete, és az ötlet kiterjeszhetősége**

## VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓ A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

Ebbe a kategóriába nevezhető minden olyan kommunikációs megoldás, amely a közösségi vagy klasszikus médiában megjelenő, márkával vagy céggel összefüggő negatív hangulatot próbálta orvosolni 2011. november 1. és 2012. október 1. között.

Értékelési szempontok:

**problémakezelés ■ a kommunikáció stílusa ■ a reakciók sebessége és relevanciája**

## KÖZÖSSÉGI ALAPÚ INTEGRÁLT KAMPÁNYOK:

Ebbe a kategóriába nevezhető minden olyan kampány, amely 2011. november 1. és 2012. október 1. között készült, és amelynek alapjait egy közösségi médiás aktivitás jelentette. Olyan kampányok nevezhetők, amelyekben a közösségi média nem egy utólag kitalált kampányelem a marketingmixben, hanem a közösségi médiás ötleten alapul, e nélkül nem értelmezhetők.

Értékelési szempontok:

**a kampány alapötletének egyedisége ■ a közösségi felületek kommunikációs felhasználása ■ a klasszikus és a közösségi médiafelületek felhasználása, a marketingmix összetétele a kampány és a márka üzenete ■ a közösségi kommunikáció egyes elemeinek kezelése (posztok, videók, képek, kommentek)**

### INTEGRÁLT KAMPÁNY KÖZÖSSÉGI MEGJELENÉSE

Ebbe a kategóriába nevezhető minden olyan 2011. november 1. és 2012. október 1. között kommunikációs célból indított, közösségi médiában megjelenő kampányelem, amely egy alapvetően klasszikus integrált kommunikáció (tv, rádió, sajtó, outdoor, online ATL) része. Ide érdemes nevezni az integrált kampányok közösségi médiás pilléreit.

Értékelési szempontok:

**a közösségi kampány alapötletének egyedisége ■ a közösségi felületek kommunikációs felhasználása ■ a klasszikus és a közösségi médiafelületek felhasználása, a marketingmix összetétele ■ a kampány és márka üzenete ■ a közösség reakciója a kampányra ■ a közösségi kommunikáció egyes elemeinek kezelése (posztok, videók, képek, kommentek) ellenében – több kategóriába is nevezhetők.**

### NEVEZÉS MENETE:

1. A nevezési lap letölthető itt ([www.kreativ.hu/esemeny/smbp\\_2012](http://www.kreativ.hu/esemeny/smbp_2012)), vagy kérhető a Kreatív szerkesztőségéből az alábbi elérhetőségeken valamelyikén: Tel: + 36 1 430 4563, fax: +36 1 430 4579, email: [havask@kreativ.hu](mailto:havask@kreativ.hu)

2. A kitöltött pályázati lapot és a benyújtandó anyagokat postai úton, futárral vagy elektronikusan kell a szerkesztőségbe eljuttatni. (emailcím: HYPERLINK "mailto:havask@kreativ.hu" [havask@kreativ.hu](mailto:havask@kreativ.hu) , cím: 1037 Budapest, Montevideo u. 3/b.)

3. Nevezési határidő: 2012. november 9.

4. A nevezés adminisztrációs díja bármely kategóriában egy nevezés esetén: 24 900 Ft +áfa. Három, illetve annál több nevezés esetén nevezésenként 19 990 Ft + áfa. Az SMBP workshopon nevezésenként egy fő ingyenesen vehet részt!  
A workshop részvételi díja: 9900 Ft + áfa

5. A nevezési díjat nyolcnapos banki átutalással, a pályázati anyagok beérkezése után kiállított számla alapján kell befizetni. A nevezési díj befizetésének hiányában a pályázati anyagok nem zsűrizhetők.

A nevezéshez szükséges anyagok:

1. Kitöltött, kinyomtatott, aláírt és lepecsételt nevezési lap
2. Kitöltött esettanulmány lap

## **SMBP WORKSHOP 2012**

DECEMBER 12., TRAFIQ

(Budapest, V. kerület, Hercegprímás u. 18.)

Az SMBP verseny díjait a Kreatív SMBP workshopján adjuk át. Az eseményen a győztesek bemutatják legjobb munkájukat a hazai marketingszakma előtt.

### **PROGRAM:**

#### **1. Díjátadó**

**2. Milyen volt a közösségi média 2012-ben?**  
(bevezető szakmai előadás)

**3. Hogyan érdemes márkaoldalt működtetni 2012-ben?**  
(esettanulmány a Márkaoldal működtetése kategória győztesétől)

**3. Melyik volt 2012-ben a legjobb közösségi médiás kampányoldal és miért?** (esettanulmány a Kampányoldal működtetése kategória győztesétől)

**4. Milyen a jó márkázott blog?**  
(esettanulmány a Márkázott blog / mikroblog kategória győztesétől)

**5. Hogyan érdemes kommunikálni a Twitteren?**  
(esettanulmány a Twitter-kommunikáció kategória győztesétől)

**6. Hogyan működik egy jó alkalmazás?**  
(esettanulmány az Alkalmazás kategória győztesétől)

**7. Válságkommunikáció a közösségi médiában**  
(esettanulmány a Kríziskommunikáció kategória győztesétől)

**8. Hogyan irányítja a közösségi média a kampányt?**  
(esettanulmány a Közösségi alapú integrált kampányok kategória győztesétől)

**9. Hogyan integráljuk a közösségi médiás felületeket a kampányba?** (esettanulmány integrált kampány közösségi megjelenése kategória győztesétől)

**10. Buli**

