



CONTENT+MARKETING AWARD 2016

versenykiírás

A Kreatív szaklap harmadik alkalommal rendezi meg versenyét, melyre az elmúlt év legjobb tartalomalapú marketingmegoldásaival jelentkezhetnek az ügynökségek, médiumok és a megbízói vagy hirdetői oldal képviselői.

A Content+Marketing Award 2016-ot új kategória- és szempontrendszerrel hirdetjük meg.

A shortlistesek és a díjazottak pontszerzők a Kreatív Pr Toplistán!

A verseny célja

Díjazni azokat a médiamegoldásokat, amelyek úgy oldják meg kreatívan a hirdetői igények kiszolgálását, hogy közben minőségi tartalmat kínálnak a fogyasztóknak. A gyorsan változó médiapiacra az utóbbi időben egyre inkább terjednek a tartalomra ágyazott marketingcélú megjelenések. Bár sokan a hagyományos értelemben vett független média meggyengüléseként tekintenek erre a jelenségre, nekünk meggyőződésünk, hogy létezik ennek a műfajnak olyan minőségi válfaja, ahol sem a hirdető, sem a médium, sem pedig a közönség érdekei nem szenvednek csorbát. A CMA 2016 versenyen ezeket a megoldásokat keressük és díjazzuk.

Mit értünk tartalomalapú marketingmegoldás alatt?

Minden olyan kommunikációt, amely egy hirdetői vagy megbízói üzenetet valamiféle tartalmi megoldás segítségével kíván eljuttatni a fogyasztók (olvasók, nézők, hallgatók, befogadók, felhasználók) felé. Ilyen megoldások közé tartozik tehát az összes olyan tartalom, amely elsődlegesen hirdetői szándék eredményeként jött létre.

Nevezési feltételek

Nevezhető bármely olyan médiatermék (pl. kiadvány, televíziós vagy rádiós műsor, videó, weboldal, blog, mikroblog, közösségioldal-csatorna, mobilapplikáció stb), vagy médiatermék részlete (például cikk, műsorszám), amely 2015. április 1. és a nevezési határidő lejárta előtt került nyilvánosságra Magyarországon, illetőleg magyarországi közönségnek is szánva.

A verseny az **A főkategóriában** nem médiatípusonként, hanem *témakategória szerinti bontásban* zajlik, ezért egy-egy médiamárka különböző megoldásai (például nyomtatott lap, weboldal és mobilapplikáció) egyben is nevezhetők.

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

A **C főkategóriában** a *felhasznált eszköz szerinti bontásban* lehet nevezni kampányokat, illetve kampányelemeket.

Nevezési határidő: 2016. április 15.

Kulturális, vallási, politikai érzékenységet vagy közszemérmert sértő pályázatok a versenyen nem indulhatnak.



Kategóriák

A főkategória

- > Autó, gépjárművek
- > Államigazgatás
- > B2B kommunikációs megoldások (ügynökségi és médiaszolgáltatások stb.)
- > Egyesületek, szervezetek (non-profit szervezetek tevékenységei)
- > Energiaszektor, építőipar
- > Eseményhelyszínek (stadionok, konferencia központok, centrumok stb.)
- > FMCG termékek
- > Gyógyszerek és gyógyászati készítmények
- > Ipar (ipari termékek)
- > IT/Telekommunikáció
- > Kiskereskedelem (gyógyszertárak, kis és nagy boltok stb.)
- > Környezetvédelem
- > Közlekedés (légitársaságok, metró, taxi-társaságok, busztársaságok stb.)
- > Lifestyle (szépségápolás, divat stb.)
- > Művészet, szórakozás (múzeum, színház, mozi, kalandpark stb.)
- > Oktatás, Egészségügy (kórházak, klinikák, fogászati rendelők, iskolák, egyetemek, tanfolyamok stb.)
- > Pénzügyi szolgáltatások (bank, biztosítás, brókercégek stb.)
- > Sport, rekreáció (fitness terem, golf klub stb.)
- > Szórakoztató elektronikai eszközök
- > Vendéglátás, Turizmus (bárok, éttermek, kávézók, szállodák stb.)
- > Egyéb tartós fogyasztási cikkek
- > Egyéb

B főkategória

- > Televízió
- > Rádió
- > Nyomtatott sajtó
- > Digitális megoldások (internetes és mobilcsatornákon futó kampányok)
- > Integrált megoldások (legalább 2 különböző médiumban párhozamosan futó tartalmi megoldások)
- > Egyéb (BTL, ambient, outdoor stb.)

C főkategória

- > Szövegalapú megoldások és kampányok
- > Mozgóképalapú megoldások és kampányok
- > Hangalapú megoldások és kampányok
- > Saját felületeken (saját blog, honlap, újság) futó, az elérést elsősorban nem fizetett hirdetésekkel megvalósító tartalommarketing megoldások és kampányok
- > Vásárolt médiafelületen futó tartalmi megoldások és kampányok (native hirdetés vagy branded content)



Nevezési díj

34.900 Ft + áfa / nevezés

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

19.900 Ft + áfa / nevezés: ugyanazon kampány három főkategóriában való nevezése esetén (három díj esély három különböző kategóriában)

Ugyanazon kampány kedvezményesen nevezhető párhuzamosan az A, B és C főkategóriák valamelyikébe, vagy akár mindhárom csoportba is beadható.

A nevezési lap alapján kiállított átutalásos számlát e-mailben küldjük. Amennyiben a nevezési díj nem érkezik be május 10-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.

Anyagleadás

A nevezéseket **elektronikusan** kérjük eljuttatni a tothv@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 Content+Marketing Award 2016 díjainak kihirdetése a jelentkezési lapon megadott adatok (pályázó, társpályázó, megbízó) alapján történik.

Társpályázók esetén a Content+Marketing Award díjaiért kapható Pr Toplista pontokat a pályázók a nevezési lapon feltüntetett arányban osztják meg egymás között. Amennyiben nincs megosztás feltüntetve, akkor a pályázók között a Pr Toplista pontok egyenlő arányban oszlanak meg.

A nevezési lapon kívüli nevezési anyagokon (esettanulmányi film, prezentáció, pr hirdetések 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



A zsűrizésről

A Content+Marketing Award 2016 zsűrijének elnöke Kardos Gábor, a 444.hu, Magyar Jeti Zrt. vezérigazgatója.

Zsűritagok

Balaton Anita

Café Pr, ügyvezető

Bíró Pál

GoogLe, Industry Head & Video Partnership Lead

Falvay László

Young & Rubicam, kreatívigazgató

Gulyás János

MEC, ügyvezető igazgató

Kutas István

Telenor, vállalati kommunikációs igazgató

Petrányi-Szell András

PS:Provocative, partner

Szalai Balázs

Index, lapmenedzser

Weyer Balázs

Főszerkesztők Fóruma, elnök

Szigeti Péter

Professional Publishing Hungary, tartalomfejlesztési vezető

Vándor Ágnes

Professional Publishing Hungary, ügyvezető igazgató

További zsűritagok felkérés alatt.

Zsűrizési szempontok

A nevezett anyag mennyire valósítja meg a hirdető céljait.

A nevezett anyag mennyire felel meg a célcsoport médiával kapcsolatos elvárásainak.

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.

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 hirdeti shortlistet.

Második kör: személyes zsűrizés

A shortlistre került alkotásokból a 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 kioszthat 1. 2. és 3. 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. március

Kreatív Csoport (PPH)

További információ: Tóth Veronika, tothv@kreativ.hu, t: +36 1 430 4544