



effie
awards

Croatia Effie 2011
Priručnik





Važni datumi.....	3
Uvjeti za sudjelovanje na Effie natjecanju	3
Rokovi za prijavu.....	3
Kako se prijaviti na Effie natjecanje?.....	4
Croatia Effie 2011 Obrazac za prijavu.....	4
Kreativni materijali	5
Upute za pripremu DVD-a	6
Croatia Effie 2011 Obrazac za priznanja	6
Ocjenjivanje: kriteriji, žiri, postupak žiriranja	7
Sedam razloga za diskvalifikaciju.....	8
Kontrolna lista.....	9
Effie pravilnik o objavljivanju podataka	9
Savjeti za uspješan dovršetak Effie prijave	10
Trinaest razloga zbog kojih radovi dobivaju niže ocjene nego što bi trebali.....	10
Kategorije.....	11
Ključne informacije	11



DOBRO DOŠLI NA CROATIA EFFIE 2011 NATJECANJE

Zadovoljstvo nam je pozvati vas da budete dio Croatia Effie natjecanja u 2011. godini!

I ove godine, već po treći put u Hrvatskoj, pišemo novo poglavlje o idejama koje djeluju – sjajnim idejama koje postižu rezultate i ljudima koji su osmislili strategije kojima su kreirane.

Cilj nam je prepoznati i nagraditi, ali i educirati i istaknuti važnost učinkovitog marketinškog poslovanja. Nagrada Effie potvrđuje postignuće zadanih ciljeva i rezultata što je upravo ono čemu marketinške komunikacije teže. Budući da su na natjecanje prijavljeni samo najbolji od najboljih, žiriju je izuzetno teško odabrati najuspješnije, no činjenica da radovi uopće mogu konkurirati za Effie nagradu već je po sebi veliko priznanje uspjeha i dokaz kvalitete!

Na prošlogodišnjim natjecanjima sudjelovalo je mnogo kvalitetnih radova i uspješnih priča s odličnim rezultatima čija je sama nominacija za ovu nagradu bila dokaz njihovog izuzetnog uspjeha. Pozivamo i vas da se ove godine prijavite i dokažete da ste najbolji!

Veselimo se vašem sudjelovanju na ovogodišnjem natjecanju Croatia Effie 2011,
Organizacijski odbor Croatia Effie

VAŽNI DATUMI

02. lipnja	– Otvorenje Effie natjecanja
01. srpnja	– Rok za ranu prijavu
29. srpnja	– Rok za kasnu prijavu
12. kolovoza	– Last minute rok za prijavu
20. listopada	– Effie masterclass s Peterom Fieldom
21. listopada	– 6. Effie konferencija o marketinškoj učinkovitosti
21. listopada	– Dodjela Effie nagrada i proglašenje pobjednika natjecanja

UVJETI ZA SUDJELOVANJE NA EFFIE NATJECANJU

Na Croatia Effie 2011. natjecanju mogu sudjelovati kampanje koje su se provodile u Hrvatskoj u periodu od 1. siječnja 2010. do 31. ožujka 2011. Kampanje koje su počele prije navedenog perioda ili su završile naknadno, također mogu sudjelovati na natjecanju ukoliko su se barem dijelom provodile u zadanom periodu i postoje podaci koji se odnose na period kvalifikacije.

Isti rad je moguće prijaviti u više kategorija. Naknada za prijavu plaća se dodatno za svaku kategoriju.

Moguće je prijaviti radove koji su već sudjelovali na prošlogodišnjem Effie natjecanju. To je moguće samo ako je kampanja bila aktualna i nakon završetka prošlogodišnjeg perioda za kvalifikaciju (31. ožujka 2010.). Prema tome je period za kvalifikaciju re-apliciranih radova kraći i obuhvaća radove koji su se provodili barem dijelomice od 31.3.2010. do 31.3.2011.. Za taj period trebaju postojati novi ili dopunjeni podaci o toj kampanji i njezinom nastavku radi čega je potrebno ispuniti novi Obrazac za prijavu i nanovo prijaviti vaš rad.

Možete ponovno prijaviti i pobjedničku kampanju s prošlog Effie natjecanja ukoliko je ista započela, trajala ili završila tijekom perioda 31.3.2010. – 31.3.2011. tj. ukoliko postoje novi ili dopunjeni podaci o učinkovitosti te kampanje. Zlatni pobjednici prijašnjih Effie natjecanja mogu se ponovno prijaviti u kategorijama u kojima nisu osvojili zlato. Srebrni i brončani pobjednici prijašnjeg Effie natjecanja mogu se prijaviti u bilo kojoj kategoriji.

Napomena: Effie Awards zadržava pravo rekategoriziranja prijave, podijele/redefiniranja kategorija i/ili odbijanja prijave.

Radovi koje je zajednički pripremalo nekoliko tvrtki (oglašivača, kreativnih, medijskih, PR agencija itd.) mogu biti prijavljeni samo jednom unutar kategorije. U slučaju spora koje uključene strane ne mogu interno riješiti, prijava neće biti prihvaćena. Effie Awards zadržava pravo odbijanja prijave u bilo koje vrijeme.

Effie Awards potiče partnere da pripremu rade zajedno jer zajedničkim radom nastaju najučinkovitiji i najtemeljitiji radovi. Odajte priznanja svim glavnim strateškim i kreativnim partnerima koji su radili na kampanji koju prijavljujete. Effie natjecanje nagrađuje najučinkovitije radove, kao i zajednički napor oglašivača i agencija koji su zajedno stvorili te sjajne radove.

ROKOVI ZA PRIJAVU

Kako bi bila važeća, prijavu je potrebno dostaviti na zadanu adresu: HURA, Šoštarićeva 10, 10 000 Zagreb (kontakt: 091/225 70 69 ili 01/481 33 00). Uplatu je potrebno izvršiti najkasnije sedam dana nakon predaje prijave, a radovi za koje organizator ne primi uplatu do zatvaranja zadnjeg roka za prijavu (12.08.2011.) neće se moći natjecati.

Rokovi	Datumi	Cijena
Rok za ranu prijavu:	01.07.2011.	1.499 kn +PDV / po radu
Rok za redovitu prijavu:	29.07.2011.	2.250 kn +PDV / po radu
Izvanredni rok za (last minute) prijavu:	12.08.2011.	4.499 kn +PDV / po radu

Napomena: Uz prijavu na Effie natjecanje, tvrtke i agencije navedene u Croatia Effie 2011 Obrascu za priznanja stiču pravo na besplatne kotizacije za sudjelovanje njihovih djelatnika na dodjeli Effie nagrada i partiju za sudionike. Imena sudionika potrebno je unaprijed najaviti.

Napomena: Dodjela nagrada i proglašenje pobjednika Effie natjecanja održat će se 21. listopada s početkom u 19.30h po završetku cjelodnevne, šeste po redu Effie konferencije o marketinškoj učinkovitosti.

KAKO SE PRIJAVITI NA EFFIE NATJECANJE?

Koraci 1 + 2 + 3 + 4

1. **Posjetite internetsku stranicu Croatia Effie** - www.croatiaeffie.com i preuzmite Croatia Effie 2011 komplet dokumenata za prijavu koji sadrži: Croatia Effie 2011 Obrazac za prijavu, Croatia Effie 2011 Obrazac za priznanja, Croatia Effie 2011 Autorizacijski obrazac i Croatia Effie 2011 Priručnik.

2.1. **Detaljno proučite Effie Priručnik i temeljito pročitajte sve informacije.** Radovi koji ne zadovoljavaju uvjete za prijavu bit će diskvalificirani, a naknada za sudjelovanje NECE biti vraćena.

2.2. Predstavite svoj rad u pisanom obliku ispunjavanjem službenog Croatia Effie 2011 Obrasca za prijavu (pitanja 1 – 8, najviše 7 stranica).

2.3. Popunite Obrazac za priznanja.

2.4. Potpišite se i ispunite Autorizacijski obrazac.

2.5. Pripremite svoju prijavu u el. obliku na DVD-u.

3. **Dostavite prijavu na zadanu adresu.** Sudionici trebaju dostaviti jednu omotnicu po radu koja mora sadržavati:

3.1. Potpisan Croatia Effie 2011 Autorizacijski obrazac.

3.2. 25 zaklamanih primjeraka Croatia Effie 2011 Obrasca za prijavu. Preferiraju se dvostrane kopije na recikliranom papiru.

3.3. DVD koji treba sadržavati:

3.3.1. Prijavljeni rad u službenom Croatia Effie 2010 Obrascu za prijavu (pitanja 1 – 8, najviše 7 stranica) spremljen u PDF-formatu.

3.3.2. Folder naziva „Kreativni radovi“ u kojem se nalaze primjeri kreativnih materijala.

3.3.3. Odvojeni folder sa sažetkom kampanje u 90 riječi i glavnim vizualom kampanje.

3.3.4. Jedan primjerak popunjenog Obrasca za priznanja (word .doc ili PDF format).

4. Radove treba prije isteka zadanog roka dostaviti na adresu: HURA, Šoštarićeva 10, 10 000 Zagreb. Svi predani radovi moraju biti u zasebnim omotnicama.

CROATIA EFFIE 2011 OBRAZAC ZA PRIJAVU

Službeni Croatia Effie 2011 Obrazac za prijavu sastoji se od osam pitanja na koja možete odgovoriti na najviše sedam stranica (s uključenim pitanjima i uputama uz pitanja koji se ne smiju brisati). Ispričajte svoju priču i pojasnite vašu marketinšku komunikaciju te druge čimbenike koji su kreirani i primjenjeni u vašem radu.

Podrijetlo podataka u prijavi

Svi podaci, tvrdnje, činjenice i dr. navedeni bilo gdje u Croatia Effie 2011 Obrascu za prijavu moraju uključivati konkretne, pouzdane i dokazive izvore. Prijave koje ne sadržavaju podatke o izvorima podataka bit će diskvalificirane. Budite što konkretniji u dokumentiranju svih rezultata; navedite izvore podataka, uključujući naziv istraživanja i vremenski period u kojem se isto provodilo. Trebate navesti izvore za sve podatke koje ste naveli u Obrascu za prijavu i to navodeći konkretne izvore pored svakog podatka ili ih stavljajući u fusnote na dno stranice na kojoj se podaci spominju.

Izvori mogu biti: podaci oglašivača, istraživanje agencije (kreativne, medijske i dr.) ili istraživačkih agencija, tj. treće strane. Upravo podaci dobiveni od agencija za istraživanje tržišta imaju najveću težinu pred žirijem. Navedite naziv tvrtke čije je istraživanje kada se referirate na izvore osim u slučaju kada je izvor podataka marketinška agencija (kreativna, medijska ili druga agencija, no ne i profesionalna istraživačka agencija). S obzirom na karakter natjecanja, u slučaju da je kreativna, medijska ili druga agencija (osim profesionalne agencije za istraživanje tržišta) izvor podataka, trebate napisati "Agencijsko istraživanje". Međutim, i dalje je bitno da budete što konkretniji u navođenju izvora (vremenski period, naziv istraživanja itd.).

KREATIVNI MATERIJALI

Svi kreativni materijali predaju se na DVD-u. Bitno je prikazati kako, kada i gdje ste privukli ciljnu skupinu. Primjeri trebaju biti direktno povezani s vašim strateškim ciljevima i rezultatima i trebali su biti aktualni na tržištu. Prikazuju se isključivo oni kreativni/komunikacijski elementi kojima je ostvarena vaša osnovna ideja kampanje što znači da nije potrebno prikazati sve komunikacijske točke navedene u pitanju 7b Obrasca za prijavu, već samo one istaknute kao najvažnije u vašoj pisanoj prijavi.

Primjere kreativnih radova moguće je predati u obliku videosažetka ili predajom zasebnih kreativnih materijala. Molimo da primjere kreativnih radova, bilo pojedinačnih ili uobličjenih u videosažetak, sačuvate u zasebnom folderu pod nazivom "Kreativni radovi" koji može sadržavati: TV oglase, interaktivne materijale, slike tiskanih oglasa i outdoora, direktne mailove, promotivne materijale i drugo. Kreativni radovi zajedno s pisanim dijelom prijave iz Obrasca za prijavu koji se odnosi na kreativne radove, nose 23,3% ukupne ocjene prijavljenog rada.

***Napomena:** Nigdje na kreativnim materijalima ne spominjite nazive agencija, umjesto toga stavite oznaku "Agencija". Nigdje na kreativnim materijalima ne spominjite rezultate.*

a) Kreativni videosažetak (nije obvezno)

Videosažetak nije videosnimka vašeg pisanog rada, nego videosažetak kreativnih materijala kojima je realizirana vaša glavna ideja. Iako ne smije uključivati rezultate, videosažetak je dobar način da kompilaciju vaših kreativnih radova živopisnije prikazete žiriju. Potrebno je prikazati cijele primjere čiji je broj ograničen jedino vremenom trajanja sažetka (3 minute), osim onih primjera kod kojih je nužno kraćenje zbog nedostatka vremena (npr. snimke događanja, gerilski marketing, brendirani sadržaj na TV-u, skraćene PR aktivnosti i objave itd.). Kako bi što bolje prikazali vaš rad, možete dodati elemente poput voiceovera, glazbe i dr., no ne smijete koristiti elemente na koje nemate prava (pr. glazba/slike koje nisu dio vaših kreativnih materijala). Svi elementi koje koristite moraju biti originalni ili morate osigurati prava za njihovo korištenje. Ukoliko koristite dodatne elemente, oni ne smiju drugačije predstaviti niti izmijeniti originalni kreativni rad jer bi u protivnom utjecali na prosudbu članova žirija. Primjerice, to znači da naknadno nasnimavanje pozadinske glazbe nije dopušteno uz TV spot ili interaktivne bannere (jer bi žiri mogao misliti da je pozadinska glazba bila dio banner), ali je dopušteno uz prelistavanje print oglasa.

***Napomena:** Osnovni zadatak videosažetka je prikazati vaše kreativne radove u onom obliku u kakvom su bili prisutni na tržištu.*

b) Predaja pojedinačnih kreativnih radova (10 jedinstvenih kreativnih primjera)

Ukoliko kreativne radove predajete pojedinačno, slijedite upute navedene u ovom odjeljku, te umjesto videosažetka, zasebno sačuvajte kreativne primjere u zadanim formatima. U tom slučaju, kako bi regulirali broj prikazanih primjera spram mogućnosti koje nudi trominutni videosažetak, odaberite najviše 10 jedinstvenih kreativnih primjera koji će najbolje prikazati vaš rad i koji su bili istaknuti kao najvažniji u vašoj pisanoj prijavi.

Formati i vremensko ograničenje

Kreativne radove (u sklopu videosažetka ili pojedinačno) možete predati u ovim formatima:

Materijal	Format	Max. veličina
Videosažetak (min. rezolucija 452 x 339)	.mov	50 MB
Ostali video materijali (TV spot, snimke i dr.)	.mov	30 MB
Audio materijali poput radijskih oglasa	.mp3	10 MB
Slike i fotografije (preporučena rezolucija 300dpi)	.jpg/.jpeg	5 MB
Banneri i interaktivni materijali	.swf	2 MB

Molimo da ograničite trajanje videosažetka na najviše 3 minute. U slučaju pojedinačnih materijala poput TV spotova, snimki događaja i radijskih oglasa ograničenje je 90 sekundi.

Ukoliko kreativne materijale predajete pojedinačno, možete predati najviše 10 kreativnih primjera.

Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje

Predajte svoj sažetak od 90 riječi na DVD-u u zasebnom folderu naziva "Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje". U word.doc formatu napišite najmanje tri rečenice (limit 90 riječi) ukratko opisujući rad. Navedite ciljeve rada i kako se rezultati direktno odnose na te ciljeve. Priložite sliku u .jpg formatu koja najbolje predstavlja vašu glavnu ideju kampanje.

*⚡ **Napomena:** Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje koristit će se u promotivne svrhe (Effie knjižica s pobjednicima, Effie internet stranice, Effie dodjela nagrada i dr.).*

UPUTE ZA PRIPREMU DVD-a

Kako biste predali svoje kreativne radove, pregledajte sljedeće upute za pripremu DVD-a:

1. Označite DVD imenom brenda i nazivom kampanje.
2. Otvorite folder na DVD-u pod nazivom "Kreativni radovi" i u njega spremite primjere svojih kreativnih radova (TV/internet/tisak/promotivni materijali itd.), koji mogu biti snimljeni pojedinačno ili mogu biti navedeni u trominutnom videosažetku.
3. Na DVD trebate snimiti ispunjeni Obrazac za prijavu koji sadržava pismenu prijavu vašeg rada (pitanja 1 – 8, najviše 7 stranica) spremljen u PDF-formatu, Obrazac za priznanja (format: word .doc ili PDF) te dodatni folder naziva "Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje" koji sadržava pismeni sažetak vaše kampanje (format: word .doc) i glavni vizual (format: .jpg/.jpeg, max. 5 mb).

*⚡ **Napomena:** Žiri će pročitati vaš Obrazac za prijavu i pregledati snimljeni kreativni materijal.*

CROATIA EFFIE 2011 OBRAZAC ZA PRIZNANJA

Popunite **Croatia Effie 2011 Obrazac za priznanja** preuzet s internetske stranice Croatia Effie www.croataieffie.com. Molimo uvjerite se da su sva imena i nazivi tvrtki točno napisani. Informacije koje predate smatraju se konačnima i ne mogu se naknadno mijenjati pa čak niti ako agencija i/ili oglašivač promjene ime i/ili dođe do spajanja poduzeća. Informacije će biti prezentirane na način kako su navedene. Informacije koje navedete u Obrascu za priznanja mogu se objaviti i/ili prezentirati medijima, pojaviti se na certifikatima, dodijeli nagrada itd..

Priznanja oglašivačima i agencijama

U Croatia Effie 2011 Obrascu za priznanja navedite sve glavne kreativne i strateške partnere koji su pridonijeli vašem radu (možete navesti do 6 tvrtki i 10 individualnih priznanja). Morate navesti oglašivača i barem jednu primarnu agenciju. U slučaju da postoji više agencija koje su radile na kampanji, primarna agencija je ona vodeća i koja je najviše pridonijela radu. Možete odati priznanje dvjema agencijama i obje navesti kao "primarne agencije", koje će se tada smatrati kao doprimarne agencije. Želite li odati priznanje trećoj agenciji, možete to učiniti. Međutim, naknada za odavanje priznanja trećoj primarnoj agenciji iznosi 1.500 kn prilikom pobjede.

Individualna priznanja

Trebate navesti najviše 10 pojedinaca koji su najviše pridonijeli uspjehu kampanje. Molimo navedite sve glavne oglašivače i predstavnike agencija i uvjerite se u točnost navedenih imena. Ti su pojedinci vodeći ljudi koji su radili na kampanji i kao takvi će biti navedeni na Effie certifikatu, Effie knjižici s pobjednicima i na službenim internet stranicama projekta.

Nagrade/statue

Svim pobjednicima bit će dodijeljena jedna Effie nagrada/statua po pobjedničkoj kampanji. Najviše dvije agencije i jedan oglašivač mogu biti navedeni na nagradi koja se dodjeljuje pobjedničkom timu. Ime oglašivača, primarne agencije i medijske agencije bit će navedeno na svim nagradama, osim ako postoje dvije primarne agencije kada će, u tom slučaju, ime medijske agencije na nagradi biti izostavljeno.

Certifikati

Ukoliko je vaš rad dobitnik Effie nagrade, po jedan certifikat dobit će svaki od (najviše) 10 pojedinaca navedenih u individualnim priznanjima Croatia Effie 2011 Obrasca za priznanja.

***Napomena:** Dodatne nagrade i certifikati mogu se personalizirati s imenima osoba koje su sudjelovale u kampanji i moguće ih je kupiti nakon dodjele Effie nagrada. Cijena izrade dodatne nagrade iznosi 2.000 kn + PDV, a certifikata 300 kn + PDV.*

OCJENJIVANJE: KRITERIJI, ŽIRI, POSTUPAK ŽIRIRANJA

Kako će žiri ocjenjivati vaš rad?

Na Effie natjecanju najvažnija je učinkovitost (Effie = Effectiveness) i kako su razni marketinški elementi – strategija, kreativnost, mediji, istraživanje – funkcionirali zajedno da bi postigli sjajne rezultate. Žiri vrednuje četiri kriterija pri ocjenjivanju cjelokupne učinkovitosti marketinških kampanja. Ti kriteriji i njihova zastupljenost u ukupnoj ocjeni jesu:

23,3% Strateški izazovi i ciljevi

23,3% Ideja

23,3% Ostvarenje ideje

30% Rezultati

100% cjelokupne ocjene

Ocjene žirija određuju koje će kampanje biti nagrađene zlatnom, srebrnom ili brončanom Effie nagradom. Svaka pobjednička razina – zlato, srebro, bronca – ima zadani prag koji radovi moraju postići kako bi osvojili nagradu. Pragovi se utvrđuju u dogovoru s Effie Worldwide organizacijom po završetku žiriranja. Glavna nagrada, tj. Grand Prix natjecanja dodjeljuje se radu koji je žiri procijenio najboljim.

***Napomena:** Moguće je da u kategoriji bude jedan, dva, tri ili najviše četiri pobjednika na svim razinama ili pak da uopće ne bude pobjednika.*

Sastav žirija

Vašu će prijavu ocjenjivati neki od najboljih i najiskusnijih marketinških stručnjaka u Hrvatskoj koji su pažljivo odabrani za ovaj zadatak. Žiri je sastavljen od ravnopravnog omjera visokopozicioniranih menadžera oglašivača i direktora agencija s dugogodišnjim iskustvom u ključnim segmentima kao što su planiranje, istraživanje, mediji, kreativnost itd.. Žiri trećeg hrvatskog Effie natjecanja sastoji se od 25 članova, a uključuje predstavnike oglašivača, kreativnih i medijskih agencija, medijskih kuća te agencija za odnose s javnošću i istraživanje tržišta. Predsjednik žirija ovogodišnjeg natjecanja je Dorjan Zadković, voditelj marketinga Tomata, dobitnik prošlogodišnje Grand Prix nagrade za Tomato relaunch kampanju koja je rađena u suradnji s agencijama Grey Worldwide Zagreb i McCann Erickson.

Postupak ocjenjivanja

Po isteku zadnjeg roka za prijavu (12. kolovoza), žiri će dobiti materijale na individualno razmatranje (domaću zadaću). Tijekom sastanka žirija, svi članovi žirija ocijenit će sve prijavljene radove, izuzev prijava njihove tvrtke ili agencije. Svi se elementi prijave – pisana prijava i kreativni elementi – ocjenjuju. Članovi žirija imaju mogućnost raspravljati o radovima prije donošenja konačnih ocjena. Ocjenjivanje se provodi anonimno i u tajnosti, a podaci su povjerljivi.

Nakon žiriranja, Effie organizacijski odbor koji ne sudjeluje u žiriranju u povjerljivosti zbraja ocjene, a imena pobjednika nisu poznata nikome (čak niti članovima žirija) prije proglašenja pobjednika. Kod određivanja pobjednika gledaju se ocjenjivački listići koji otkrivaju samo rezultate, ali ne i člana žirija ili imena prijavljenih.

Dobitnici nagrada biti će proglašeni na dodjeli nagrada koja će se održati 21. listopada s početkom u 20h po završetku šeste po redu Effie konferencije o marketinškoj učinkovitosti. Sudjelovanje na dodjeli nagrada je uključeno u cijenu prijave na Effie natjecanje i besplatno je uz prethodnu najavu za sve zaposlenike tvrtki/agencija koje su sudjelovale na Effie natjecanju.

SEDAM RAZLOGA ZA DISKVALIFIKACIJU

Sljedeće će rezultirati diskvalifikacijom i naknada od prijave neće se vratiti.

1. Ne navođenje izvora podataka o rezultatima.

Uz sve podatke, tvrdnje, činjenice i dr. prezentirane bilo gdje u Obrascu za prijavu MORA se navesti dokaziv izvor. To mogu biti podaci oglašivača, istraživanje agencije ili istraživačke tvrtke. Zadržavamo pravo provjeravanja točnosti podataka navedenih izvora.

Izvori moraju biti navedeni pored svakog podatka ili tvrdnje, ili u jasnim fusnotama na dnu svake stranice Obrasca za prijavu na koju se odnose. Budite što konkretniji pri dokumentiranju dokaza i rezultata; priložite izvore podataka, naziv istraživanja i vremenski period u kojem se isto provodilo. Pri navođenju izvora podataka navedite konkretno ime tvrtke koja je provodila istraživanje osim kada je izvor agencija (izuzev profesionalnih istraživačkih agencija).

2. Nedovoljno informacija.

Ne uključivanje primjera jedinstvenih kreativnih materijala navedenih u pisanoj prijavi koji su sastavni dijelovi kampanje u folderu "Kreativni radovi" rezultirat će diskvalifikacijom. Priložite barem po jedan primjer svih kreativnih radova koji su opisani u pismenom dijelu Obrasca za prijavu, a koji su bili bitan čimbenik uspjeha kampanje.

3. Navođenje imena agencije u Obrascu za prijavu ili na kreativnim materijalima.

Effie je slijepo natjecanje agencija — ne navodite imena agencija nigdje u Obrascu za prijavu ili na kreativnim materijalima. Ne navodite ime svoje agencije (ili bilo koje druge agencije — oglašivačke, medijske, digitalne ili druge) kao vaš izvor podataka. Ako je agencija izvor vašeg istraživanja, napišite "Agencijsko istraživanje".

4. Korištenje logotipa, slikovnih prikaza ili fontova u boji u Obrascu za prijavu.

Logotipi, slikovni prikazi, ilustracije ili drugi kreativni materijali navedeni u Obrascu za prijavu neće biti prihvaćeni. Ne prilažite slike svojih kreativnih radova u Obrascu za prijavu. Spremite ih u folder s kreativnim radovima.

Fontovi u boji neće biti prihvaćeni. Sav tekst u Obrascu za prijavu mora biti u standardno crnoj boji veličine 10. Dobro je (i preporučeno) u Obrascu za prijavu upotrebljavati efekte koji pojednostavljaju čitanje, kao što su podebljana slova, razmaci, bulleti itd..

*⚠ **Napomena:** Slikovni prikazi i grafovi koji prikazuju rezultate su poželjni i mogu se prezentirati u boji.*

5. Ignoriranje uputa o broju stranica i brisanje uputa ili pitanja iz Obrasca za prijavu.

Službeni Croatia Effie 2011 obrazac za prijavu sastoji se od najviše 7 stranica, uključujući pitanja i upute, fonta veličine 10. Ako premašite dopušteni broj stranica, sav dodatni materijal bit će uklonjen i žiri ga neće vidjeti. Žiri iznimno cijeni sažetost i jasnoću. Brisanje uputa ili pitanja u Obrascu za prijavu rezultirat će diskvalifikacijom rada.

6. Predaja nepotpunog Obrasca za prijavu.

Potrebno je popuniti sve dijelove Obrasca za prijavu – ne ostavljajte pitanja neodgovorenim i ne brišite pitanja ili upute iz Obrasca. Ukoliko pitanje nije primjenjivo, kao odgovor navedite "Ne primjenjuje se". Ostavljanje pitanja neodgovorenim rezultirat će diskvalifikacijom.

7. Predaja rukom pisanih ili nekvalitetnih radova.

Provjerite vaš rad prije nego što ga predate. Dajte kolegama neka ga pročitaju i provjere pravopis, kao i ima li matematičkih ili gramatičkih pogrešaka te pretjerivanja, nedokumentiranih tvrdnji itd..

KONTROLNA LISTA

Molimo pregledajte vašu prijavu prije slanja kako biste se uvjerali da ste napravili sve potrebno za sudjelovanje na Croatia Effie 2011 natjecanju:

- Preuzeli ste Croatia Effie 2011 komplet dokumenata za prijavu potrebnih za sudjelovanje na natjecanju koji uključuje Obrazac za prijavu, Obrazac za priznanja, Autorizacijski obrazac i Effie Priručnik.
- Pročitali ste "Sedam razloga za diskvalifikaciju", koji su sastavni dio ovog Priručnika i uvjerali ste se da se ništa od navedenog ne odnosi na vašu pisanu prijavu ili kreativne materijale koje predajete.

Pravilno ste pripremili sve materijale za predaju na DVD-u:

- Korak 1: Ispunili ste Obrazac za prijavu i Obrazac za priznanja te dokumente sačuvali u .pdf formatu. Obrazac za priznanja iznimno može biti pisan u word .doc formatu.
- Korak 2: Kreirali ste zaseban folder na svom DVD-u pod nazivom "Kreativni radovi" gdje ste spremili svoje kreativne radove (tv, tiskane i ostale oglase) u .jpg/.jpeg, .mp3, .swf i/ili .mov formatu.
- Korak 3: Kreirali ste zaseban folder na svom DVD-u pod nazivom "Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje", gdje ste spremili svoj sažetak od 90 riječi u word .doc formatu i glavni vizual kampanje u .jpg formatu.

Omotnica s prijavom treba sadržavati:

- 1 original primjerak potpisanog Autorizacijskog obrasca.
- 25 zaklamanih kopija popunjenog Obrasca za prijavu po prijavljenom radu (vaših 25 kopija mora u potpunosti odgovarati .pdf verziji koju ste spremili na DVD).
- 1 DVD na kojem piše naziv brenda i kampanje, a na kojem ste sačuvali Obrazac za prijavu, Obrazac za priznanja, folder s kreativnim radovima i folder sa sažetkom od 90 riječi i glavnim vizualom kampanje.

Upute za dostavu:

- Prijavu je potrebno dostaviti na adresu: HURA, Šoštarićeva 10, 10 000 Zagreb (kontakt: 091/225 70 69 ili 01/481 33 00).
- Na prednjoj stranici omotnice molimo navedite ime i adresu pošiljatelja.
- Ukoliko predajete više od jedne prijave i želite ih sve odjednom poslati, molimo da pripremite materijale za svaku prijavu zasebno i u posebnoj omotnici te ih označite imenom prijave.

EFFIE PRAVILNIK O OBJAVLJIVANJU PODATAKA

Effie Awards ima pravo objavljivanja radova koji su pobijedili na Effie natjecanju. Predani radovi moraju biti originalni ili je potrebno prikupiti prava za njihovo korištenje.

Kreativni materijali

Kreativni materijal u prijavi postaje vlasništvo Effie Awards i neće biti vraćen. Effie Awards zadržava pravo umnožavanja odabranog kreativnog materijala u svrhu edukacije i promocije.

Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje

Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje bit će sigurno objavljen ukoliko vaš rad bude pobjednički, no može biti objavljen čak i ako vaš rad nije pobijedio na natjecanju.

Effie pisana prijava u Obrascu za prijavu

Effie Awards nudi sudionicima mogućnost objave Obrasca za prijavu njihovoga pobjedničkog rada na Effie Awards internetskim stranicama i na drugim izdanjima odobrenim od strane Effie Awards. Poštujemo činjenicu da prijava može sadržavati informacije koje se smatraju povjerljivima od strane oglašivača. Molimo navedite ima li Effie Awards vaše dopuštenje za objavu pisane prijave u odjeljku Dozvola za objavljivanje obrasca za prijavu u Autorizacijskom obrascu. Ukoliko odaberete "ne", po potrebi ćemo objaviti samo sažetak od 90 riječi koji ste predali i kreativni materijal. Ukoliko odaberete "da", suglasni ste da Obrazac za prijavu vašeg rada također može biti objavljen u edukacijske i promotivne svrhe.

SAVJETI ZA USPJEŠAN DOVRŠETAK EFFIE PRIJAVE

Budite izravni. Predstavite svoju priču jednostavnim stilom pisanja s minimalnim pretjerivanjem. Jasno naznačite poveznicu između izazova, ciljeva, velike ideje, kreativne izvedbe i rezultata.

Pojasnite konkurentsko okruženje. Nemojte pretpostaviti da je žiri koji pregledava vašu prijavu svjestan tržišta vaše kategorije. Jasno opišite situaciju na tržištu.

Budite jezgroviti. Koristite prostor i broj stranica koji vam je ponuđen u Obrascu za prijavu. Nemojte dodavati stranice – bit će odbačene po primitku prijave.

Priložite jasne, jednostavne, relevantne grafikone i tablice. Ako su kreirani na pravilan način, grafikoni i tablice omogućuju žiriju da s lakoćom procjeni uspješnost vaše marketinške inicijative.

Navedite izvore svojih podataka i rezultata. Glavni razlog zbog kojeg se žiri najčešće odlučuje za diskvalifikaciju radova jest nedostatak konkretnih, dokazivih izvora podataka, tvrdnji, činjenica i dr. u Obrascu za prijavu. Pročitajte upute u ovom Priručniku kako biste pravilno naveli izvore svojih podataka prije finaliziranja prijave.

Uvjerite se da se u vašoj prijavi ili u kreativnim materijalima nigdje ne spominje ime agencije. Effie je slijepo natjecanje za agencije. Drugi razlog zbog kojeg se žiri najčešće odlučuje na diskvalifikaciju rada jest navođenje imena agencije u Obrascu za prijavu ili kreativnim materijalima.

Budite zanimljivi. Vaša prijava mora biti stimulativna za čitanje. Ispričajte priču žiriju.

Objasnite žiriju zašto je vaš rad bio uspješan. Za svaki cilj navedite jasne rezultate i njihove izvore te objasnite njihov kontekst kako bi žiri lakše procijenio vaše rezultate i ciljeve. Primjerice, koji su bili rezultati protekle godine u odnosu na ovu godinu i u odnosu na konkurenciju, koliki je protekle godine bio budžet za vaš brend u odnosu na ranije razdoblje, itd..

Učite iz uspjeha. Pregledajte pobjedničke radove s prijašnjih Effie natjecanja.

Provjerite svoj rad prije slanja. Prije slanja prijave, provjerite jeste li uključili sve potrebne elemente te da nema pogrešaka nastalih pri pisanju.

TRINAEST RAZLOGA ZBOG KOJIH RADOVI DOBIVAJU NIŽE OCJENE NEGO ŠTO BI TREBALI

1. Prilagodba ciljeva postignutim rezultatima – Prilagođavanje ciljeva postignutim rezultatima ili naknadno kreiranje ciljeva prema rezultatima umjesto točnog prikaza situacije u kojoj ste bili.

2. Nepotpuno referiranje na zadane ciljeve u odjeljku za rezultate. Ne navođenje dokaza da je marketinška komunikacija zaslužna za postizanje dokazanog rezultata.

3. Ciljana publika – Izostavljanje jasnoga, jezgrovitog opisa ciljane publike.

4. Medijska strategija – Izostavljanje jasnog opisa medijske strategije.

5. Kontekst podataka – Ne navođenje konteksta navedenih podataka u odnosu na prošlu godinu, konkurenciju, oglašivačke budžete od prethodne godine itd..

6. Neodgovorena pitanja – Ukoliko nepotpuno ispunite prijavu, netko tko nije upoznat s vašim brendom i kategorijom imat će neodgovorena pitanja nakon čitanja vašeg rada.

7. Nedostatna provjera prijave – Matematičke pogreške, pravopisne pogreške, gramatičke pogreške ili pogreške nastale pri pisanju.

8. Pretjerivanje – Rad kraći od sedam stranica koji je napisan zanimljivo s jasno navedenim podacima bit će uspješniji od rada s pretjeranim opisivanjem.

9. Planovi za buduće djelovanje (priča koja se nastavlja) – Ne spominjanje vaših planova za buduće djelovanje koji proilaze iz iskustva stečenog u radu na ovoj uspješnoj kampanji. Što ćete u budućnosti promijeniti? Što možda sada niste postigli, ali nastojite postići u budućnosti? Žiri cijeni iskrenost.

10. Korištenje nepoznate terminologije – Ne objašnjavanje nepoznatih termina/žargona.

11. Objasnite zašto su ciljevi i rezultati važni – Ne navođenje konteksta za ciljeve i rezultate te njihova pojašnjenja – zašto su oni bili značajni i važni?

12. Preopširnost – Kratak opis je bolji od opširnih verzija.

13. Ne navođenje izvora – Nedovoljno ili nepotpuno navođenje izvora rezultata, činjenica i tvrdnji u Obrascu za prijavu.

KATEGORIJE

Radovi mogu biti prijavljeni u devet različitih kategorija:

1. **Hrana.** Sve vrste hrane, grickalice, slastice i deserti, hrana za kućne ljubimce.
2. **Pića.** Pića – alkoholna, bezalkoholna.
3. **Roba široke potrošnje.** Npr. odjevni predmeti i obuća, dodatna oprema, kućanski pribor, proizvodi za njegu, kozmetika, lijekovi, elektronika, namještaj i kućanski aparati, računala.
4. **Financijske i osiguravajuće usluge.**
5. **Telekomunikacijske usluge.**
6. **Neprofitabilne / Pro-Bono, humanitarne kampanje.** Oglašavanje za neprofitabilne organizacije ili udruženja.
7. **Korporativni ugled, image i identitet** (uključuje sponzorstva, korporativni image i identitet; oglašavanje u svrhu promoviranja korporacija, ne isključivo njihovih proizvoda/usluga).
8. **Niskobudžetne kampanje.** Proračun manji od 200.000 kn.
9. **Ostalo.** Npr. luksuzna roba ili usluge, automobili, softver, nekretnine, mediji, kulturni događaji, prodaja, turizam itd..

KLJUČNE INFORMACIJE

Budite jednostavni, jasni, sažeti i zanimljivi za čitanje i gledanje.

Upamtite da će žiri pročitati mnogo radova. Kako bi se vaš rad lakše istaknuo, on mora biti kratak i zanimljiv a relevantni podaci ne smiju izostati, kao niti odgovori na zadana pitanja.

Prije predaje još jednom pregledajte svoj pisani rad. Jednostavni i jasni radovi bolji su od predugačkih i kompliciranih. Ako nemate dobre rezultate, pisanjem ne možete pobijediti na Effie natjecanju. Međutim, pisanjem se možete istaknuti na natjecanju.

SRETNNO!

Kontakt:

Dunja Ivana Togonal
Voditeljica projekta
091/600 49 55

dunja@best-marketing.com

www.croatiaeffie.com