



effie
awards

Croatia Effie 2010
Priručnik



SADRŽAJ

Važni datumi	3
Uvjeti za sudjelovanje na natjecanju	3
Rokovi plaćanja	3
Kako se prijaviti na Effie natjecanje?	4
Ocjenjivanje: kriteriji, žiri, postupak žiriranja	5
Kreativni dio prijave.....	6
Sedam razloga za diskvalifikaciju.....	7
Priznanja potrebna za prijavu.....	9
Kontrolna lista	10
Effie politika objavljivanja podataka.....	10
Savjeti za uspješnu prijavu	11
13 razloga zbog kojih radovi dobivaju manje bodova nego što bi trebali.....	12
Kategorije.....	13
Ključne informacije	13



DOBRO DOŠLI NA 2010 EFFIE AWARDS NATJECANJE

Zadovoljstvo nam je pozvati vas da budete dio 2010 Effie Awards natjecanja. Veselimo se narednoj natjecateljskoj godini za najbolji rad u industriji.

Od 1968. godine otkada se dodjeljuju, Effie nagrađuje **Ideje koje djeluju** — sjajne ideje koje postižu stvarne rezultate i strategije kojima su kreirane. Bilo da su mainstream ili nekonvencionalne, digitalne ili pisane, za dizajn ili oglašavanje, plaćene ili besplatne – bilo koji oblik marketinških komunikacija može se natjecati.

Veselimo se što ćete postati dio natjecanja i želimo vam svu sreću.

Effie odbor Hrvatska

VAŽNI DATUMI

- 10. lipanj** – otvorenje Effie natjecanja
2. srpnja – rok za ranu prijavu
30. srpnja – rok za kasnu prijavu
13. kolovoza – last minute rok za prijavu
16. rujna – sastanak žirija i ocjenjivanje radova
- 21. listopada** – Effie Konferencija 1. dan
- 22. listopada** – Effie Konferencija 2. dan
- 22. listopada** – Proglašenje pobjednika natjecanja i dodjela Effie nagrada

UVJETI ZA SUDJELOVANJE NA EFFIE NATJECANJU

Na Effie 2010 natjecanju mogu sudjelovati kampanje koje su se provodile u Hrvatskoj u periodu od 1. siječnja 2009. do 31. ožujka 2010. 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. Moguće je prijaviti radove koji su već sudjelovali na prošlogodišnjem Effie natjecanju ako su bili aktualni tijekom kvalifikacijskog perioda.

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 odbor potiče partnere da pripremu rade zajedno jer zajedničkim radom nastaju najučinkovitiji i najtemeljitiji radovi. Trebate odati 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 PLAĆANJA

Kako bi bila važeća, prijavu je potrebno dostaviti na zadanu adresu: ZA BEST MARKETING, ALPE ADRIA CENTAR, Slavonska avenija 6, 10 000 Zagreb. Uplatu je potrebno izvršiti nakon predaje prijave, a radovi za koje organizator ne primi uplatu do završetka roka za prijavu neće se moći natjecati.

Rokovi	Datumi	Naknade
Rok za ranu prijavu:	02.07.2010.	2.000 kn +PDV / po radu
Rok za redovitu prijavu:	30.07.2010.	3.500 kn +PDV / po radu
Rok za last minute prijavu	13.08.2010.	5.000 kn +PDV / po radu

KAKO SE PRIJAVITI NA EFFIE NATJECANJE? Koraci 1 + 2 + 3 + 4

1. Posjetite internetsku stranicu Croatia Effie - www.croatiaeffie.com, preuzmite Effie 2010 Komplet dokumenata za prijavu koji sadrži: Effie 2010 Obrazac za prijavu, Effie 2010 Obrazac za priznanja, Effie 2010 Autorizacijski obrazac i Effie 2010 Priručnik.

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

2.2. Predstavite svoj rad u pisanom obliku ispunjavanjem službenog Effie 2010 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 na DVD-u.

3. Dostavite prijavu. Sudionici na zadanu adresu moraju dostaviti jednu omotnicu po radu koja treba sadržavati:

3.1. Potpisan Autorizacijski obrazac.

3.2. 30 zaklamanih primjeraka Effie Obrasca za prijavu. Preferiraju se dvostrane kopije na recikliranom papiru.

3.3. 30 primjeraka jedne stranice s (najviše) 6 jedinstvenih kreativnih primjera isprintanih na toj jednoj stranici.

3.4. DVD treba sadržavati:

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

3.4.2. Primjere kreativnih materijala. To je moguće učiniti predajom videosažetka (format: .avi) trajanja ne više od 3 minute ili predajom pojedinačnih kreativnih materijala (limit od ukupno 8 jedinstvenih kreativnih primjera).

Molimo da primjere kreativnih radova sačuvate u posebnom folderu s nazivom "Kreativni radovi" koji uključuje: TV oglase, interaktivne materijale, slike oglasa u tisku i outdooru, direktne mailove, promotivne materijale i drugo. TV oglase molimo dostavite u .avi formatu veličine do 10 mb, a slike u .jpg formatu.

3.4.3 U odvojeni folder spremite sažetak kampanje u 90 riječi (.doc format) i glavni vizual kampanje (.jpg format).

3.4.4. Jedan primjerak popunjenog Obrasca za priznanja.

4. Svi predani radovi moraju biti u zasebnim omotnicama. Radove treba prije isteka zadanog roka dostaviti na zadanu adresu: ZA BEST MARKETING, ALPE ADRIA CENTAR, Slavonska avenija 6, 10 000 Zagreb.

OCJENJIVANJE: KRITERIJI, ŽIRI, POSTUPAK ŽIRIRANJA

Kako će žiri ocjenjivati vaš rad?

Na Effie natjecanju najbitnija je učinkovitost (Effie = Effectiveness). Kako su razni marketinški elementi – strategija, kreativnost, mediji, istraživanje – funkcionirali zajedno da bi postigli sjajne rezultate?

Vašu će prijavu ocjenjivati neki od najboljih i najiskusnijih stručnjaka koji su pažljivo odabrani za ovaj zadatak. 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.

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% cjelokupnog rezultata

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 obzirom na rezultate s prijašnjih Effie natjecanja. Moguće je da u kategoriji bude jedan, dva, tri ili maksimalno četiri pobjednika na svim razinama ili pak da uopće ne bude pobjednika. Glavna nagrada, tj. Grand Prix natjecanja dodjeljuje se radu koji je žiri procijenio najboljim.

Sastav žirija

Žiri je sastavljen u omjeru 50:50 visokopozicioniranih menadžera oglašivača i direktora agencija s dugogodišnjim iskustvom u ključnim segmentima kao što su planiranje, istraživanje, mediji, kreativnost itd. Žiri hrvatskog Effie natjecanja sastoji se od 30 članova, a uključuje predstavnike oglašivača, kreativnih i medijskih agencija, medijskih kuća te agencija za odnose s javnošću i istraživanje tržišta. Predsjednica žirija ovogodišnjeg Effie natjecanja je Vedrana Hercigonja Majetić, direktorica marketinških komunikacija Hrvatskog Telekomu, ujedno i dobitnika Grand Prix nagrade na prošlogodišnjem natjecanju za T-Mobile kampanju "Ured za van".

Postupak ocjenjivanja

Po isteku zadnjeg roka za prijavu (13. kolovoza), žiri će dobiti materijale na individualno razmatranje (domaću zadaću). Tijekom sastanka žirija, svi članovi žirija ocijenit će sve prijavljene radove. Bodovanje je anonimno i povjerljivo.

Nakon žiriranja, Effie odbor koji ne sudjeluje u samom žiriranju zbraja ocjene, a imena pobjednika nisu poznata nikome (čak niti članovima žirija) prije proglašenja pobjednika na službenoj dodjeli nagrada koja će se održati 22. kolovoza s početkom u 20h po završetku dvodnevne Effie konferencije o marketinškoj učinkovitosti. Kod određivanja pobjednika gledaju se ocjenjivački listići koji otkrivaju samo rezultate, ali ne i člana žirija ili imena prijavljenih.

Popunjavanje Obrasca za prijavu

U svojoj prijavi trebate ispričati cjelovitu priču svih oglašivačkih i marketinških komunikacija kreiranih i primijenjenih u svojem marketinškom nastojanju, kao i drugih čimbenika koji su utjecali na vaš trud i rad. Službeni Obrazac za prijavu potrebno je preuzeti s internetske stranice www.croatiaeffie.com, a 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).

Podrijetlo podataka u prijavi

Svi podaci, tvrdnje, činjenice i dr. navedeni bilo gdje u 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. 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 DIO PRIJAVE

Predani kreativni materijali trebaju biti direktno povezani s vašim strateškim ciljevima i rezultatima i trebali su biti aktualni na tržištu. Nigdje na kreativnim materijalima ne spominjite nazive agencija, samo stavite oznaku "Agencija".

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. Žiri će pročitati vaš Obrazac za prijavu i pregledati snimljeni kreativni materijal.

Sudionici trebaju predati primjere kreativnih radova. To je moguće učiniti predajom videosažetka (format: .avi) trajanja ne duže od 3 minute ili predajom zasebnih kreativnih materijala (limit od ukupno 8 jedinstvenih kreativnih materijala). Molimo da primjere kreativnih radova sačuvate u zasebnom folderu pod nazivom "Kreativni radovi" koji treba sadržavati: TV oglase, interaktivne materijale, slike printa i outdoorsa, direktne mailove, promotivne materijale i drugo. TV oglase molimo dostavite u .avi formatu veličine do 10 mb, a fotografije i slike u .jpg formatu.

Kako biste predali svoje kreativne radove, pristupni DVD treba sadržavati:

1. Označite svoj 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 (format: .avi). Možete navesti najviše 8 jedinstvenih kreativnih primjera u .avi i/ili .jpg/.jpeg formatima. Primjeri TV oglasa trebaju biti u .avi formatu, veličine najviše 10 mb.
3. Na DVD-u trebate snimiti ispunjeni Obrazac za prijavu koji sadržava pismenu prijavu vašeg rada (pitanja 1 – 8, najviše 7 stranica) spremljen u PDF-formatu.
4. Jedan folder na DVD-u koji sadrži sažetak vaše kampanje od najviše 90 riječi (format: word .doc) i glavni vizual kampanje (format: .jpg/.jpeg, 300dpi, maksimalno 5 mb). Folder nazovite "Sažetak od 90 riječi i glavni vizual kampanje".
5. Vaš DVD treba sadržavati Obrazac za priznanja (format: word .doc).

Kreativni videosažetak (nije obvezno) ili predaja pojedinačnih kreativnih primjera

Trominutni kreativni videosažetak treba prikazivati isključivo kreativne radove kojima je ostvarena vaša osnovna ideja kampanje. To NIJE videosnimka vašega pisanog rada. Kreativni/komunikacijski elementi moraju se direktno odnositi na vaše strateške ciljeve i rezultate te su morali biti aktivni na tržištu. Prikažite kako, kada i gdje ste privukli ciljanu skupinu i uključite najmanje po jedan primjer svake sastavne dodirne točke komunikacije spomenute u pisanom radu. U videosažetku nije potrebno prikazati sve komunikacijske dodirne točke navedene u pitanju 7b. Obrasca za prijavu, već samo one istaknute kao najbitnije u vašoj pisanoj prijavi. Ako vam preostane vremena, možete uključiti dodatne primjere određenih kreativnih materijala. Potrebno je prikazati cijele reklame – osim onih kod kojih je nužno kraćenje zbog nedostatka vremena (npr. snimke događanja, gerilski marketing, brendirani sadržaj na TV-u ili igrama itd.). Spremite svoj trominutni videosažetak (.avi niske rezolucije maksimalne veličine 10 mb po snimci) na DVD. Videosažetak ne smije sadržavati rezultate, kao ni ime agencije. Ako kreativne radove predajete pojedinačno, slijedite upute navedene u ovom odjelju, te umjesto videosažetka, zasebno sačuvajte kreativne radove u zadanim formatima i vremenskom ograničenju.

Formati i vremensko ograničenje

Molimo predajte svoj kreativni rad u ovim formatima: .avi (video), .mp3 (audio), .jpg/.jpeg (slike i fotografije) ili .swf (banneri/interaktivno). Prijava ne smije sadržavati prezentacije (.ppt). Ograničite svoje TV spotove, snimke događaja i radijske oglase na 90 sekundi.

Sažetak rada

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

SEDAM RAZLOGA ZA DISKVALIFIKACIJU

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

1. Izvori rezultata nisu navedeni.

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 (oglašivačka, medijska ili druga agencija izuzev profesionalnih istraživačkih agencija). Kako je Effie slijepo natjecanje agencija, istraživanje koje je provodila agencija treba označiti nazivom "Agencijsko istraživanje". Međutim, budite što konkretniji glede navođenja ostalih podataka (vremenski period, naziv istraživanja itd.).

2. Nedovoljno informacija.

Ne uključivanje primjera svih jedinstvenih kreativnih materijala navedenih u pisanoj prijavi u Obrascu za prijavu koji su sastavni dijelovi kampanje u folderu Kreativnih radova rezultirat će diskvalifikacijom. Priložite barem po jedan primjer svih kreativnih radova koji su opisani u Obrascu za prijavu, a koji su bili bitan čimbenik uspjeha kampanje (limit je ukupno 8 jedinstvenih primjera na DVD-u i 6 jedinstvenih primjera na listu s kreativnim radovima kojeg 30 kopija trebate predati uz prijavu).

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 fonta u boji u Obrascu za prijavu.

Logotipi, slikovni prikazi, ilustracije ili drugi kreativni materijali prezentirani 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 prihvatljivi su i mogu se prezentirati u boji.

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

Službeni 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..

PRIZNANJA POTREBNA ZA PRIJAVU

Popunite **Effie 2010 Obrazac za priznanja** preuzet s internetske stranice Croatia Effie www.croatiaeffie.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

Od vas se traži da navedete priznanja svim glavnim kreativnim i strateškim partnerima koji su pridonijeli vašem radu. U Obrascu za priznanja možete navesti do 6 tvrtki. **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 navesti ih 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.

Trofeji / nagrade

Svim pobjednicima bit će dodijeljene nagrade – jedna nagrada / trofej 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 trofejima, osim ako postoje dvije primarne agencije kada će, u tom slučaju, ime medijske agencije na nagradi biti izostavljeno.

Ako je vaš rad pobjednički možete kupiti dodatne trofeje ili personalizirane trofeje s navedenim agencijama po vašem izboru po cijeni od 2.000 kn + PDV.

Certifikati

Ukoliko je vaš rad dobitnik Effie nagrade, primit ćete maksimalno 10 certifikata za pobjedu. Po jedan dobiva svaki od 10 navedenih osoba s Obrasca za priznanja. Dodatne nagrade i certifikati mogu biti personalizirani i moguće ih je kupiti nakon dodjele Effie nagrada.

Napomena: *Dodatne nagrade i certifikati mogu se personalizirati s imenima osoba i mogu se kupiti na internetskoj stranici www.croatiaeffie.com.*

KONTROLNA LISTA

Molimo pregledajte vašu prijavu prije slanja kako biste se uvjerali da ste napravili sve potrebno za sudjelovanje na Effie 2010. natjecanju:

- Preuzeli ste Effie 2010 komplet dokumenata za prijavu potrebnih za sudjelovanje na natjecanju: Obrazac za prijavu, Obrazac za priznanja, Autorizacijski obrazac i Effie Priručnik.
- Pročitali ste "7 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, .mp3, .swf i/ili .avi 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 primjerak potpisanog Autorizacijskog obrasca.
- 30 zaklamanih primjeraka (kopija) popunjenog Obrasca za prijavu po prijavljenom radu (vaših 30 kopija mora u potpunosti odgovarati .pdf verziji koju ste spremili na DVD). Preferiraju se dvostrane kopije na recikliranom papiru.
- 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.
- 30 primjeraka (kopija) jedne stranice na kojoj su vaši kreativni primjeri. Možete navesti ukupno 6 jedinstvenih kreativnih primjera na jednoj stranici.

Upute za dostavu:

- Prijavu je potrebno dostaviti na adresu: ZA BEST MARKETING, Alpe Adria Centar, Slavenska avenija 6, 10000 Zagreb, Hrvatska (kontakt: 091/600 44 49).
- 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 POLITIKA OBJAVLJIVANJA PODATAKA

Effie Awards ima pravo objavljivanja radova koji su postali pobjednici Effie natjecanja. Predani radovi moraju biti originalni ili je potrebno prikupiti prava za prijavu radova.

Kreativni materijali

Kreativni materijali postaju vlasništvo Effie Awards i ne vraćaju se. Effie Awards zadržava pravo umnožavanja odabranih kreativnih materijala u svrhu edukacije i promocije.

Sažetak od 90 riječi

Sažetak od 90 riječi koji predajete uz prijavu 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 internetskim stranicama i izdanjima odobrenim od strane Effie Awards. U slučaju da je objava odobrena od strane prijavitelja rada, objava prijave u drugim medijima ovisi o nahođenju Effie Awards. Poštujemo činjenicu da prijavnice mogu sadržavati informacije koje se smatraju povjerljive od strane oglašivača. Molimo navedite je li Effie Awards ima vaše dopuštenje za objavu pisane prijave u odjeljku Dopuštenje za objavljivanje 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. Prezentirajte svoju priču jednostavnim stilom s minimalnim pretjerivanjem. Jasno naznačite poveznicu između strateškog 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 se prostorom i stranicama koji su vam ponuđeni 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. Razlog broj 1 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 dokumentu 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. Razlog broj 2 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, koliki je protekle godine bio budžet za vaš brend u odnosu na konkurenciju, koji su bili rezultati prošle godine u odnosu na ovu godinu, utjecaj konkurencije itd..

Učite iz uspjeha. Pregledajte pobjedničke radove prošlogodišnjeg Effie 2009 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 podataka u odnosu na prošlu godinu, konkurenciju, oglašivačke budgete 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 budućnost (priča koja se nastavlja)** – Ne spominjanje vaših planova za budućnost 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 9 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, automobili, elektronika, namještaj i kućanski aparati, računala.
4. **Financijske i osiguravajuće usluge.**
5. **Telekomunikacijske usluge.**
6. **Korporativni ugled, image i identitet.** Uključuje sponzorstva, korporativni image i identitet; oglašavanje u svrhu promoviranja korporacija, ne isključivo njihovih proizvoda/usluga.
7. **Neprofitabilne / Pro-Bono, humanitarne kampanje.** Oglašavanje za neprofitabilne organizacije ili udruženja.
8. **Niskobudžetne kampanje.** Proračun manji od 150.000 kn.
9. **Ostalo.** Npr. luksuzna roba ili usluge, softver, nekretnine, mediji, kulturni događaji, prodaja, turizam itd..

NAJČEŠĆA PITANJA VEZANA UZ PRIJAVU KATEGORIJA

Mogu li se prijaviti u nekoliko kategorija?

Da. Potrebno je popuniti zaseban Obrazac za prijavu, predati zaseban komplet kreativnih radova i platiti naknadu za svaku dodatnu kategoriju u kojoj ste prijavili rad.

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

Mogu li se ponovno prijaviti s radom koji je pobjedio na prošlogodišnjem Effie natjecanju?

Da. Možete ponovno prijaviti pobjedničku kampanju s prošlog Effie natjecanja ukoliko je ista bila aktivna tijekom perioda kvalifikacije i sadrži podatke koji se odnose na period kvalifikacije.

- Zlatni pobjednici prijašnjih Effie natjecanja mogu se ponovno prijaviti u kategorijama u kojima nisu osvojili zlato.
- Srebrni i brončani pobjednici prijašnjih Effie natjecanja mogu se prijaviti u bilo kojoj kategoriji.

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. Ipak, ako nemate rezultate, pisanjem ne možete pobijediti na Effie natjecanju. Međutim, pisanjem se možete istaknuti na natjecanju.

SRETNNO!