

Social Media Awards

T U R K E Y

@boomsonar | Marketing Türkiye

Social Media Awards Turkey başvurunuz için gereken tüm bilgi, açıklama ve materyalleri bu rehberde göre hazırlayabilirsiniz.

Bu rehberde uygun hazırladığınız başvurunuzu, basvuru.socialmediaawardsturkey.com adresinden sisteme üye olduktan sonra, size sunulacak bilgi formuna girmeniz gerekmektedir.

01 Nisan 2020 - 01 Nisan 2021 dönem aralığında gerçekleştirdiğiniz projelerinizle yarışmaya 12 Nisan 2021 günü saat 23:59'a dek başvuru yapabilirsiniz. Son başvuru tarihine kadar kullanıcı hesabınızla sisteme giriş yapıp, başvuru detaylarınızı güncelleyebilirsiniz.

Başvuru yapılacak kategorinin açıklama kısmında aksi belirtilmediği sürece başvuru esnasında maksimum 2 dakika uzunluğunda case video yüklenmesi gerekmektedir.

Giriş Bilgileri

Başlık

Başvurusunu yapmak üzere olduğunuz projeye/işe bir isim yazınız. Bu proje/iş birden fazla kategoriye giriyorsa, burada verdiğiniz başlığın aynısını diğer kategorilere başvururken de kullanınız.

Temsilci Şirket Adı

Başvuruyu dolduran şirketin adını yazınız. Bu alana yazacağınız şirket adı başvuruya ait her şeyden sorumlu şirket olacaktır. Ödeme, faturalaşma gibi süreçler burada adı geçen şirket ile yürütülecektir. Proje ödül/sertifika kazandığında, ödül bu şirkete verilecektir. Bu alana birden fazla şirket adı yazılamaz.

Temsilci Ad Soyad

Projeyi/işi temsil eden kişinin isim ve soyismini yazınız.

Temsilci Telefon

Projeyi/işi temsil eden kişinin iletişim numarasını yazınız. İletişim numarası mobil numara olmalıdır.

Temsilci E-Posta

Projeyi/işi temsil eden kişinin e-posta adresini yazınız.

Temsilci Görevi

Projeyi/işi temsil eden kişinin çalıştığı kurum içindeki görevini (pozisyonunu) yazınız.

Adres

Projeyi/işi temsil eden kişinin çalıştığı kurumun adresini yazınız.

Proje Bilgileri

Reklamveren

İş görevlendiren marka, kurum veya organizasyonun adını yazınız.

Alt Marka / Ürün / Hizmet

Proje/iş, reklamverene ait bir farklı bir marka, alt marka, ürün veya hizmet için yapıldıysa yazınız. Eğer başvurusu yapılan proje/iş, farklı bir marka, alt marka, ürün veya hizmet ile ilgili değilse bu soruyu boş bırakınız.

Yayın Tarihi

Projenin/işin ilk yayınlandığı tarihi işaretleyiniz. 01 Nisan 2020-01 Nisan 2021 tarihleri arasında yapılmış projeler/işler yarışmaya katılabilmektedir.

Kategori

Projenin/işin yarışmak istediği kategori seçimini yapınız. Proje/iş birden fazla kategoriye katılabilir ancak her bir kategori katılımı için yeni bir başlık oluşturarak, ayrı bir form doldurmalısınız.

Kategori Açıklamaları

Arama Motoru Kampanyası

Arama motorlarında gerçekleştirilen kampanyaları değerlendiren bu kategoriye arama motoru optimizasyonu, arama motoru pazarlaması veya arama motorlarının yaratıcı kullanımına odaklanan tüm kampanyalar katılabilir.

Bu kategoriye katılacak arama motoru kampanyaları bağımsız olabileceği gibi, farklı bir sosyal medya veya web kampanyasını destekler nitelikte de olabilir. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Dijital PR Çalışması

Marka, kurum, hizmet ve/veya ürünlerle ilgili yapılan, markanın dijital iletişimine odaklanan tüm dijital halkla ilişkiler projeleri bu kategoriye katılabilir.

Fenomenler, bloggerlar ve/veya fikir önderleriyle yapılan PR çalışmaları, etkinlikler ve workshoplar; 360 derece PR çalışmaları, dijital basınla yapılan işler gibi tüm dijital iletişim odaklı projeler bu kategoride yer alabilir.

Farklı Fikirler

Yeni fikirlerle öne çıkan, yaratıcılığı zirveye taşıyan, keşfedilmemiş denizlere yelken açan tüm projeler bu kategoride yer alabilir.

Bu kategoride yer alacak projeler için en önemli nokta, yenilikçi ve yaratıcı fikirlere odaklanmasıdır. Kampanya Facebook, Twitter, Youtube gibi popüler kanallara ek olarak Spotify, Pinterest, Twitch, sözlükler, forumlar gibi farklı mecralarda da yapılmış olabilir.

Fikir Önderi ve Fenomen Kampanyası

Markalar tarafından sosyal medyada fikir önderleri, uzmanlar veya fenomenler ile beraber gerçekleştirilen, marka mesajının hedef kitleye etkili şekilde ulaştırıldığı çalışma ve kampanyalar bu kategoriye katılabilir.

Gerçek Zamanlı Kampanya

Gündemdeki olaylara ilişkin hazırlanan yaratıcı kampanyalar ve sosyal medya paylaşımlarının yarıştığı Gerçek Zamanlı Kampanya kategorisi, markaların sosyal medyada hızlı ve doğru karar alma başarılarını değerlendirir.

Bu kategoriye katılacak proje, içerik ve kampanyaların sosyal medyadaki gündeme ilişkin yaratıcı, hızlı ve kullanıcı etkileşimi odaklı çalışmalarla gündeme dahil olması gerekmektedir.

Kurumsal Blog

Markalar tarafından kurumsal iletişim ve/veya pazarlama iletişimi amacıyla oluşturulan veya kurumun yer aldığı sektörle ilgili belirli bir tema üzerine kurgulanan bloglar bu kategoriye katılabilir.

Bu kategoride yer alacak sitelerin blog formatında olmaları ve kurumun ana sitesi olmamaları gerekmektedir. Kurum sitesi altında yer alan blog başlıkları bu kategoriye katılabilir. Katılan kurumsal blogların 1 Nisan 2020 - 1 Nisan 2021 dönemindeki güncel çalışmaları değerlendirilecektir. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Kurumsal Web Sitesi

Kurumların web sitelerini değerlendiren bu kategoriye kurum, marka, ürün ve/veya hizmetler için hazırlanan tüm kurumsal web siteleri katılabilir.

Bu kategoride yer alacak sitelerin kurumun ana web sitesi olması gerekmektedir. Katılan web sitelerinin 1 Nisan 2020 - 1 Nisan 2021 döneminde hazırlanmış veya yenilenmiş olmaları gerekmektedir. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Küçük Bütçeli Büyük İşler

Dijital dünyada küçük bütçeler kullanarak büyük ses getiren tüm kampanyalar bu kategoriye başvurabilir. Kampanya dahilinde viral yayılım, PR, fikir önderi ortaklığı ve mecranın yaratıcı kullanımı gibi dinamikler kullanılmış olabilir.

Kampanyanın ana odak noktası Facebook, Twitter, Instagram, YouTube veya diğer sosyal medya kanalları olmalıdır. Bu kategoride yarışacak çalışmalarda reklam satın alma dahil toplam bütçenin 100,000TL altında olması ve başvuru esnasında kullanılan bütçeyi destekleyici veriler gereklidir.

Mikrosite Kampanyası

Marka, ürün, hizmet veya özel günler kapsamında hazırlanan kampanyalarda sosyal medyayı en etkin ve yaratıcı şekilde kullanan mikrositelerin değerlendirildiği kategoridir.

Bu kategoride yer alacak sitelerin kısa veya sınırlı bir dönem için, bir kampanya dahilinde hazırlanmış olmaları gerekmektedir. Kampanyalardan bağımsız, uzun dönemli kullanılacak veya bir kuruma ait web siteleri bu kategoriye katılamaz. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Mobil Odaklı Kampanya

Markalar tarafından mobil cihazlarda gösterilmek üzere hazırlanan, mobil cihazların özelliklerini kullanan ve mobil kullanıma odaklanan tüm çalışma ve

kampanyalar bu kategoriye katılabilir.

Bu kategoriye katılacak çalışmaların ana odağının mobil olması gereklidir. Çalışmalar online ve offline diğer mecralarda da yer almış olabilir.

Mobil Uygulama

Mobil cihazlar için hazırlanmış uygulamaların yarıştığı bu kategoriye iOS, Android veya diğer işletim sistemleri için native, hibrid veya web temelli hazırlanmış tüm mobil uygulamalar katılabilir.

Bu kategoride yer alacak uygulamaların 1 Nisan 2020 - 1 Nisan 2021 döneminde hazırlanmış veya yenilenmiş olmaları gerekmektedir.

Online Medya Satın Alma

Bu kategoride sosyal medya reklamcılığının en başarılı ve/veya yaratıcı örnekleri değerlendirilir.

Kategoriye katılacak projeler sosyal medya dışında da medya kullanımı yapmış olabilir. Burada ön koşul, yapılan satın almanın sosyal medya odaklı olmasıdır. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Online Reklam

Sosyal medyada veya web sitelerinde yayınlanmak üzere hazırlanan, kullanıcılar tarafından yoğun şekilde izlenen video, interaktif ve farklı reklam formatları bu kategoride yer alabilir.

Bu kategoride yer alan içerikler medya satın alma, rich media, reklam veya fenomen iletişimi ile desteklenmiş olabilir.

Online-Offline Entegrasyonu

Dijital ile offline kanallarda bütünlük yürütülen tüm çalışmalar bu kategoride yer alabilir.

İnteraktif etkinlikler, sosyal medyanın sahada kullanımı gibi dijital ve dijital olmayan faaliyetleri birleştiren projeler bu kategoride değerlendirilir.

Özel Gün Kampanyası

Sosyal medyada önemli günlere ilişkin hazırlanan en başarılı kampanyaları, içerikleri ve çalışmalarını değerlendiren bu kategoriye Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube başta olmak üzere bir veya birden fazla sosyal medya kanalında özel günlerle ilgili gerçekleştirilen tüm projeler katılabilir.

Kampanyaların resmi bayramlar, anneler günü gibi özel günler, tüm Türkiye tarafından takip edilen organizasyonlar gibi spesifik günlere ilişkin çalışmalar olmaları ve ilgili özel günde veya öncesinde yayınlanmaları gerekmektedir. Kategoriye katılan çalışmaların sosyal medya odaklı olmalıdır. Çalışmalar web siteleri ve konvansiyonel medya gibi diğer kanallarla da desteklenmiş olabilir.

Sayfa ve Topluluk Yönetimi

Dijital kanallarda hayran topluluğunu oluşturup en iyi yöneten, takipçi kitlesiyle güçlü iletişim kuran ve marka elçileri ile çift yönlü ilişkiler yöneten tüm marka iletişim stratejileri bu kategoride değerlendirilir.

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Sosyal CRM Yönetimi

Sosyal medyayı ve/veya dijital kanalları müşteri ilişkileri yönetiminde kullanan, dijital kanalların sağladığı anlık, çift yönlü ve bire bir iletişim fırsatlarını değerlendirerek müşteri memnuniyetini arttırmayı amaçlayan tüm çalışmalar bu kategoride değerlendirilir.

Bu kategoriye kurumun kendisi veya ajans, çağrı merkezi gibi kurumun müşteri ilişkileri yönetiminde aktif rol oynayan iş ortakları başvurabilir. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Sosyal Medya Kampanyası

Sosyal medyayı merkez alan kampanyaların yarıştığı bu kategoriye Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube başta olmak üzere tüm sosyal medya kanallarında gerçekleştirilen kampanyalar katılabilir. Katılacak kampanyaların temel odak noktasının sosyal medya kanalları olması ve ana stratejinin sosyal medya üzerine kurgulanmış olması gerekmektedir.

Kampanya dahilinde mikrositeler, sosyal medya uygulamaları, mobil uygulamalar ve konvansiyonel mecra kullanımları, sosyal medya kampanyasının destekleyici unsuru olarak yer alabilirler.

İçerik Pazarlama Kampanyası

Sosyal medya kanallarında paylaşılmak üzere özel olarak üretilen, yaratıcılığı yüksek ve/veya hedef kitleyle iletişimde farklılık yaratan, seri veya tek her türlü ileti, video, metin, animasyon, banner ve diğer içerikler bu kategoride yer alabilir.

Kategoriye yapılacak başvurular, işin yaratıcılığı ve sağladığı etki üzerinden değerlendirilecektir. Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Sosyal Medyada Verinin Etkili Kullanımı

Web, sosyal medya, mobil, offline veya farklı kanallardan elde ettiği veriyi yaratıcı ve etkili şekilde kullanarak marka başarısını arttırmayı hedeflemiş olan, veri temelli tüm sosyal medya kampanyaları bu kategoride yer alabilir.

Sosyal Sorumluluk İletişimi

Doğrudan sosyal medya üzerinden kurgulanan veya sosyal medyaya uyarlanan yaratıcı ve/veya etkili sosyal sorumluluk projeleri bu kategoride yer alabilir.

Proje/kampanya ticari bir kuruluş veya kar amacı gütmeyen bir organizasyon tarafından gerçekleştirilmiş olabilir.

Viral Video

Sosyal medya kanallarında veya web sitelerinde yayınlanmak üzere hazırlanan, temel yayılım stratejisi viral pazarlama olan tüm video içerikler bu kategoride yer alabilir.

Bu kategoride yer alan içerikler medya satın alma, reklam veya fenomen iletişimi ile desteklenmiş olabilir, ancak kampanyanın ana etkisinin viral olması gereklidir.

Yeni Teknolojilerin Kullanımı

Yeni teknolojileri yaratıcı ve/veya yenilikçi şekilde kullanan tüm kampanyalar bu kategoriye başvurabilir.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

Toplumsal cinsiyet eşitliğine pozitif katkı sağlamak için hayata geçirilen, kalıp yargıların kırılmasında etkili olmayı ve cinsiyet eşitsizliği konusunda farkındalık yaratmayı amaçlayan tüm projeler ve dijital kampanyalar bu kategoride yarışabilir.

Çalışmalar online&offline mecralarda yer almış ve reklam veya fenomen/fikir önderi iletişimiyle desteklenmiş olabilir.

Arama Motoru Kampanyası

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi arama motorları ve medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

Başvurusunu yaptığınız kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Dijital PR Çalışması

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Çalışmanın yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Çalışma fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Çalışma ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Organik Yayılım ve Kazanılmış Medya

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Çalışmanın organik ve kazanılmış medya (earned media) sonuçlarını açıklayınız.

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız çalışma neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa çalışma sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Farklı Fikirler

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızın ana fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Bu kampanya neden farklı?

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Kampanyanın "farklı fikir" özelliğini açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Fikir Önderi ve Fenomen Kampanyası

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekansı / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Kampanyada Yer Alan Fikir Önderlerini/Fenomenleri Yazınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Kampanyada yer alan fikir önderlerini/fenomenleri sosyal medyadaki rumuzlarıyla (zorunlu) belirterek, ilgili fikir önderini tercih etme sebeplerinizi yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Gerçek Zamanlı Kampanya

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Gerçek Zamanlı Fikri Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Kurumsal Blog

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

İlk Yayın/Güncelleme Tarihi

* Zorunlu alan

Web sitesinin ilk yayınlandığı/güncellendiği tarihi yazınız.

Kurumsal Blog URL

* Zorunlu alan

Kurumsal blogunuzun linkini yazınız.

Blog Temasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Blogunuzun temasını açıklayınız. Birden fazla teması var ise yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Ziyaretçi Sayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Tekil ziyaretçi sayılarınızı günlük ve aylık olarak yazınız.

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

edilecektir.

Kurumsal Web Sitesi

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Proje Özeti

Projenizden kısaca bahsediniz.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

İlk Yayın/Güncelleme Tarihi

Web sitesinin ilk yayınlandığı / güncellendiği tarihi yazınız.

* Zorunlu alan

Kurumsal Web Sitesi URL

Web sitenizin linkini yazınız.

* Zorunlu alan

Web Sitesini Açıklayınız

Web sitenizin anahtar özelliklerini ve temasını açıklayarak yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Hedef Kitle

Web siteniz ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Hedefleriniz / KPI'larınız

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Ziyaretçi Sayınız

Tekil ziyaretçi sayılarınızı günlük ve aylık olarak yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

Başvurusunu yaptığınız kurumsal web sitesi neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Açıklama

(En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Küçük Bütçeli Büyük İşler

Kampanya Özeti

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Frekansı / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızın ana fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Toplam Kampanya Bütçesini Seçiniz

* Zorunlu alan

Toplam kampanya bütçesini tablodaki seçenekler arasından işaretleyiniz.

Kampanya Bütçesini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Kampanyanız boyunca medya satın alma dahil olmak üzere kullandığınız bütçeyi detayları ile birlikte açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Küçük bütçeyle büyük etkiyi nasıl yakaladınız? Başvurusunu yaptığınız kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekansı / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Mikrosite URL

* Zorunlu alan

Mikrosite linkini yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Mobil Odaklı Kampanya

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

İlk Yayın/Güncelleme Tarihi

* Zorunlu alan

Mobil odaklı kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanın ana fikrini açıklayarak yazınız.

Fikrin Hayata Geçirilme Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa proje/iş sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Mobil Uygulama

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

İlk Yayın/Güncelleme Tarihi

* Zorunlu alan

Uygulamanın ilk yayınlandığı veya güncellendiği tarihi yazınız.

AppStore / GooglePlay Linki

* Zorunlu alan

Uygulamanızın AppStore/GooglePlay linkinleri yazınız.

Uygulama Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Uygulamanın ana fikrini açıklayarak yazınız.

Fikrin Hayata Geçirilme Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Uygulama ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Uygulama Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız uygulama neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa uygulama sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Toplam Medya Harcamaları

* Zorunlu alan

Toplam medya harcamasını tablodaki seçenekler arasından işaretleyiniz."

İletişim Kanalları Örnekleri

* Zorunlu alan (En Fazla 2000 karakter)

Aşağıda iletişim kanalları olarak işaretlediğiniz seçenekleri, örnekleriyle açıklayınız.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa sonuçlarda etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

İletişim Kanalları

* Zorunlu alan

İletişim kanallarını bu alanda belirtiniz

Online Reklam

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Online reklam kampanyasının ana fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Online-Offline Entegrasyonu

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Özel Gün Kampanyası

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekansı / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanyanın Yapıldığı Özel Günü Yazınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/işin hedeflendiği özel günün ismini yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

Topluluk Yönetim Yaklaşımını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Hedef ve yaklaşımlarınızı yazınız.

Topluluk Yönetimi Stratejilerinizi Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

İletişim ve uygulama stratejilerinizi, medya kullanım ve uygulamalarınızı yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Sosyal CRM Yönetimi

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Proje Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Projenizden kısaca bahsediniz.

Sosyal CRM Yönetim Yaklaşımını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Hedef ve yaklaşımlarınızı yazınız.

Sosyal CRM Uygulama Stratejinizi Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

İletişim ve uygulama stratejilerinizi, medya kullanım ve uygulamalarınızı yazınız.

Sosyal CRM Uygulamalarınızdan Örnekler Yazınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Örnek vermek istediğiniz iletişim, medya kullanımı ve uygulamaları belirtiniz.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Sosyal Medya Kampanyası

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

İçerik Pazarlama Kampanyası

Bu kategoriye başvurularda case video zorunlu değildir.

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Sosyal Medyada Verinin Etkili Kullanımı

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Verinin Etkili Kullanımı Fikri veya Çözümü Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Veri Merkezli Fikrin Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Hedef Kitle

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar, Veriler

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Açıklama

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Sosyal Sorumluluk İletişimi

Kampanya Özeti

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Frekansı / Yayın Süresi

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

* Zorunlu alan

Kampanya Fikrini Açıklayınız

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

İletişim Stratejinizi Açıklayınız

İletişim ve uygulama stratejilerinizi, medya kullanım ve uygulamalarınızı yazınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Viral Video

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekansı / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Kampanyanın viral etkisini, elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçları açıklayınız.

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Yeni Teknolojilerin Kullanımı

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin, kampanyanın veya işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kullandığınız yeni teknolojinin ana fikrini açıklayınız.

Kullandığınız Yeni Teknolojileri Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kullandığınız yeni teknolojinin sunduğu fırsatları açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Yeni Teknolojinin Kampanyanıza Sağladıklarını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Yeni teknolojinin kampanya kurgusu ve başarısındaki önemini açıklayınız.

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği

Kampanya Özeti

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

Frekans / Yayın Süresi

* Zorunlu alan

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

Kampanya Fikrini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

İletişim Stratejinizi Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

İletişim ve uygulama stratejilerinizi, medya kullanım ve uygulamalarınızı yazınız.

Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

Hedef Kitle

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Proje/iş ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

Hedefleriniz / KPI'larınız

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız

* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

Açıklama

* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

Materyaller

Dosya Yükleme

Proje/iş/kampanyaya ait görsel ve video materyallerinin linkini ekleyebilir veya doğrudan yükleyebilirsiniz.

Künye

Künye

Yarışmaya gönderilen her çalışma için künye formu doldurulmalıdır. Lütfen proje/iş/kampanyanın künyesinde yer alması gereken tüm kişileri ve bilgilerini giriniz.