EFFECTIVE ENTRY GUIDE

effie

СЪДЪРЖАНИЕ

Журиране

Съвети за подаване на заявка

Секция 1: Пазарна среда, предизвикателства и цели

Секция 2: Инсайт и стратегическа идея

Секция 3: Реализация на идеята

Секция 4: Резултати

Специални категории

ЕФЕКТИВНОСТ В МЕДИИТЕ

ПОЛОЖИТЕЛНА ПРОМЯНА

effie Bulgaria

ЖУРИРАНЕ

Журито на Effie оценява цялостната ефективност на заявката въз основа на специфични критерии. Всеки критерий се анализира отделно и получава самостоятелна оценка. Критериите са, както следва:

Пазарна среда, предизвикателства и цели	**23.3%**
Инсайт и стратегическа идея	**23.3%**
Реализация на идеята	**23.3%**
Резултати	**30%**



Оценките на журито определят кои заявки да станат финалисти и впоследствие кои да бъдат отличени с бронзова, сребърна или златна награда. За да достигне финала и да получи награда – злато, сребро или бронз – заявката трябва да получи минимален брой точки. Възможно е да бъдат излъчени един или повече носители на някое ниво награди, както и е възможно да не бъде определен нито един победител в дадена категория, независимо от броя финалисти.

effie Bulgaria

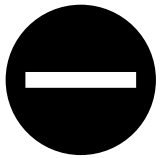
ЖУРИРАНЕ



Журито на Effie оценява 8-10 заявки на сесия. За да изпъкне заявката Ви, тя трябва да е ясна, кратка и заинтригуваща.
Постарайте се да разкажете историята, като изградите връзки между отделните секции на заявката и да я напишете по начин, лесен за четене от журито.



Журито ще гледа критично на Вашата заявка. Замислете се какви въпроси могат да изникнат и ги представете в писмената заявка.



Всеки представител на журито оценява само тези заявки, с които не е в пряк конфликт на интереси – членовете на журито нямат право да оценяват заявки на бранд, за който работят или за негов конкурент. Важно е да предоставите ясен контекст на индустрията, тъй като не всеки член на журито е запознат със съответната категория. Ограничете използването на жаргонни изрази и точно дефинирайте използваните професионални термини.

Два кръга журиране

Първи кръг	Втори кръг
В Първи кръг журито оценява микс от заявки от различни категории, като не сравнява заявките една спрямо друга. Оценяването протича паралелно с дискусия между представителите на журито.	Заявките, достигнали до финал, ще бъдат сравнявани помежду си във всяка категория. Журито оценява между 8 - 10 заявки в рамките на полудневна сесия. Всяка една заявка–финалист се оценява по нейните качества.

В двата кръга
Журито преглежда първо писмената заявка преди творческите разработки. Журито оценява всяка заявка поотделно. Журито предоставя писмена обратна връзка към всяка заявка.

effie Bulgaria

СЪВЕТИ ЗА ПИСМЕНАТА ЗАЯВКА

1. „**Започнете с обобщението** на кампанията преди да преминете към отделните секции. Напишете заявката по ясен, кратък и заинтригуващ начин.“

2. „Предоставете **контекст**. Не всички представители на журито са отблизо запознати с категорията или са наясно как изглежда успехът в нея.“

3. „Имайте предвид, че заявката Ви ще бъде прочетена наред с още други, затова внимателно подберете информацията, която ще включите. Прегледайте заявката и се уверете, че сте използвали най-въздействащата и конкретна информация, за да помогнете на журито да оцени я правилно.“

4. „**Честните**, **автентични** и **семпли** заявки имат предимство пред тези, залагащи на маркетингов жаргон.“

5. „Уверете се, че прозренията са обвързани с човешкото поведение. **Данните сами по себе си не са инсайт.** Тяхното значение за бранда, целите и аудиторията Ви ги прави инсайт.“

6. „Очертайте/опишете ясно връзката между **реализацията на идеята** и **резултатите**.“

7. „**Не повтаряйте** в творческите разработки това, което вече сте казали в писмената заявка. Допълнете с тях информацията.“

8. „**Ясно покажете връзката между целите и резултатите.** Не се опитвайте да напасвате резултатите по зададените цели.“

9. „**Направете заявката интригуваща**, представете как кампанията Ви е помогнала на бранда, за който работите, да постигне целите си и се въздържайте от употребата на сложен изказ.“

10. „Прегледайте за граматически, пунктуационни, изчислителни и друг вид грешки.“

effie Bulgaria

СЪВЕТИ ЗА ПИСМЕНАТА ЗАЯВКА

ПРЕДИ ДА ПОДАДЕТЕ ВАШАТА ЗАЯВКА…

- Журито на Effie ще оценява Вашата заявка в контекста на съответната категория. Покажете на журито, че заявката Ви е достойна за награда в категорията, в която сте я подали.
- Преглед
  - Помолете някого с добри езиков познания да прегледа писмената Ви заявка за граматични, пунктуационни и логически грешки, както и за изчислителни неточности или пропуски от друг характер.
  - Споделете написаното с колега, който не работи за дадения бранд или дори с човек, който не е в индустрията. Попитайте ги дали има нещо неясно или дали са изгубили интерес при прочит.
  - Предоставете заявката за прочит на колега на ръководна позиция както от страна на агенцията, така и от страна на клиента, за да сте сигурни, че е написана без пропуски. Работете заедно с агенции–партньори в работата по кампанията.“
  - Поинтересувайте се дали в агенцията или от страна на клиента има членове на журито на Effie от предходни години и ги помолете да прегледат заявката Ви.
- Запитайте се какво би могло да породи скептицизъм в журито и го представете убедително.
- Запознайте се с изискванията за формат на текста и причините за дисквалификация.
- Предоставете конкретен, доказан източник към всяка цитирана информация.

СЪВЕТ ОТ ЖУРИТО: „Бъдете критични към изказа, историята, която разказвате, и дължината на заявката. Журито разполага с ограничено време за прочит на заявките и преглежда една след друга заявки в различни категории. Постарайте се да пишете стегнато и да заинтригувате журито, като включите резултатите, които сте постигнали с кампанията.“

effie Bulgaria

СЪВЕТИ ЗА ПИСМЕНАТА ЗАЯВКА

УЧАСТИЕ В ПОВЕЧЕ ОТ ЕДНА КАТЕГОРИЯ

Внимателно се запознайте с описанието на категорията, в която искате да участвате, за да се уверите, че заявката Ви отговаря на изискванията. За някои категории се изисква включването на специфична информация. Ако тя липсва, журито на Effie ще лиши заявката Ви от точки. В случай че се колебаете в коя категория да участвате, можете да прегледате победители от предишни издания на конкурса в **библиотеката** на effie.org или да се свържете с организаторите на Effie България на effie@baca.bg. Effie Worldwide предоставя **отворен достъп** до някои заявки в архива си.

Заявка за една кампания може бъде подадена **най-много** в една категория от раздел „Секторни категории“ и в една категория от раздел „Специални категории“.

Когато участвате с една и съща заявка в две отделни категории, се уверете, че заявките са изготвени спрямо изискванията на всяка една от категориите. Журито оценява ефективността спрямо описание на категорията, в която е подадена заявката. Затова е от изключителна важност ясно да определите ефективността на Вашата заявка в контекста на категорията.

СЪВЕТ ОТ ЖУРИТО: „Изгответе заявките спрямо категориите, в които искате да участвате.“



effie Bulgaria

НАПЪТСТВИЯ ЗА УЧАСТИЕ

Всички Effie заявки в двата кръга журиране се оценяват спрямо долупосочените маркетингови рамки за ефективност. На следващите страници можете да откриете съвети за попълването на всяка от четирите секции от формата на заявката.

Пазарна среда, предизвикателства и цели

Въпроси 1А–1Б

23.3%

Инсайт и стратегическа идея

Въпроси 2А–2В

23.3%

Реализация на стратегията и идеята

Въпроси 3А-3В
Творчески разработки
Преглед на инвестициите

23.3%

Резултати

Въпроси 4А– 4Б

30%

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 1: Пазарна среда, предизвикателства и цели

Въпроси 1А-1Б

Тази секция служи за основа, върху която останалите три да бъдат разписани. Елементите ѝ се оценяват на база уместност и амбициозност в стратегическия контекст на предизвикателството.

В тази секция журито ще оценява:

- Контекст, който ясно да представи конкретната ситуация и категорията, и по-точно как изглежда успехът в тази категория.
- Предизвикателствата пред маркетинговите цели с оглед на категорията, конкуренцията, историята на бранда и/или проблеми или тенденции на пазара.
- Ясни цели и KPIs, които се отнасят до бизнес предизвикателството и които не са нагласени спрямо постигнатите резултати.
- Обяснение на значимостта на целите за бранда/ бизнеса/ каузата.

Журито често споделя, че ако тази секция е слабо написана, въздействието на цялата заявка намалява, тъй като контекстът е важен, за да се разбере колко голяма е идеята и доколко значителни са били резултатите. Журито може и да не е запознато отблизо с Вашия бранд и категорията, затова използвайте тази секция, за да им предоставите нужната информация.

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 1: Пазарна среда, предизвикателства и цели

Въпроси 1A-1B

СЪВЕТ ОТ ЖУРИТО 

„Най-добрите заявки ясно посочват предизвикателството пред бранда, категорията, конкуренцията и целите за постигане. Те притежават KPIs, които са правилно подбрани спрямо предизвикателството, а не са впоследствие напасвани по представените резултати.“

„Уверете се, че целите са ясно описани. Ако целта е разпознаваемост, по какъв начин сте се опитали да я постигнете и в какви граници? Когато целите са много общи, е трудно да се определи трудността на предизвикателството.“

„Предоставете пълен контекст, за да може журито напълно да разбере ситуацията. Убедете се, че сте представили достатъчно ясно трудностите при постигането на целите, с които сте се сблъскали, като намалите влиянието на активности извън кампанията.“

„Бъдете КОНКРЕТНИ и използвайте измерими цели. Помогнете на журито да разбере контекста на целите.“

„Заложете измерими цели. Така е възможно да се оцени дали резултатите са добри, страхотни или задоволителни.“

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 2: Инсайт и стратегическа идея

Въпроси 2A–2B

Журито оценява доколко находчиви и ефективни са Идеята и Стратегията спрямо предизвикателството.

Журито ще оценява:

- Прозренията – не просто факти или наблюдения, а заключенията от данните и проучванията. Посочете инсайтите и обяснете как сте достигнали до тях.
- Защо тези прозрения са уникални за бранда и посредством тях сте решили да адресирате конкретното предизвикателство пред него и бизнес ситуацията.
- Обяснение как инсайтите са обвързани със стратегията, въздействат върху стратегическата идея, спомагат за реализирането на творческата концепция и в крайна сметка довеждат до резултатите.
- Ясно описание на Вашата аудитория, включващо демография, култура, поведение и др. Защо тази конкретна аудитория е важна за бранда и за бизнес развитието му?
- Ключовата идея или стратегическата основа, която е задала посоката и е довела да резултатите.

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 2: Инсайт и стратегическа идея

Въпроси 2A–2B

СЪВЕТ ОТ ЖУРИТО 

„Прозренията трябва да се приемат като нови и различни, с усещане за предизвикателство и готовност за действие. Идеята трябва да стъпи на прозрението и да го реализира по интересен, запленяващ и ползотворен начин – и най-важното – по начин, който спомага да се постигнат посочените цели.“

„Идеята трябва да е директно обвързана с прозрението, а не да представлява тактическото изпълнение. Да е ясна и да дава достатъчно детайлно обяснение как екипът е достигнал до нея, както и защо е от голямо значение за бранда и за кампанията.“

„Намерете истинско прозрение, а не използвайте наблюдение над аудиторията или установена практика в дадената категория. Прозрението трябва да е общочовешка истина, която направлява емоциите и поведението, но същевременно позволява на стратегическата идея и на творческото изпълнение да бъдат ефективни и успешни.“

„Уверете се, че стратегическата идея отговаря на бранда.“

„Уверете се, че стратегията и идеята отговарят на цялостната концепция.“

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 3: Реализация на стратегията и идеята

Въпроси 3A–3B + Творчески разработки + Преглед на инвестициите

В тази секция участниците трябва да представят творческата и медия стратегии (не само тактики) – как идеята и стратегията са реализирани. Уверете се, че отговорът Ви дава обяснение на въпроса „защо“ по отношение на избраните детайли.

Журито ще оценява:

- Обяснение как сте активирали стратегията (пр. CRM програми, ценови промени, промоции) и посочените основни маркетингови похвати в творческото изпълнение (пр. краен срок, призив за действие, избор на формат).
- Пряката връзка между творческата/медия стратегии и прозренията, и целите.
- Значението на всеки канал, използван в кампанията, както и начина му на употреба – защо тези творчески решения и избор на канали са точните за Вашата аудитория и идея? Защо ги предпочетохте пред други?
- Ясна визуализация как е реализирана кампанията на пазара. Имало ли е предварително дефиниран „път“, по който да вървят потребителите и ако да – какъв беше той?
- Еволюцията и оптимизацията на маркетинга и комуникацията с времето.

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 3: Реализация на стратегията и идеята

Въпроси 3A–3B + Творчески разработки + Преглед на инвестициите

Представете творческата разработка във видеото – не повтаряйте разказаното в писмената заявка.

Журито прочита писмената заявка, преди да гледа видео материала с творческите разработки – представете в него криейтива по начин, допълващ отговорите към въпросите 3A–3B.

Примерите с творчески разработки **не трябва** да съдържат резултати.

Имайте предвид, че журито очаква да види:

- Поне един цялостен пример за всяка значима точка на контакт с потребителите.
- Стратегическата идея в действие – как е реализирана.
- Примери с повече творчески разработки.

СЪВЕТ ОТ ЖУРИТО: „Творческите разработки трябва да съдържат реализираната творческа идея, за която журито вече е прочело в заявката и иска да види.“



effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 3: Реализация на стратегията и идеята

Въпроси 3A–3B + Творчески разработки + Преглед на инвестициите

СЪВЕТИ ОТ ЖУРИТО 

„Интегрирайте медия стратегията и покажете как е обвързана с цялостното изпълнение и как е въздействала на творческата стратегия. Обяснете как се е развила с течение на кампанията.“

„Обосновете избора си на канали. Защо са важни за аудиторията Ви и за предизвикателството? Защо и по какъв начин сте предпочели едни канали пред други?“

„Не включвайте резултати в творческите разработки и не повтаряйте информация в тях, която вече сте разказали в писмената заявка. Наблегнете на творческия подход и покажете различните начини, по които е бил реализиран.“

„Уверете се, че писмената заявка и видео материалът се допълват, а не се дублират смислово.“

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 4: Резултати

Въпроси 4А–4Б

Журито следи за **пряката връзка между целите и резултатите** в заявката.

- Обяснете как резултатите са въздействали върху търговската марка и бизнеса на компанията по отношение на бранда.
- Аргументирайте се как маркетинговата стратегия е допринесла за постигнатите резултати.
- Представете контекст посредством информация за развитието на бранда, база за сравнение в съответната индустрия, конкуренти и др.
- Ако сте постигнали допълнителни резултати, представете ги и обяснете защо са от значение.
- Представете други фактори, които може да са довели до крайните резултати, независимо дали по положителен или отрицателен начин. Журито оценява, когато предоставите внимателно обмислен отговор на Въпрос 4Б, вместо да посочвате, че няма други фактори, които да са повлияли върху кампанията. Някои участници се възползват от това поле, за да посочат ограниченото въздействие на тези фактори и да уверят журито в значимостта на постигнатите резултати.
- В случай че без обяснение не са споделени ключови метрики, журито може да предположи, че това се дължи на слаби резултати.

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 4: Резултати

Въпроси 4А–4Б

Заявките могат да бъдат както с регионален, така и с национален характер. Журито взима предвид контекста на всяка заявка и може да не е отблизо запознато със спецификите на конкретната индустрия, затова е важно да включите **контекст на категорията/индустрията и контекст в продължение на времето**. Например, малък процент промяна във високо сегментирана и многообемна категория може да е по-трудно осъществима, отколкото голям процент промяна в друга. Добре обяснете бизнес ситуацията на журито.

Използвайте графики и таблици, за да представите информацията ясно. Ако поради строго конфиденциални причини не можете да посочите конкретни числа, то индексирайте информацията или я представете в проценти. В случай че не можете да предоставите конкретни бизнес резултати, споделете причината. Помислете за креативни начини, по които да илюстрирате данните, които не можете да разкриете. Например, постигнатите резултати може да са еквивалентни на отварянето на нов магазин с площ 200 000 кв.м. в региона.

effie Bulgaria

СЕКЦИЯ 4: Резултати

Въпроси 4А–4Б

СЪВЕТИ ОТ ЖУРИТО 

„Уверете се, че сте предоставили контекст. Когато представяте резултати, помогнете на журито да разбере доколко добри са и защо. Обяснете значението на числата.“

„Не се опитвайте да скалъпите резултатите – колегите Ви ще разберат. Честността е по-ефективна. Всички сме имали както победи, така и загуби и не всяка кампания може да бъде перфектна.“

„Обявете достатъчно ясно защо резултатите са значими в дългосрочен план (за бранда).“

„Демонстрирайте как с помощта на кампанията Ви сте достигнало до резултатите – най-добрите заявки правят това неусетно, докато лошо написаните заявки просто представят резултатите като самодостатъчно доказателство за стойността на работата, без да обясняват защо и как.“

„Недейте да подценявате или да заобикаляте наличието на неудобни фактори – журито следи за това. Признайте ги и обрисувайте реалния контекст – посочете въздействието на икономически тенденции в допълнение към Вашата кампания. Честността Ви за всички фактори, които са довели до успех, ще Ви спечели доверие.“

effie Bulgaria

effie Awards Bulgaria

Съвети на журито за специалните категории

СПЕЦИАЛНИ КАТЕГОРИИ: СЪВЕТИ НА ЖУРИТО
ЕФЕКТИВНОСТ В МЕДИИТЕ

„Имайки предвид, че това е медийна категория, медийната стратегия трябва да надделява над кампанийната идея. Обяснете в подробности пътя от медийната стратегия до реализацията.“

„Ясно обосновете избора на медия, данни и/или партньор.“

„Наблегнете на ролята на медията за стратегическото развитие и творческото изпълнение. С оглед на това че границите често могат да бъдат размити, какъв е бил конкретният принос на медията в задвижването на идеята?“

„Поставете медията в центъра на Вашата заявка. Използвайте творческите разработки, за да демонстрирате не само криейтива, но и медията. Внимателно визуализирайте как медийната тактика е допринесла за реализирането на потребителското преживяване.“

„Ако сте решили да участвате с медийна иновация, бъдете пределно ясни каква е тя.“

effie Bulgaria

СПЕЦИАЛНИ КАТЕГОРИИ: СЪВЕТИ НА ЖУРИТО
ПОЛОЖИТЕЛНА ПРОМЯНА

„Уверете се, че детайлно сте посочили социалния проблем и по какъв начин той е обвързан с Вашия бранд и/или организация.“

„Важно е да покажете степента на поведенческа промяна. Помогнете на журито да разбере обхвата на ефекта и значението му.“

„Ясно посочете връзката между маркетинга и постигната промяна – наградата в тази категория отличава най-ефективния маркетинг, който е успял да постигне поведенческа промяна в полза на устойчива цел. Уточнете също така значението на устойчивото поведение за бранда и/или организацията.“

„Посочете устойчивия елемент на дадената инициатива и по какъв начин той е нараснал.“

„Представете ясни и истинни резултати – по какъв забележим начин реалната осведоменост за проблема и промяната са станали факт.“

„За да спечелите награда в тази категория, трябва да илюстрирате ясно реалното въздействие на кампанията. Журито не може да се осланя единствено на думата Ви, че кампанията е имала позитивен ефект.“

effie Bulgaria

Пожелаваме Ви успех в тазгодишното състезание!

Въпроси при участие: **effie@baca.bg**

Важно: Представените прозрения в този документ са на представители на журито на Effie. Тези твърдения не представляват гледната точка на организацията Effie Worldwide или екипа на Effie България – всички представени коментари и данни, освен тези, за които изрично е посочено, че са на Effie, принадлежат на професионалисти от индустрията, отделили време да участват в журито на Effie.

effie Bulgaria