



СЪДЪРЖАНИЕ

03	<u>за effie</u>	14	<u>източници</u>	22	<u>конфиденциалност</u>
04	<u>правила за участие</u>	15	<u>дисквалификация</u>	24	effie index
08	<u>срокове и такси</u>	17	<u>видео материал</u>	25	<u>журиране</u>
09	<u>материали</u>	19	<u>изображения</u>	26	<u>да спечелиш effie</u>
10	<u>общ поглед</u>	20	<u>представяне на победителите</u>	27	<u>категории</u>
13	<u>насоки за оформяне на текста</u>	21	<u>кредити</u>	34	<u>контакти</u>

за Effie

Наградите Effie® отличават най-значимите постижения в маркетинговите комуникации: идеите, които работят.

Конкурсът Effie България, наричан по-нататък за краткост „Конкурсът“, се организира от Българската асоциация на комуникационните агенции. Effie® и логото “E” са регистрирани марки на Effie Worldwide, Inc. и се използват с лиценз от Българската асоциация на комуникационните агенции. Всички права са запазени.

- ✎ Наградите Effie се присъждат на базата на най-важния критерий за успешна комуникация – нейната ефективност.
- ✎ Резултатите на всяка кампания се анализират по строги критерии от специалисти с доказан опит и професионализъм. Представители на комуникационни агенции, рекламодатели, медии, агенции за изследвания на пазара и независими консултанти оценяват стратегическите предизвикателства пред комуникацията, целите на кампанията, как се е родила творческата идея и какви бизнес резултати са постигнати.
- ✎ Отличавайки идеите, които работят, наградите Effie се превръщат в международно утвърден стандарт за успешно комуникиран бранд.
- ✎ Началото се поставя през 1968 година, когато Американската Маркетингова Асоциация създава програма за класиране на най-ефективните рекламни кампании. Впоследствие конкурсът напуска рамките на Съединените щати и постепенно придобива глобални измерения.
- ✎ В наши дни **Effie** награждава ефективността в 55+ програми, развити на 125+ пазара, които включват наградите Global Effie, регионалните програми в Европа, Близкия Изток, Азиатско-тихоокеанския регион, Латинска Америка и всички национални програми по целия свят.
- ✎ Създаден е и първият обективен индекс за успешна комуникация – Effie Effectiveness Index®, който обобщава резултатите от победителите и финалистите от всички национални конкурси Effie и класира най-ефективните по отношение на маркетинговата комуникация агенции, рекламодатели и търговски марки в света.
- ✎ Effie е най-престижната сред специализираните маркетингови награди. Да спечелиш Effie означава да се справиш със сложно предизвикателство. Да спечелиш Effie означава да получиш признанието на индустрията.

Effie очаква своите нови носители.

правила за участие

В Effie България 2023 могат да участват заявки само за комуникационни кампании и маркетингови активности, създадени за и реализирани в България в периода **1 януари 2022 – 31 август 2023**, като това се отнася за всички представени елементи на кампанията.

- ✎ В Конкурса имат право да участват както комуникационни агенции, така и рекламодатели.
- ✎ В конкурса могат да участват заявки, представящи отделни активности и цели комуникационни кампании.
- ✎ Не могат да участват активности и кампании с адаптиран криейтив.
- ✎ Представените данни и творчески разработки трябва да бъдат създадени за и реализирани в България.
- ✎ Всяка заявка трябва да бъде придружена от декларация за разрешение и публикуване, подписани от клиента или агенцията.
- ✎ Вашата активност трябва да е реализирана в периода на допустимост (1 януари 2022 г. – 31 август 2023 г.). Елементи от кампанията може да са били въведени по-рано и може да са продължили след това, но вашата заявка трябва да се основава на данни, свързани с допустимия период.
- ✎ Резултатите, които илюстрират ефективността на кампанията, могат да бъдат събрани извън периода на допустимост, но трябва да бъдат обвързани **директно** с маркетинговата дейност в рамките на времевата рамка на допустимост.
- ✎ Важно е да включите контекст, данни и резултати преди периода на допустимост. Това позволява на журито да разбере по-добре значението на вашите цели и резултати. Имайте предвид, че не всички съдии са запознати с нюансите на сектора, в който се развива Вашата търговска марка.
- ✎ Тестовите активности не се допускат до участие.
- ✎ Заявка за една и съща кампания не може да бъде подадена от различни участници в **една и съща категория**. Екипите трябва да си сътрудничат за подаването на една заявка. Различни фирми обаче могат да подадат заявка за една и съща кампания / активност, в случай че те участват в различни категории.

правила за участие

- Маркетинговите активности и комуникационните кампании, представени в заявката, трябва да бъдат оригинални разработки и да не нарушават ничии авторски или сродни им права. При възникване на претенции от страна на които и да е трети лица за нарушени авторски или сродни им права, участникът се задължава да сътрудничи на организатора за защита срещу подобни претенции, включително и при наличие на официални юридически искове от страна на третите лица. В случай че претенциите на третите лица се окажат основателни, участникът следва да обезщети третите лица, без това да засяга имуществената сфера на организатора.
- Подаването на заявката представлява разрешение на участника към Организатора да прави неограничен брой копия, да възпроизвежда и да показва творческите материали и краткото представяне на кампанията с образователна и рекламна цел без ограничения във времето, територията и техническите средства и/или използвани технологии.
- Всички материали, подадени за участие в **Effie** България, стават притежание на Организатора на конкурса и няма да бъдат връщани.
- Участниците в Конкурса нямат право да подават заявки за реклами или комуникационни кампании, по отношение на които към **31.08.2023 г.** :
 - са налице наложени по реда на приложимото законодателство и окончателно влезли в сила санкции от държавни, общински и/или независими регулаторни органи;
 - е установено несъответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р. България, потвърдено с влязло в сила решение на Етичната комисия на Националния съвет за саморегулация (НСС), а в случай че решението на Етичната комисия е било обжалвано – потвърдено с влязло в сила решение на Апелативната комисия на НСС.
- В настоящото издание на Конкурса имат право да участват реклами и комуникационни кампании, чиито санкции, наложени от регулаторен орган, не са били потвърдени от компетентния съд и са били създадени и преди **1.01.2022 г.**
- При възникване на съмнение от страна на член на журито относно достоверността на определена информация в някоя заявка, журито, при съгласие на най-малко половината плюс 1 от присъстващите в залата негови членове, има право да изиска от участника да предостави в срок до 8 работни часа допълнителна информация в писмен вид. В такъв случай Организаторът е длъжен незабавно да уведоми подателя на заявката чрез телефонно обаждане за нотификация, последвано от изпращане на официално писмо по електронната поща до адреса за кореспонденция, посочен от участника, с искане за предоставяне на допълнителна информация. Членовете на журито следва да оценят заявката във вида, в който е подадена. След получаване на допълнителната информация, както и в случай че такава не бъде предоставена в рамките на посочения по-горе срок, членовете на журито имат право да променят оценките си за тази заявка, но не по-късно от 24 часа от момента, в който журито писмено е поискало информацията от участника. Ако член на журито не промени оценката си в посочения срок (24 часа), се счита, че поставената от същия първоначална оценка е окончателна.
- При установяване на подадена недостоверна информация заявката ще бъде дисквалифицирана от участие в конкурса, а на участника, подал заявката, ще бъде наложена забрана за участие в следващо издание на Effie България, както и ще загуби правото си да излъчва свой представител в журито.

правила за участие

- ✎ Всички маркетингови активности, независимо дали са цялостни кампании или усилия в рамките на кампания, отговарят на условията за участие. Можете да изпратите една или няколко комбинации от медии – всякакви примери за работа, които демонстрират как сте достигнали целите си. Трябва да посочите подробно „какво“ и „защо“ стои зад стратегията и да предоставите доказателства, че кампанията Ви е постигнала значителни резултати.
- ✎ Вашата кампания трябва да е оказала влияние по време на периода на допустимост и резултатите, които предоставяте, трябва да са в рамките на този период от време. Елементи от работата може да са били въведени по-рано и може да са продължили след това, но кампанията трябва да се основава на данни, свързани с квалифициращото време. Журито ще оцени успеха, постигнат през периода на допустимост.
- ✎ Важно е да включите контекст, данни и резултати преди периода на допустимост. Това позволява на журито да разбере по-добре значението на вашите цели и резултати. Имайте предвид, че не всички членове на журито са запознати със спецификите на Вашата търговска марка и индустрията, към която спада тя.
- ✎ **Effie** България си запазва правото да премества заявка от една категория в друга, ако тя не отговаря на регламента, както и да променя броя или вида на категориите в зависимост от получените заявки.
- ✎ Решенията на Организатора на конкурса Effie България по всички въпроси, свързани с Конкурса, са окончателни и задължителни за участниците.
- ✎ Организаторът на Конкурса не носи отговорност за съдържанието на рекламите, представени за участие в Конкурса.

правила за участие

ПОВТОРНО ПУСКАНЕ НА ЗАЯВКА

- 👉 Кампании със златна награда Effie от 2022 година могат да участват в категория, в която не са спечелили злато.
- 👉 Кампании със златна награда Effie за категория «Устойчив успех» могат да участват отново в категориите за устойчив успех най-рано 3 години след годината на спечелване на награда.
- 👉 Кампании със сребърна или бронзова награда Effie могат да участват повторно без ограничение.

ОГРАНИЧЕНИЯ ЗА УЧАСТИЕ

- 👉 Заявка за една кампания може да бъде подадена **най-много** в една категория от раздел „Секторни категории“ и в една категория от раздел „Специални категории“.
- 👉 Ако участвате в повече от една категория, трябва да подадете отделна заявка за всяка категория и да платите такса за всяка подадена заявка.
- 👉 Всяка заявка трябва да бъде изготвена спрямо спецификите на категориите, в които участва. Заявки, които не отговарят на изискванията на съответната категория, затрудняват процеса на журиране и обективността при оценяването им.

срокове и такси за участие

ВИД СРОК	ДАТА	ТАКСА	ТАКСА (агенции-членове на БАКА)
ранен срок	18 септември 2023	595* лв.	495* лв.
срок навреме	28 септември 2023	790* лв.	660* лв.
краен срок	10 октомври 2023	980* лв.	825* лв.

ОТСТЪПКА ЗА УЧАСТИЕ В КАТЕГОРИЯ «НЕСТОПАНСКИ СЕКТОР»

Таксата за участие е в размер на **50%** от таксата за участие в съответния период на подаване на заявка.

ОТСТЪПКА ЗА НОВ УЧАСТНИК

Участници (водеща агенция/ компания), които участват за първи път в конкурса, или не са подали заявки в **Effie** България след 2017 година, получават **10%** отстъпка от таксата за участие.

- ✎ Таксата се заплаща по банков път въз основа на фактура, издадена от Организатора на конкурса. Заявки, за които таксата на участие не е заплатена до крайния срок, посочен във фактурата, няма да бъдат допускани до участие.
- ✎ Заявки, получени след крайния срок или неотговарящи на техническите изисквания, няма да бъдат допускани до участие в Конкурса.
- ✎ При наличие на пропуски или неточности в дадена заявка и/или материали към нея, те трябва да бъдат отстранени до 3 работни дни, считано от момента, в който участникът бъде уведомен от организатора на Конкурса.

*Всички цени са без ДДС.

СПИСЪК С МАТЕРИАЛИ ЗА УЧАСТИЕ

Материали за участие се приемат по електронен път (на имейл effie@baca.bg или на електронен носител, изпратен до офиса на БАКА, организатор на конкурса).

За да участвате в конкурса, е необходимо да представите следните материали:

👉 Заявка за участие по образец

Заявката за участие се подава в бланка по образец, файл в .pdf формат.

Заявката за участие в категория «**Устойчив успех**» се подава в **специална форма**, файл в .pdf формат.

👉 Декларация за участие и публикуване

Всеки участник предоставя **декларация**, подписана от представител на рекламодателя или на водещата агенция, физически или с електронен подпис. Декларацията се представя сканирана в .pdf файл.

👉 Информация за кампанията и участниците (кредити)

Всеки участник предоставя **формуляр с информация за кампанията** в .pdf файл.

👉 3-минутно видео / 4-минутно видео за категория «Устойчив успех»

Всеки участник предоставя **видео материал** с дължина до 3 минути / до 4 минути, представящ творческите разработки към кампанията.

👉 Визии на творческите разработки – за разглеждане от журито

Всеки участник предоставя **поне 2 (макс. 6) изображения с примери** от творчески разработки от кампанията, предоставени във видеото, които журито да разгледа по-внимателно.

👉 Визии на творчески разработки за публикуване на уебсайта на Effie България

Всеки участник предоставя визиите на творческите разработки от кампанията за публикуване на уебсайта на конкурса, съгласно техническите изисквания.

заявката: общ поглед

Писмената заявка разказва историята на кампанията от начало до край. Всички нейни елементи трябва да работят заедно и да разказват единна история. Журито е съставено от доказани професионалисти – обмислете добре какви въпроси биха задали и ги адресирайте в отговора си. Имайте предвид, че журито оценява около 10 - 12 заявки на ден, поради което е важно заявката Ви да е ясна, кратка и заинтригуваща. Детайлно прегледайте насоките във формата за заявка и разгледайте предоставените допълнителни материали като Effective Entry Guide и кампании-победители от предходни години.

Журито може и да не е запознато с особеностите на категорията, в която участва Вашата заявка, затова е изключително важно да предоставите контекст.

Формата за заявка е изготвена спрямо стълбовете на маркетинговата ефективност на Effie:

СЕКЦИЯ 1: ПАЗАРНА СРЕДА, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ЦЕЛИ (23.3% от общата оценка)

В тази секция журито оценява заявката с оглед на предоставения контекст на пазарната среда в рамките на категорията, конкурентите, бранда и размера на предизвикателството, представено в целите. Заявката ще се разглежда както откъм уместност, така и откъм амбиция в рамките на зададеното предизвикателство. Тежест при вземане на решение ще окажат степента на трудност и това дали участникът е предоставил нужния контекст за оценяване на ефективността в дадената секция.

СЕКЦИЯ 2: ИНСАЙТ И СТРАТЕГИЧЕСКА ИДЕЯ (23.3% от общата оценка)

Секцията предполага обяснение на стратегическия процес и начин на мислене. Идеята Ви трябва да бъде резултат от тези уникални прозрения.

СЕКЦИЯ 3: РЕАЛИЗАЦИЯ НА СТРАТЕГИЯТА И ИДЕЯТА (23.3% от общата оценка)

Тази секция се отнася до това как и къде сте реализирали стратегията и идеята Ви – в това число творческа, комуникационна и медия стратегии, както и творческата разработка. Журито се опитва да разбере защо сте избрали конкретните маркетингови канали и каква е връзката им със стратегията и публиката Ви. Творческата Ви разработка и Прегледа на инвестициите се оценяват в тази секция.

СЕКЦИЯ 4: РЕЗУЛТАТИ (30% от общата оценка)

Тази секция се основава на резултатите. Не пропускайте да предоставите контекст (категория/предходна година) и да обясните важноста на Вашите резултати във връзка с бизнеса на бранда. Обвържете резултатите с целите, поставени в Секция 1.

заявката: насоки

Прочетете внимателно въпросите в заявката и съветите от Effie до всеки от тях.

Представянето на кампанията/маркетинговата активност в **отделните въпроси във формата за заявка** не трябва да надвишава **обема думи и графики/диаграми, посочени в полето за отговор към съответния въпрос.**

Водете се по инструкциите към въпросите. Журито се ръководи от тези разяснения и ако съответното обяснение липсва в отговора, вероятно ще намали оценката си. Например, ако въпросът изисква да представите ситуацията на пазара и състоянието на марката и на конкуренцията, а вие представите оскъдно или никакво разяснение и не посочите защо, журито ще намали точките. Не се разрешава изтриване на въпросите и обясненията към тях.

Уверете се, че Вашият екип е спазил всички изисквания за попълване на заявката и че текстът е написан в стегнат и завладяващ стил, лесен за четене и с връзка между елементите. Помислете за стила на добре написана статия в любимото ви списание.

Членовете на журито четат около 10-12 заявки на ден и ще търсят с какво Вашата изпъква пред останалите. Бъдете кратки, където това е възможно, и много ясни в изказа си. Използвайте разбираеми графики навсякъде, където е възможно, и ясно посочвайте връзките между факти, цели, инсайт, стратегия и резултати. Използването на инструменти като групиране на текст със символи, интервали между отделните параграфи, подчертаване/удебеляване/ курсив, графики ще помогне на журито за лесното прочитане и възприемане на информацията в заявката ви.

Уверете се също така, че екипът, работил по кампанията, е бил честен в отговорите си и е подготвил убедителна заявка – журито очаква да прочете за реалната ситуация, в която сте започнали работа, какво сте постигнали и какви убедителни аргументи ще приведете, за да изтъкнете как кампанията е свързана с постигнатите резултати и защо резултатите са значими при конкретните пазарни обстоятелства.

Представяне на резултати без обосновка не е достатъчно – насочвайте журито през резултатите, посочени в заявката, и отнасяйте всяка цел към постигнатото. Изключете всякакви други фактори, които журито може погрешка да счете, че са допринесли за успеха на кампанията – докажете, че Вашата работа е тази, довела до крайния резултат.

заявката: правила

Описаните по-долу причини ще доведат до дисквалификация на заявката и таксата за участие няма да бъде възстановена.

- **Заявката не отговаря на условията за участие.** До участие в Effie България 2023 се допускат само комуникационни кампании, публикувани, излъчвани, организирани в някакъв момент в периода **1.01.2022 – 31.08.2023 г.** За целите на представянето на обстоятелствата по кампанията можете да включите и данни преди 1.01.2022 г. Резултати, които попадат след края на периода на допустимост (31.08.2023), които са пряко свързани с работата, извършена в периода на допустимост, също могат да бъдат представени. **Не може да се участва** с активности, реализирани след края на периода на допустимост (31.08.2023).
- Заявката не отговаря на изискванията за участие в категорията. Заявките се оценяват въз основа на ефективността в рамките на състезателната категория.
- **Името/логото на агенцията е посочено/използвано в заявката или в творческите разработки.** Effie е конкурс, анонимен за агенциите – не посочвайте никъде в заявката или в творческите разработки името на агенцията (подаващата заявката, творческата, медийната, дигиталната, друга). Източниците на данни трябва да се посочат като „Изследване на агенцията“, „Изследване на PR агенцията“, „Изследване на медия агенцията“ и т.н.
- **Не са посочени източниците на данните.** За всички данни, твърдения, факти и т.н., представени където и да е в заявката, трябва да бъдат посочени източници. Това може да са данни на рекламодателя, изследване на агенцията, изследване на рисърч агенция и/или изследване на трета страна и т.н. Източниците трябва да бъдат посочени в края на секцията в поле „Източници на данни“. **Бъдете колкото може по-конкретни в представянето на всички доказателства към цитираните резултати; отбелязвайте източниците на данните, проведеното изследване и периода, който покрива!** Използвайте точното наименование на фирмата, провела проучването, освен ако това не е самата агенция (рекламна, медийна, друга) – тъй като Effie е конкурс, анонимен за агенциите, то изследвания, проведени от агенция (независимо дали вашата или друга), трябва да бъдат отбелязани с термина „Изследване на агенция“, като бъде посочена обаче останалата информация за източника (период на провеждане, проведено изследване и т.н.)

заявката: правила

- **Журито се насочва към външни уебсайтове.** Участниците се оценяват единствено на база на материалите, представени в писмената заявка и в примерите за творчески разработки (видео материал + изображения). Не е разрешено пренасочването на журито към уебсайтове за повече информация или за допълнителни примери за работата на участника.
- **Нарушаване на правилата за представяне на творческите примери (видео, изображения).** Участниците трябва да спазват всички правила, посочени в насоките за участие. Това включва, но не се ограничава до: лога и примери за творческа работа не може да бъдат включени в заявката; не е допустимо цитирането на резултати във видеото, представящо творческите разработки; спазване на условията за дължина на видео материала. Моля, запознайте се с пълните правила, включително насоки за редактиране и съдържание, в раздел Видео материал.
- **В кампанията, представена в заявката, е използван адаптиран криейтив.**
- **На рекламата са наложени санкции.** Не е разрешено участието на кампании, по отношение на които към 31.08.2023 г. са налице наложени по реда на приложимото законодателство и окончателно влезли в сила санкции от държавни, общински и/или независими регулаторни органи; установено несъответствие с Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р. България, потвърдено с влязло в сила решение на Етичната комисия на Националния съвет за саморегулация (НСС), а в случай че решението на Етичната комисия е било обжалвано – потвърдено с влязло в сила решение на Апелативната комисия на НСС.

заявката: общ поглед

Класифициране на търговската марка по индустриален сектор

В общата информация за заявката следва да посочите индустриален сектор, в който попада Вашата търговска марка, като изберете един от следните варианти:

- *Алкохолни напитки*
- *Автомобили*
- *Красота и козметика*
- *Бизнес и офис консумативи*
- *Услуги за доставка*
- *Образование, обучение и работа*
- *Електронни игри*
- *Електроника*
- *Развлечения, новини, спорт и изкуства*
- *Мода, аксесоари и бижута*
- *Финансови услуги и Банкиране*
- *Храни и напитки (безалкохолни)*
- *Държавни и обществени услуги*
- *Здраве*
- *Здравеопазване*
- *Домашно обзавеждане и уреди*
- *Домакински консумативи*
- *Промисленост, строителство и селско стопанство*
- *Застраховане*
- *Интернет и телекомуникации*
- *Лайфстайл, социални платформи и услуги*
- *Нестопански сектор*
- *Лична хигиена*
- *Грижа за домашни любимци*
- *Фармацевтични продукти*
- *Професионални услуги*
- *Ресторанти и хранителни услуги*
- *Магазини за търговия на дребно и онлайн пазари*
- *Софтуерни услуги и платформи*
- *Тютюневи изделия*
- *Играчки, игри, спортни стоки и хобита*
- *Транспорт*
- *Пътуване и туризъм*
- *Други*

заявката: насоки за оформяне на текста и видео материала

1. Отговорите на въпросите в заявката трябва да бъдат попълнени със стандартен черен шрифт Arial с минимален размер 11 пункта.

Целият текст в заявката трябва да е в стандартен черен цвят. В текстовата част не се допуска цветен шрифт. Препоръчително е да се използват ефекти за по-добра четивност като групиране на текст със символи, удебеляване на текста, интервали между отделните параграфи и т.н.

2. Цвят и лого на бранда могат да се използват само в графиките и диаграмите.

Цветен шрифт, лого (само на представяния бранд/клиент) и илюстрационни елементи могат да присъстват само в графиките и диаграмите.

3. Не е позволено използването във формата за заявка на скрийншотовете, изображения, графични елементи или елементи от творческите разработки.

Не използвайте никъде в писмената заявка скрийншотовете или изображения от творческите разработки – те трябва да бъдат представени единствено във видео материала. Не включвайте никъде в заявката каквито и да е други графични или илюстрационни елементи, освен ако те не са част от графика/диаграма.

4. Инструкциите към въпросите във формата за заявка не трябва да бъдат изтривани.

Не е позволено да изтривате въпроси или инструкциите към тях, тъй като те служат като ориентир както на участниците, така и на журито. Не е позволено и изтриването на немаркирани точки в таблиците във формата за заявка.

5. Трябва да се отговори на всички въпроси.

Участникът трябва да отговори на всеки един от въпросите във формата за заявка. Ако някой въпрос е неприложим, това трябва да бъде отбелязано под самия въпрос. Не трябва да се оставя въпрос без отговор (освен ако това не е посочено като допустимо).

6. Има строго ограничение в обема на отговорите.

Представянето на кампанията/маркетинговата активност в отделните въпроси във формата за заявка не трябва да надвишава обема думи и графики/диаграми, посочени в полето за отговор към съответния въпрос.

7. Съобразете се с правилата за изготвяне на видео материала.

За всички заявки в конкурса Effie България важи ограничението от 3 минути максимална дължина на видео материала / 4 минути максимална дължина за категория «Устойчив успех», представящ творческите разработки към кампанията. Няма ограничение за минимална дължина. Участниците трябва да спазват също така и останалите изисквания към изработката на видео материала, описани в това ръководство.

заявката: ИЗТОЧНИЦИ НА ДАННИ

ПОСОЧВАНЕ НА ИЗТОЧНИЦИТЕ НА ПОДАДЕНИТЕ В ЗАЯВКАТА ДАННИ

Всички данни, твърдения, факти и т.н., включени където и да е в заявката (секция „Пазарна среда, предизвикателства и цели“, секция „Инсайт и стратегическа идея“ и т.н.) трябва да съдържат конкретен и достоверен източник. Заявки, в които не е означен източникът на данни, ще бъдат дисквалифицирани. Бъдете максимално конкретни при доказването на фактите; посочвайте източника на данните, описаните изследвания и периода, за който се отнасят. Поради времевия интервал, указан в правилата за участие, е важно да се посочат датите за всички резултати, представени в заявката.

Когато подготвяте отговорите за въпроси в секции от 1 до 4 е необходимо да представите източници за всички данни и факти. В края на изречението, изискващо източник, под формата на горен индекс (superscript) поставете номер. В края на секцията, в поле „Източници на данни“, опишете източниците, кореспондиращи на индексите.

Препоръчителен формат за изписване на източниците

Източник на данни, Вид данни/проучване, Времеви период на проучването

Не се допуска журито да бъде препращано към външни уебсайтове. Ако цитирате информация/данни от уебсайт, моля, отбележете името на сайта, заглавието на публикацията (ако е приложимо) и друга подходяща информация. Източници на данни могат да бъдат: данни на клиента, изследване на агенцията или рисърч агенция. Използвайте името на фирмата, за да представите източника, с изключение на случаите, когато източникът е агенция (рекламна, медийна или друг тип). Тъй като **Effie е курс, анонимен за агенциите**, е задължително изследвания, направени от агенция, да бъдат представени с обяснението „Изследване на агенция“. Това важи за имената на всички агенции, не само на тази, която подава заявката, тъй като журито може да реши, че е посочено името на агенцията-участник, и да маркира заявката за дисквалификация. Препоръчително е изписването на тези агенции като „PR агенция“, „Медия агенция“ и т.н., като се спазва препоръчителния формат за изписване на източниците.

Имената на рисърч агенциите трябва да бъдат посочвани.

Бележка: Организаторът на Effie България си запазва правото да проверява точността и достоверността на всички посочени данни и на техните източници.

заявката: видео материал

ЦЕЛТА НА ВИДЕО МАТЕРИАЛА: ДА ПРЕДСТАВИ ПРИМЕРИ ЗА ТОВА КАК СТЕ ВДЪХНАЛИ ЖИВОТ НА ИДЕЯТА СИ.

Видео материалът трябва да представя творческите разработки, с които е вдъхнат живот на голямата идея. Това не е видео на писмената заявка – то трябва да съдържа само творческите разработки към кампанията.

Вашата творческа работа се оценява като част от Секция 3 «Реализация на стратегията и идеята», която също включва отговори във формата за заявка на въпроси 3А-3В и данните, представени в Прегледа на инвестициите. Тази секция дава 23,3% от общия резултат.

СЪДЪРЖАНИЕ

- Трябва да бъде показан поне един пример за всеки комуникационен канал, посочен в заявката. За да се запази фокусът върху творческата работа, журито препоръчва 70% от материала да се използва за показване на примери за творческа работа, която аудиторията е видяла, или други материали, създадени, за да вдъхнат живот на идеята. Ако има ситуации, в които това не е възможно, се уверете, че журито получава широк поглед върху Вашата работа. Ключът е да се гарантира, че членовете на журито са останали с ясното разбиране за това как Вашата идея и стратегия са били реализирани. Може да бъде полезно да означите всеки творчески пример по тип медия (телевизионен клип, радио клип и т.н.) в ситуации, в които не е достатъчно ясно.
- Не включвайте резултати във видеото – това ще доведе до дисквалификация.

ПРОЦЕС ЗА ЖУРИРАНЕ

От журито се изисква да прочете първо писмената заявка, преди да види видео материала с творческите разработки. Затова не е необходимо да повтаряте информация, представена в заявката. Представените примери трябва да са пряко свързани с Вашите цели и резултати, посочени в писмената форма, и трябва да са показани така, както са били излъчени/публикувани/реализирани на пазара. Не е необходимо да представяте всички елементи, маркирани в списъка с комуникационни канали (от раздел „Преглед на инвестициите“), а само тези, които са неразделна част от успеха на кампанията, които са обяснени в писмената заявка. Журито ще намали точките, ако например в писмената заявка говорите за важността на прес рекламите, а не ги представите във видеото, както и в обратния случай – ако покажете творчески елементи във видеото, които не са посочени в заявката. Видео материалът трябва да допълва отговора на въпроси 3А–3В.

заявката: видео материал

ТРЯБВА ДА ВКЛЮЧВА

Поне един пример от всеки комуникационен канал, отбелязан в заявката

Видео клипове с дължина над 60 секунди може да бъдат съкратени, но участниците се насърчават да се придържат към оригиналния формат, доколкото е възможно.

Ако показвате няколко примера от един комуникационен канал (напр. 3 ТВ клипа), след като представите първия пример в пълната му версия, е приемливо да съкратите дължината на допълнителните примери.

НЕ ТРЯБВА ДА ВКЛЮЧВА

Резултати от какъвто и да е вид

Имена на агенции, лога, изображения, които биха асоциирали заявката с конкретна агенция.

Творческа работа или лога на конкуренти (изключение: разрешено е само, ако лога/работа на конкуренти е част от материалите за Вашата кампания. Конкурентите може да бъдат споменати устно.)

Използване на ефекти, които предизвикват объркване за това как творческият елемент е вървял на пазара – напр. добавяне на музика върху ТВ клиповете, уеб видео материали и т.н.

Всякаква конфиденциална информация, тъй като видео материалът ще бъде публикуван публично, ако кампанията стане финалист/победител в конкурса.

ИЗИСКВАНИЯ

1 видео материал на заявка

3 минути максимална дължина / 4 минути за категория «Устойчив успех»

250 MB максимален размер на файла

.mp4 формат

висока резолюция: **16:9 at 1920x1080.**

Не включвайте имена на агенции/лога във видеото или в името на файла.

АВТОРСКИ ПРАВА / ЛИЦЕНЗИРАНЕ

Не включвайте музика/изображения от имидж банки, които не са били част от оригиналната работа, освен ако не гарантирате авторските права за използването им.

Effie Worldwide е 501(c)(3) образователна организация с нестопанска цел, която показва работата за образователни цели и фокусира вниманието върху ефективните маркетингови идеи и успешните екипи (клиенти и агенция), които ги създават. Според нашия опит, стига визуалните/музикални елементи да са били използвани в оригиналната творческа работа, не би следвало да възникнат проблеми с правата / лицензирането.

заявката: изображения

ПРИМЕРИ ОТ ТВОРЧЕСКАТА РАБОТА: 2 ИЗОБРАЖЕНИЯ ЗАДЪЛЖИТЕЛНО; МАКСИМУМ 6 ИЗОБРАЖЕНИЯ

Това са статични визии на **елементи, включени във видео материала**, които поради своята специфика е добре да бъдат разгледани от журито като отделен материал. Най-често това са разработки, които съдържат текст – прес реклами, директна поща, уебстраници, флайери и т.н. Имате възможност да представите **два (2) примера задължително** и най-много до **шест (6)**.

Това е възможност да покажете на журито своята творческа работа:

- 👉 Елементи, които е по-добре да бъдат разгледани като статично изображение, а не във видео.
- 👉 Насочване на вниманието към ключови творчески елементи

Не включвайте никъде в материалите имената или логата на агенциите, ангажирани с кампанията!

Технически изисквания:

- 👉 .jpeg формат, висока резолюция, до 15 MB

Ако кампанията стане финалист или победител в Конкурса, в допълнение към 3-минутното видео на уебсайта на Effie България ще бъдат публикувани и примерите от творческите разработки като илюстрация към представянето на кампанията.

Технически изисквания към изображенията за уебсайта на Effie България:

- 👉 .gif или .jpg или .png формат, не по-големи от 1000x1000 пиксела.

други изисквания: представяне на победителите

От участниците се изисква да предоставят набор материали, които ще бъдат използвани при обявяване на победителите/финалистите в конкурса и по време на церемонията по награждаване.

□ КЛЮЧОВА ВИЗИЯ

Това трябва да е изображение на кампанията, което най-добре представя Вашата заявка. Това изображение ще бъде използвано за представяне на кампанията за рекламни и промоционални цели, ако заявката стане финалист или победител.

Спецификации: висока резолюция, формат СМΥΚ, 100% от размера. 15 MB макс.

□ ЛОГА НА ВОДЕЩАТА АГЕНЦИЯ И КЛИЕНТА

Не се изискват логa за компании, посочени като «други фирми, ангажирани в кампанията».

Спецификации: за предпочитане eps формат; приемат се и файлове в jpg/png формат

□ ТВОРЧЕСКИ ПРИМЕРИ ОТ ЖУРИРАНЕТО

Творческата работа, предоставена за журиране (изображения, видеа), също ще бъде използвана за рекламни цели.

□ КРАТКО ОПИСАНИЕ

Със 90 думи или по-малко предоставете резюме на Вашата заявка, без да се включва поверителна информация.

□ ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ЕФЕКТИВНОСТ

С 15 думи или по-малко, илюстрирайте резултатите от заявката, като се уверите, че не е включена поверителна информация.

ДРУГИ ИЗИСКВАНИЯ: КРЕДИТИ

Effie оценява ефективната екипна работа, необходима за създаване на ефективна заявка. От Вас се изисква да посочите всички творчески и стратегически партньори, които са допринесли за реализирането на кампанията. Помислете внимателно за своите партньори – клиенти; агенции (пълно обслужване, медийни, дигитални, промо, PR, събития и др.), собственици на медии; търговци на дребно; и т.н.

ФИРМА	ИНДИВИДУАЛНИ КРЕДИТИ
<p>Водеща агенция (задължително 1, максимум 2) Клиент (задължително 1, максимум 2) Допълнителни фирми (задължително 0, максимум 4)</p> <p>ВТОРА ВОДЕЩА АГЕНЦИЯ: Можете да посочите втора основна агенция, като двете агенции ще получат еднакво признание от Effie Worldwide. За да впишете втора водеща агенция, трябва да удостоверите, че работата, извършена от всяка агенция, е с еднаква тежест и всяка агенция заслужава еднакво признание. Вторите водещи агенции трябва да бъдат посочени по време на вписване на заявката – не можете да добавяте или премахвате информация след периода на подаване на заявка.</p> <p>IN-HOUSE: Ако сте рекламодател, който предоставя вътрешна работа, моля, посочете вашата компания като водеща агенция и като клиент.</p> <p>Моля, потвърдете изписването и форматирането на имената на други компании, за да сте сигурни, че те ще получат подходяща заслуга в Effie Index и във всички форми на публичност, ако вашата заявка е финалист или победител.</p>	<p>Основни индивидуални кредити (задължително 0, максимум 10) Вторични индивидуални кредити (задължително 0, максимум 30)</p> <p>Основните индивидуални кредити ще получат грамота и имената ще бъдат публикувани на уебсайта на Effie България, в случай че кампанията стане финалист/победител. Имената на всички лица ще бъдат изброени в кредитите – основни и вторични – ще бъдат публикувани на сайта на effiebulgaria.org.</p> <p>Лицата, кредитирани по Вашата заявка, трябва да са настоящи или бивши служители на някоя от кредитираните компании.</p>

Политиката на Effie е, че всички фирми и членове на екипите им, посочени при подаване на заявката, заслужават признание в случай на победа. Effie няма да позволи премахване или замяна на индивидуални или фирмени кредити.

Задължение на участника, подаващ заявката, е да провери и да се увери, че информацията е подадена вярно. Не се допуска промяна на посочените кредити в документа. Ако поради допусната грешка или пропуск е необходимо да се нанесе корекция в информацията след подаване на заявката, участникът може да направи промени не по-късно от **15.11.2023 г.**, като такива ще бъдат отразени срещу допълнителна такса от **100 лева без ДДС**.

конфиденциалност и публикуване

Effie Worldwide е организация с нестопанска цел, която оценява високо ефективността в маркетинговите комуникации, награждавайки идеите, които работят, и окуражава смислен диалог между двигателите на маркетинговата ефективност. За да изпълни своята мисия и да образова индустрията, Effie разчита на желанието на участниците да споделят с индустрията информация за наградените кампании.

Давайки разрешение за публикуване на Вашата заявка, Вие:

1. **Допринасяте за развитието на индустрията.** Разрешавайки на други специалисти да се учат от Вашия успех, Вие вдъхновявате индустрията да се развива и да направи маркетинга си по-добър.
2. **Допринасяте за развитието на бъдещите лидери в индустрията.** Колежи и университети използват кампании, участвали в Effie, в техни курсове. Участниците в следващи издания на конкурса ще вземат за пример как се пише ефективна заявка от Вашата.
3. **Представяте успеха на Вашия екип.** Спечелването на Effie помага за привличане на нови таланти, доказва важността на маркетинга в бизнеса и укрепва връзката агенция-клиент.

Процесът по подаване на заявки и журиране е структуриран по такъв начин, че да помогне на всички участници да представят своята работа ефективно, но и осигурява конфиденциалността на класифицираната информация.

Писмените заявки, за които е дадено разрешение, се публикуват в [Effie Case Database](#) и [Effie Bulgaria Best Cases](#), с цел вдъхновяване на специалистите в индустрията и допринасяне за развитието на маркетинга.

Съобразявайки се с факта, че заявките могат да съдържат конфиденциална информация, **Effie Worldwide** и **Effie България** изискват разрешение за публикуване на заявката.

конфиденциалност и публикуване

Участниците могат да избират между следните опции:

ПУБЛИКУВАНЕ НА ЗАЯВКАТА, КАКТО Е ПОДАДЕНА

Ако изберете тази опция се съгласявате, че вашата писмена заявка може да бъде публикувана, възпроизвеждана и показвана с образователна цел, в същия вид, в който е подадена.

ПУБЛИКУВАНЕ НА ПРЕРАБОТЕН ВАРИАНТ НА ЗАЯВКАТА

Ако изберете тази опция, преработен вариант на вашата заявка ще бъде публикуван, възпроизвеждан и/или показван с образователна цел. Участниците могат да редактират конфиденциалната информация в заявката, която ще бъде публикувана. Единствено журито ще има достъп оригиналната заявка.

Писмената форма е единствената част от записа, която трябва да съдържа поверителна информация. Поради тази причина писменият случай е единствената част от записа, която е включена в горната политика за разрешение за публикуване. Творческата работа (ролка, изображения), обобщението на публичния случай и декларацията за ефективност не трябва да включват поверителна информация и ще бъдат представени по различни начини (effie.org, партньорски уебсайтове/публикации), заедно с вашия публичен писмен случай, ако вашето участие става финалист или победител. Изпратената работа трябва да е оригинална или трябва да имате правата да я изпратите.

конфиденциалност и публикуване

Effie се отнася с внимание към факта, че заявките съдържат конфиденциална информация. Процесът на кандидатстване и оценяване на наградите Effie е предназначен да помогне на всички участници да представят работата си ефективно, като същевременно гарантира поверителността на класифицираната информация.

Затоа Effie предоставя на участниците възможността да представят данните по начин, запазващ тяхната конфиденциалност. Самото журиране е изцяло конфиденциално.

ЖУРИРАНЕ

Всички членове на журито подписват декларация за конфиденциалност и разглеждат заявките в изолирана обстановка, осигурена от организатора. Член на журито не може да изнася материали от залата за журиране. Член на журито **не може** да журира заявки, които биха създали конфликт на интереси:

- член на журито не може да журира заявки на фирмата, в която работи или е работил след 1.01.2022 година;
- член на журито от квотата на рекламодателите не може да журира заявки на преките си конкуренти;
- член на журито от квотата на агенциите не може да журира заявки на комуникационната група, в която работи, или заявки на клиент, за когото работи;
- всеки член на журито е длъжен да си направи отвод и да не журира заявки, за които прецени, че биха създали конфликт на интереси.

конфиденциалност и публикуване

ИНДЕКСИРАНЕ НА ДАННИ

Въпреки че оценяването е конфиденциално и участниците могат да изберат да дадат разрешение за публикуване за своята писмена заявка, Effie разбира, че някои участници все още пак имат притеснения относно представянето на поверителна информация. Когато представят данни в числа, участниците могат да изберат да предоставят тези числа като проценти или индекси, така че действителните числа да не се показват. За правилното разбиране значението на данните от журито, не забравяйте да включите контекст.

В допълнение, освен ако участникът не избере да позволи на Effie да публикува в базата си заявката така, както е подадена, дори и в случаите когато заявката е финалист или победител, единствено журито ще има достъп до заявката във вида, в който е изпратена за участие.

ТВОРЧЕСКА РАБОТА И ПУБЛИЧНИ МАТЕРИАЛИ

Примерите за творчески материали (видео, изображения) и краткото представяне на кампанията, които се подават в общия пакет документация, стават собственост на Effie Worldwide и Effie Awards България и няма да бъдат връщани. Участвайки в конкурса, Effie Awards/Effie Worldwide автоматично получават правото да правят копия, възпроизвеждат и показват за образователни и рекламни цели творческите материали, краткото представяне на кампанията и т.анр. декларация за ефективност. Тези материали могат да бъдат представени на уебсайтовете на **Effie** България и на Effie Worldwide, партньорски уебсайтове, прессъобщения/бюлетини, по време на специални събития и гала церемонията по връчване на наградите Effie. Тъй като по-горе изброените материали ще бъдат публикувани за всички финалисти и победители, те не трябва да съдържат поверителна информация.

Моля, запознайте се с изискванията в раздел Видео материал за повече насоки относно авторските права/лицензирането.

При извънредни обстоятелства Effie България може да разгледа искания за публикуване на редактирана версия на видео материала. Такива искания ще се приемат само по отношение на заявки, които са достигнали финала. Материали за заявки, които не са станали финалисти, се виждат само от съдии и няма да бъдат публикувани.

effie index

След анализ на финалистите и победителите от конкурсите по света Effie Worldwide публикува класации на ефективните компании и марки – Effie Index (effieindex.com).

Ако кампанията Ви стане финалист/получи награда, всички фирми, посочени в кредит формата ще бъдат включени в статистиката на Effie Index. Затова препоръчваме да опишете внимателно фирмите, с които сте си партнирали за кампанията, като посочите коректно името на всяка фирма, международна група, съответно холдинг, част от които е фирмата. Различие в изписването на фирмите (например: пунктуация, главни и малки букви и т.н.) може да се отрази при разпределянето на точките за класацията. Обсъдете, както вътрешнофирмено, така и с партньорите, посочени в заявката, правилното изписване на всички имена на клиенти и агенции.

Effie България, следвайки правилата на Effie Worldwide, обявява класация на най-ефективните агенции, клиенти и търговски марки въз основа на резултатите от конкурса Effie България. Всяка награда се преобразува в точки, както следва:

Агенцията, подала заявката за участие, клиентът и търговската марка получават:

Златна награда Effie	24 точки
Сребърна награда Effie	12 точки
Бронзова награда Effie	6 точки
Финалист	2 точки

Агенциите, ангажирани в кампанията и отбелязани в заявката за участие, получават половината от точките за съответната награда.

Когато в заявката една и съща фирма е посочена като клиент и агенция, тази фирма получава еднократно броя точки, съответстващ на получената награда, като агенциите участват в класацията за най-ефективна агенция, а клиентите – в класацията за най-ефективен клиент.

журиране

Вашата заявка ще бъде оценявана от специалисти с доказан опит и професионализъм, представители на комуникационни агенции, рекламодатели, медии, агенции за пазарни изследвания и независими консултанти. Заявките се журират на два етапа. Оценяването се извършва анонимно и в пълна конфиденциалност.

Първи кръг

В Първи кръг заявките се разглеждат и оценяват, без да бъдат сравнявани една с друга в категорията си. Журито оценява всички елементи на заявката – писмената форма и творческите разработки. Заявките, които получат достатъчен брой точки, преминават във втори кръг.

Втори кръг

Във Втори кръг финалистите във всяка категория се оценяват спрямо останалите финалисти в съответната категория и, както в Първи кръг, всички елементи на заявката се разглеждат и оценяват. Журито провежда дискусия след приключване на оценяването на заявките във всяка отделна категория.

Журито се ръководи от строго определени критерии за оценяване на ефективността на кампанията и поставя четири отделни оценки, анализирайки конкретни елементи на работата. Формирането на оценката се определя от следните елементи:



да спечелиш effie

Да спечелите награда **Effie** означава, че Вашата кампания е била една от най-ефективните за изминалата година, като е събрала в себе си проникателна стратегия, ефективна творческа разработка и резултати, доказващи добре свършената работа. Поради нарастващата конкуренция получаването на награда **Effie** става все по-трудно.

СТАТУЕТКИ И ГРАМОТИ

Всяка наградена кампания получава две статуетки – за агенцията, подала заявката, и за клиента.

Допълнително могат да бъдат поръчани платени копия на статуетките и за останалите фирми, описани като партньори по кампанията.

Ако кампанията спечели награда, всеки, посочен в основните индивидуални кредити, ще получи персонализирана грамота.

Преди да подадете заявката си, проверете внимателно изписването на имената на хората и фирмите, които посочвате. Те ще бъдат отпечатани така, както са изписани.



категории

УСЛОВИЕ ЗА ПОДАВАНЕ НА ЗАЯВКИ

Заявка за една кампания може бъде подадена най-много в една (1) категория от раздел „Секторни категории“ и в една (1) категория от раздел „Специални категории“.

Ако участвате в повече от една категория, трябва да подадете отделна заявка за всяка категория и да платите такса за всяка подадена заявка.

Всяка отделна заявка трябва да е съобразена с особеностите на конкретната категория, в която участва. Членовете на журито често казват, че е трудно да се оцени правилно участието, когато представянето на маркетинговата комуникация не е направено с оглед на спецификите на съответната категория.

категории

СЕКТОРНИ КАТЕГОРИИ

категория ВЪВЕЖДАНЕ НА НОВ ПРОДУКТ/УСЛУГА

категория КОРПОРАТИВНИ КОМУНИКАЦИИ

категория Нестопански сектор

категория ПРОМОЦИИ

категория СТОКИ

категория УСЛУГИ

- подкатегория Медии, култура и развлечения
- подкатегория Политическа реклама и публични услуги
- подкатегория УСЛУГИ

СПЕЦИАЛНИ КАТЕГОРИИ

(актуализирана) категория ЕФЕКТИВНОСТ В МЕДИИТЕ

категория МАЛЪК БЮДЖЕТ

категория МАРКЕТИНГ ПРИ АКТУАЛНИ СЪБИТИЯ

категория ПОЛОЖИТЕЛНА ПРОМЯНА

категория УСТОЙЧИВ УСПЕХ

категории

СЕКТОРНИ КАТЕГОРИИ

ВЪВЕЖДАНЕ НА НОВ ПРОДУКТ ИЛИ УСЛУГА

В тази категория участват комуникационни кампании и активности за въвеждане на нов продукт или услуга, като това **НЕ** включва разширение на линията. Като „разширение на линията“ Effie определя:

- Всеки вариант на съществуващ продукт/услуга, който споделя същото наименование на марката и е в същата категория като съществуващия продукт, споделя същите характеристики като съществуващия продукт/услуга, но предлага ново предимство (вкус, размер, опаковка, вид и т.н.)
- Производен продукт, който добавя или модифицира функции, без да променя значително цената.
- Продукти, които носят една и съща марка и предлагат на потребителя разнообразни опции (напр. диетична версия на напитка).

Заявката в тази категория трябва да представя как инсайтите относно потребителите са били използвани за преодоляване на бариерите, пред които са изправени продуктите/услугите, лансирани за първи път. Ако представяте активност, която е част от или вдъхновена от национална кампания, обяснете как сте я адаптирали за купувача и търговеца на дребно.

КОРПОРАТИВНИ КОМУНИКАЦИИ

В тази категория участват комуникационни кампании, основен фокус на които е цялостният имидж, позициониране и/или препозициониране на компанията, а не конкретни нейни продукти или услуги. „Корпоративни комуникации“ за целите на тази категория са кампании за изграждане на корпоративен имидж, годишници и/или значими корпоративни и други събития, анонсиране на вливане или сливане на компании, кампании за КСО или за изграждане на работодателска марка (employer branding).

В тази категория **НЕ** участват кампании, фокусирани върху характеристиките и/или имиджа на конкретни продукти и/или услуги, и/или марки на компанията – такива кампании участват в категориите „Стоки“, „Услуги“ или „Промоции“.

категории

НЕСТОПАНСКИ СЕКТОР

В тази категория участват кампании и маркетингови активности за организации с нестопанска цел от всякакъв вид – благотворителни, социални, граждански, застъпнически, религиозни, други; активности, насочени към стимулиране на членство, набиране на персонал, набиране на средства за организации и субекти в нестопанския сектор; образователни инициативи с нетърговска цел.

Важно! Активности на търговски компании трябва да участват в категория „Положителна промяна“.

ПРОМОЦИИ

В тази категория участват комуникационни кампании, обвързващи закупуването на стока/услуга в лимитиран времеви период с обещание или възможност за получаване на допълнително предимство и/или подарък, като съществен фокус на комуникацията е механизмът, чрез който това да се постигне. „Промоции“ за целите на тази категория са кампании, целящи директно стимулиране на продажбите чрез програми за лоялност, временно намаляване на цената, предоставяне за определен период на допълнителен стимул за покупка и т.н.

СТОКИ

В тази категория участват комуникационни кампании за потребителски стоки, като основен фокус на комуникацията е промотиране на конкретни продуктови характеристики или препозициониране на потребителски марки. „Потребителски стоки“ за целите на тази категория са: всички бързооборотни стоки (безалкохолни напитки; алкохолни, вкл. нискоалкохолни напитки; бира; вино; пакетирани или замразени храни; почистващи препарати; парфюмерия и козметика; хранителни добавки и лекарства без рецепта; спортни стоки; играчки и т.н.), стоки за обзавеждане на дома и градината; строителни материали; инструменти; бяла и черна техника; мобилни устройства; офис материали и пособия; мода и аксесоари; превозни средства (автомобили;, мотоциклети;, велосипеди) и т.н.

В тази категория **НЕ** участват комуникационни кампании, които отговарят на условията за участие в категориите „Промоции“, „Корпоративни комуникации“ или „Въвеждане на нов продукт/услуга“.

категории

УСЛУГИ

подкатегория МЕДИИ, КУЛТУРА И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

В тази подкатегория участват комуникационни кампании от създатели на печатно, аудио, видео и софтуерно съдържание и организатори на събития, които се състезават за ограниченото свободно време на потребителя. Това включва телевизионни канали/групи, услуги за стрийминг, уебсайтове (развлечения, начин на живот, новини, търговия и т.н.), списания, вестници, потребителски или търговски медии, радиостанции, разпространители. В категория участват също комуникационни активности за спортни и културни събития/инициативи (музика, кино, театрални представления, изложби, книги), за развлекателни продукти (филми, сериали, предавания, игри), културни институции (напр. музеи, театри) и други.

подкатегория ПОЛИТИЧЕСКА РЕКЛАМА И ПУБЛИЧНИ УСЛУГИ

В тази подкатегория участват кампании на държавни институции, политически и предизборни кампании, комуникационни активности за комунални и обществени услуги и др.

подкатегория УСЛУГИ

В тази категория участват комуникационни кампании за бизнес услуги и услуги за бита, като основен фокус на комуникацията е промотиране на конкретни услуги или репозициониране на марки за услуги. „Услуги“ за целите на тази категория са всички дейности за доставяне на стойност на клиентите, осъществявани от: доставчици на мобилни и ИТ услуги (осигуряване на възможност за ползване на телефон, интернет, телевизия, облачни услуги, хостинг, електронна поща, тарифни планове, преносимост на номера, разплащане, лицензи, и т.н.); доставчици на финансови, банкови и небанкови услуги (предоставяне на възможност за ползване на кредити, депозити, дебитни/кредитни карти, трейдинг приложения и/или платформи, peer-to-peer lending, онлайн разплащания, инвестиционни фондове, извършване на търговия с валута и/или ценни книжа и т.н.); доставчици на професионални и бизнес услуги (комунални фирми, куриерски и пощенски услуги, консултантски, правни, счетоводни и аутсорсинг услуги, туристически услуги, организатори на конференции, обучения, курсове и семинари с търговска цел и т.н.); заведения за обществено хранене; търговски вериги или магазини за хранителни и/или нехранителни стоки; аптеки и дрогерии; търговци на горива; онлайн магазини и т.н.

В тази категория **НЕ** участват комуникационни кампании, които отговарят на условията за участие в категория „Промоции“, „Корпоративни комуникации“ или „Въвеждане на нов продукт/услуга“.

категории

СПЕЦИАЛНИ КАТЕГОРИИ

Специалните категории са предназначени за заявки, представящи конкретна бизнес ситуация или предизвикателство. Когато участвате в специална категория, трябва да представите вашата кампания по начин, който отговаря на ситуацията или предизвикателството, както е посочено в дефиницията на категорията. От решаващо значение е да прегледате внимателно определението на категорията, за да сте сигурни, че усилията ви отговарят на критериите. Журито ще намаля оценките си, ако липсва информация, изисквана от определението на категорията.

ЕФЕКТИВНОСТ В МЕДИИТЕ

(актуализирано описание)

Тази категория отразява непрекъснато нарастващото значение в използването на медиите за ефективността на комуникационните кампании. Заявките трябва да демонстрират как изборът на подходящ медиен канал и методология за измерване на резултатите са допринесли за подобряване на показателите за ефективност на кампанията.

В категорията могат да участват заявки, които представят кампании, реализирани с използване на един или повече от посочените по-долу похвати:

- **Медийна идея:** Заявката трябва да представи изключителна ефективност в резултат на медийно ръководени идеи. Заявката трябва да докаже, че идеята за медийно решение стои в центъра на създаването и разгръщането на кампанията и че е изиграла основна роля за нейната ефективност.
- **Медийна иновация:** Работа, която е успяла да промени начина, по който даден медиен канал се консумира или представлява създаване на изцяло нов канал за комуникация. Журито ще отличи търговските марки, които са действали отвъд конвенционалния подход, за да грабнат вниманието на своята аудитория и се ангажират ефективно с нея. Работата трябва да представлява ново и нестандартно използване на медийните канали, които познаваме или създаване на такива, които все още не сме срещали.
- **Комуникация, управлявана от данни (Data-driven):** Работа, която представя прилагане на данни и/или технология, използвани за идентифициране на подходящите аудитории и свързването им с правилното съобщение в точния момент.

За да участва в конкурса, заявката трябва да описва подробно ролята, която данните са имали в медийната стратегия за постигане на бизнес резултатите или целите пред търговската марка (KPI на марката, ROI, маркетингови мерки за ефективност и т.н.).

Заявката трябва да докаже как са били използвани конкретни данни за оптимизиране на медиите и да покаже приложението и взаимодействието на техники като автоматизация, приложна технология, човешки и изкуствен интелект (AI) и др., използвани за достигане до точната аудитория и постигане на най-добри резултати.

категории

МАЛЪК БЮДЖЕТ

Заявките, отговарящи на условията за участие в тази категория, трябва да представляват единствените маркетингови активности за тази марка по време на посочения период в регламента за участие. За да отговаря на условията, заявката не трябва да представя разширение на продуктовата линия (вариант на съществуващ продукт със същата марка и същата категория, но с нова характеристика, производна на продукт или услуга, които предлагат модифицирани функции без значителна промяна на цената; продукт, носещ същото име и предлагащо разнообразна опция - например нов аромат, диетична версия и др.), подбранд или да има обща кампания с марка, която да го поддържа. Стойността на дарените и нетрадиционни медии, както и разходите за активиране трябва да бъдат включени. Тази категория е свързана с това, което сте успели да постигнете с малък медиен бюджет, а не с малък производствен и творчески бюджет.

В тази категория могат да участват кампании, довели до непропорционално голям бизнес ефект по отношение на изразходвания бюджет - общите медийни и производствени разходи, включително бартер, купони за отстъпка, награди, не могат да надвишават 50 000* лева (*брутни разходи, без ДДС).

В тази категория могат да участват както локални фирми и търговски марки, така и международни компании, стига отчетените дейности в тази категория да НЕ са част от друга, по-голяма кампания. Марката може да извършва други маркетингови дейности по това време, но те не могат да бъдат свързани по цели и средства с представената в заявката активност.

В заявката е необходимо да се представят доказани ефекти от дейностите, с особен акцент върху тяхното въздействие върху имиджа и продажбите; Параметри на обхват, ангажираност на потребителите, генерирани, спечелени медии; Други доказателства за ефективна кампания, ако участникът разполага с данни, доказващи резултатите от дейностите.

МАРКЕТИНГ ПРИ АКТУАЛНИ СЪБИТИЯ

Тази категория е САМО за краткосрочни маркетингови комуникации около конкретни събития (напр. спортни състезания – Световно първенство, Олимпиада, други периодични спортни събития; избори; икономика; други), както и изключителна маркетингова ефективност в отговор на нетърговски фактори като неочаквани социални, културни и други явления.

Заявката трябва да очертае бизнес предизвикателството и откъде идва прозрението и стратегията, отличното изпълнение на последвалата рекламна или маркетингова кампания и как тази кампания е постигнала страхотни резултати, които отговарят на краткосрочните цели. Това са кампании, създадени да работят в рамките на ден, седмица или няколко месеца.

категории

ПОЛОЖИТЕЛНА ПРОМЯНА

В категория „Положителна промяна“ се награждават търговските марки и компаниите, които насърчават по-доброто чрез маркетинговите комуникации.

В тази категория могат да участват всички активности на търговски компании, при които се насърчават общественозначими каузи. Това са кампании, които значително подпомагат социални и екологични дейности, различни системни промени, произтичащи например от целите на ООН за устойчиво развитие, равни права на половете, премахване на стереотипите, включване в обществото, цялостни маркетингови програми на търговски компании, които са включили социални и екологични дейности в собствената си философия за функциониране на пазара. Участниците трябва да предоставят информация за целите на позитивната промяна, бизнес целите и постигнатите резултати. Как инициативата се свързва с цялостната стратегия на марката/компанията? Защо е избрана тази инициатива и защо е подходяща за марката/компанията?

Важно! Кампаниите, провеждани от организации с нестопанска цел и от публичната администрация, както и от неформални групи, трябва да се представят в категория „Нестопански сектор“ или категория Услуги, подкатегория „Политическа реклама и публични услуги“.

УСТОЙЧИВ УСПЕХ

Маркетингови комуникации, които са имали устойчив успех в продължение на най-малко три години, отговарят на условията за участие в тази категория. Необходимо е да се представят творческа работа и резултати от кампании, реализирани в поне три различни времеви периоди (години), и да се включат резултатите от текущата състезателна година.

Представената работа трябва да има обща цел както в стратегията, така и в творческите изпълнения; с продължение на основните изпълнителни елементи (напр. говорител, песен, тема, лозунг и т.н.), което демонстрира ефективност във времето.

Като част от заявката, посочете конкретно как усилията са се развили с течение на времето (напр. избор на медии, насочване, прозрения, нови продукти/услуги и т.н.). Отговорете на всички въпроси за първата година и опишете как/защо е настъпила промяната във времето.

Важно! Заявките в тази категория се подават в специална бланка, а видеото за представяне на творческите разработки към компанията е с продължителност до 4 минути. Изискванията за подаване на заявки в категория „Устойчив успех“ могат да бъдат намерени в Effie Entry Kit и във формуляра за участие.

свържете се с нас



моб.: +359 888 061 880

effie@baca.bg;

www.effiebulgaria.org

гр. София 1504, ул. Сан Стефано 14, вх. Б, ап. 10

