

Effie 2019 Einreichformular

KATEGORIE & TITEL

Der Kampagnentitel MUSS Produkt/Marke oder Unternehmen nennen und einen kurzen, aussagekräftigen Bezug zur Kampagne beinhalten. z.B.: MERKUR Versicherung: 15 % Steigerung Marktanteil

1. Kategorie*
2. Titel*

KAMPAGNENBESCHREIBUNG

Es wird darauf hingewiesen, dass alle vom Einreicher angegebenen Daten und Angaben absolut vertraulich behandelt werden.

Mit * markierte Felder sind Pflichtfelder.

3. Ausgangssituation*
(Hintergründe der Marktsituation/-umfeld, Markenhistorie, Wettbewerb, etc.
(max. 500 Zeichen)
4. Ergänzende Informationen (Format: jpg oder pdf)
5. Ziele und Strategie*
(Definition Marketing- und Kommunikationsziele inklusive konkreter Messkriterien, Zielgruppen, Insights, strategischer Approach, Lösungsansatz (kreativ und medial)
(max. 1.000 Zeichen)
6. Ergänzende Informationen (Format: jpg oder pdf)
7. Umsetzung und Ergebnisse*
(Umsetzung und Ergebnisse der gesetzten Marketing- und Kommunikationsziele, beschreibende Zusammenfassung der Effektivitäts- und Effizienznachweise
(max. 1.000 Zeichen)
8. Ergänzende Informationen (Format: jpg oder pdf)

CASE-SUMMARY IN 5 SÄTZEN

9. Herausforderung (max. 200 Zeichen)
10. Hintergrundinformation (max. 200 Zeichen)
11. Management Summary* (der eine Satz)

MEDIA MIX

Angabe des Budget-Splits in EURO, exkl. MwSt.
Mit * markierte Felder sind Pflichtfelder

MEDIA MIX
ANGABE DES KAMPAGNENZEITRAUMS

Zeitraum: 1.1.2018 - 30.6.2019

12. Start* (In Format TT.MM.JJJJ)

13. Ende* (In Format TT.MM.JJJJ)

ANGABE DES BUDGET-SPLITS in Euro excl. MwSt.

ABOVE-THE-Line

- 14. TV*
- 15. Radio*
- 16. Print*
- 17. OOH*
- 18. Kino*
- 19. Online*
- 20. ATL Mediabudget Total*
- 21. ATL Produktionsbudget total*
- 22. ATL Gesamt

BELOW-THE-LINE

- 23. Direct Marketing*
 - 24. PR*
 - 25. Ambient Media*
 - 26. Event*
 - 27. Promotions*
 - 28. Performance Marketing*
 - 29. Guerilla Marketing*
 - 30. Andere Aktivitäten*
 - 31. BTL Gesamt
 - 32. Kommunikationsbudget ATL und BTL Total*
33. Ergänzende Informationen (Format: jpg oder pdf)

WIRKUNGSNACHWEISE

Wesentlich ist es, den Markterfolg UND/ODER die Werbewirkung ausführlich darzustellen. Je mehr von den angeführten Kriterien (Wie z.B. Umsatz, Marktwert, etc.) belegt werden, desto höher steigen Ihre Chancen für die Gesamtbewertung.

Mit * markierte Felder sind Pflichtfelder

WIRKUNGSNACHWEISE

MARKTBEZOGENE NACHWEISE

Es müssen die Werte ‚vor/nach der Kampagne‘ entweder bei Umsatz/Absatz oder Marktanteil eingegeben werden!

UMSATZ

Bitte geben Sie den Umsatz in Euro oder indiziert an.
IN EURO

- 34. Vor der Kampagne
- 35. Nach der Kampagne
- 36. Veränderung

ODER INDIZIERT

- 37. Index versus vor der Kampagne (Vorher = 100)

UMSATZ / QUADRATMETER

Nur für Handel

Bitte geben Sie den Umsatz in Euro oder indiziert an.

IN EURO

- 38. Vor der Kampagne
- 39. Nach der Kampagne
- 40. Veränderung

ODER INDIZIERT

- 41. Index versus vor der Kampagne (Vorher = 100)

ABSATZ IN EINHEITEN

- 42. Vor der Kampagne
- 43. Nach der Kampagne
- 44. Veränderung

MARKTANTEIL IN PROZENT

- 45. Vor der Kampagne
- 46. Nach der Kampagne
- 47. Veränderung

RETURN ON INVESTMENT (ROI)

- 48. Prozent oder Index-Angabe
- 49. Markterfolg Bemerkungen
- 50. Ergänzende Informationen (Format: jpg oder pdf)

KOMMUNIKATIONSBEZOGENE NACHWEISE

Werbebekanntheit ungestützt (in %)

- 51. Vor der Kampagne
- 52. Nach der Kampagne
- 53. Veränderung
- 54. Quellenangabe (Institut, Erhebungszeitraum, Methode) - *bitte UNBEDINGT ausfüllen*

Werbebekanntheit gestützt (in %)

- 55. Vor der Kampagne
- 56. Nach der Kampagne
- 57. Veränderung
- 58. Quellenangabe (Institut, Erhebungszeitraum, Methode) - *bitte UNBEDINGT ausfüllen*

Zusätzliche kommunikationsbezogene Wirkungskennzahlen

- 59. Zusätzliche kommunikationsbezogene Wirkungskennzahlen (z.B.: Impactwerte, Award-Platzierung)
- 60. Weitere Wirkungskennzahlen (z.B.: Likes, Click-Through-Rates, Media Value, Followers, Engagement-Rates, Traffic, Downloads, Impressions, Cost-per-click, Conversion-Rates, ...)
- 61. Quellenangabe (Institut, Erhebungszeitraum, Methode) - *bitte UNBEDINGT ausfüllen*
- 62. Zusätzliche Informationen oder Bemerkungen
- 63. Ergänzende Informationen (Format: jpg oder pdf)

BETEILIGTE UNTERNEHMEN

Mit * markierte Felder sind Pflichtfelder

Kreativagentur

- 64. Exakter Firmenwortlaut
- 65. Ansprechpartner
- 66. E Mail Adresse
- 67. Telefonnummer

Mediaagentur

- 68. Exakter Firmenwortlaut
- 69. Ansprechpartner
- 70. E Mail Adresse
- 71. Telefonnummer

Auftraggeber (Unternehmen)

- 72. Exakter Firmenwortlaut
- 73. Ansprechpartner
- 74. E Mail Adresse
- 75. Telefonnummer

Rechnungsadresse (falls abweichend von Einreicherdaten)

- 76. Firma
- 77. UID-Nummer
- 78. Adresse
- 79. PLZ
- 80. Ort

Kampagnenverantwortlicher

- 81. Vorname
- 82. Familienname
- 83. Email
- 84. Telefon
- 85. Funktion



UPLOAD FILES

Wir bitten Sie, folgende Formate für die Übermittlung Ihrer Dateien zu verwenden:

Vorschaubild: 600px mal 380px als .jpg (projektname_vor.jpg)

Projektbilder: 1920px mal 1080px als .jpg (01_projektname_pro.jpg, bitte durchnummerieren)

Upload Audiodatei: .mp3

Upload Videodatei als: .mp4, .mv4, .ogv, und .WebM (Um möglichst viele Endgeräte zu erreichen, bitte alle drei Formate hochladen.)