

Dodatni podaci u elektronskom Sustavu za prijavu projekata

U ovom dokumentu možete pronaći više informacija o dodatnim podacima koje će biti potrebno priložiti uz vašu prijavu elektronskim putem. Prilikom pripreme prijave budite usredotočeni na pisanje *effiekasne* priče, odabir ključnog kreativnog rada kojeg ćete prikazati u videosažetku te vizuala koji će biti predmetom žiriranja.

Molimo obratite pozornost na to da vam ovaj dokument služi kao smjernica, no pitanja mogu biti dodana ili mijenjana prethodno samom otvaranju prijave elektronskim putem.

Potičemo prijavitelje da pažljivo prouče Priručnik te sve materijale dostupne na www.effie.hr kako bi prikupili što više korisnih informacija o pripremanju prijave te procesu ocjenjivanja.

Sadržaj:

1. [Medijski dodatak](#)
2. [Materijali za žiriranje i kreativni materijali](#)
3. [Priznanja tvrtkama i individualna priznanja](#)
4. [Materijali za objavu](#)
5. [Detalji o projektu](#)
6. [Podaci o kreativnim materijalima](#)
7. [Dozvola i autorizacija](#)

Medijski dodatak

Pitanja iz **Medijskog dodatka** nalaze se na kraju prijavnog obrasca. Kako bi članovi žirija mogli pregledati medijski dodatak nužno je ispuniti sva polja predviđena za odgovore u prijavnom obrascu elektronskog Sustava za prijavu.

Materijali za žiriranje i kreativni materijali

- **Obrazac za prijavu** (odgovori na pojedinačna pitanja upisuju se u elektronski Sustav za prijavu – konačni .pdf generiran iz danih odgovora moguće je preuzeti direktno iz Sustava.)
 - **Medijski dodatak** (vizualni dodatak na kraju prijavnog obrasca– ispunjen u elektronskom Sustavu za prijavu)
- **Videosažetak** (max. 250MB, .mp4 format, min. rezolucija 1280x720)
 - Za detaljne informacije molimo proučite **Priručnik Effie natjecanja**.
- **2-6 vizuala kreativnog rada** (.jpg)

Priložite fotografije vašeg kreativnog rada koji je bio prikazan na tržištu. Priloženi vizuali također će biti korišteni za potrebe objava u javnosti.

Priznanja tvrtkama i individualna priznanja

Ove informacije nisu dostupne članovima žirija. Effie Awards će odati javno priznanje svim zaslužnim tvrtkama i pojedincima ukoliko vaš projekt uđe u finale ili pobijedi na natjecanju.

Prijavitelji su dužni detaljno pregledati potpisane tvrtke prilikom predaje prijave jer **izmjene u individualnim priznanjima neće biti moguće nakon isteka roka za prijavu**. Više rukovodstvo mora potvrditi popis priznanja potpisom na **Autorizacijskom obrascu**. Za više informacija molimo vas da proučite **Priručnik Effie natjecanja**.

Kako bi se bodovi zbrajali na Effie Indeksu, molimo pobrinite se da su sve prijave iz vaše agencije predane pod istim nazivom agencije te da su sva imena i nazivi agencija ispravno navedeni u trenutku prijavljivanja. I najmanje razlike kao što su interpunkcijski znakovi te velika ili mala slova mogu utjecati na rang vašeg brenda ili kompanije. Bodovi za agencijske mreže i holding kompanije akumuliraju se putem odabranih opcija. Glavne agencije dužne su komunicirati sa svojim suradnicima u drugim kompanijama kako bi osigurale ispravnost navedenih naziva. Pogledajte effieindex.com kako biste provjerili kako je ime vaše agencije bilo navedeno prijašnjih godina.

Omogućen je prostor za navođenje maksimalno dviju primarnih agencija*, dvaju klijenata i četiriju ostalih agencija koje su pridonijele vašem uspjehu.

**Druga primarna agencija mora dati dovoljno velik doprinos uspjehu projekta kako bi joj mogle biti priznate jednake zasluge kao glavnoj, vodećoj agenciji.*

Bit će potrebno navesti sljedeće podatke:

- **Naziv tvrtke**
- **Adresa**
- **Kontakt osoba (ime i prezime, titula, telefon, e-mail)**
- **Detalji o tvrtki**
 - Veličina tvrtke (1-50 / 51-200 / 200-500 / 500+)
 - Godina osnutka tvrtke (prije 1960., 1961.-1985., nakon 1985.)
 - Agencijski network
 - Agencijska holding kompanija
 - Vrsta tvrtke (full-service reklamna agencija, medijska agencija, medijska kompanija, oglašivač, PR tvrtka, itd.)

SAMO ZA VODEĆU AGENCIJU

- Kontakt za PR (ime i prezime, titula, tvrtka, e-mail, telefon)
- CEO kompanije/najviše rangirani dužnosnik (ime i prezime, titula, kompanija, e-mail, adresa)

SAMO ZA KLIJENTA

- CEO/ najviše rangirani dužnosnik (kako bi se poslala čestitka u slučaju da projekt postane finalist ili pobjednik) (ime i prezime, titula, kompanija, e-mail, adresa)

Individualna priznanja

Dozvoljeno je navesti maksimalno **deset pojedinaca** koji su doprinijeli projektu. Svi navedeni pojedinci moraju biti članovi tima (sadašnji ili nekadašnji) navedenih tvrtki. Molimo navedite ime i prezime, titulu, kompaniju i e-mail. Po predaji prijave, nije moguće mijenjati ili uklanjati priznanja s liste.

Materijali za objavu

- **Javni sažetak projekta u 90 riječi**

Prikažite efikasnost vašeg projekta. Ovaj sažetak bit će objavljen u Bazi prijavljenih radova – [Effie Case Study Database](#), a također može biti korišten u promotivne svrhe.

Pripremite vaš sažetak kao da ga pripremate za članove žirija. Koristeći barem tri cjelovite rečenice sažmite vaš projekt i njegovu svrhu. Navedite kako se rezultati nadovezuju na vaše ciljeve (konkretni brojevi nasuprot generalnim pojmovima kao 'rekordna prodaja' i 'veliki uspjeh'). Razmišljate o sažetku kao dugačkom *tweetu* ili mini-projektu.

Primjere dobro napisanih sažetaka pogledajte u nastavku:

www.effie.org/case_database/case/NA_2013_7556

www.effie.org/case_database/case/NA_2013_6862

- **Izjava o učinkovitosti (maksimalno 15 riječi)**

U maksimalno 15 riječi napišite vašu izjavu o učinkovitosti. Ako vaš projekt uđe u finale ili osvoji nagradu ova izjava može biti korištena u svrhu njegove promocije.

Namjera ove izjave jest doprinijeti razumijevanju vašeg rada te prikazati zašto je on vrijedan statusa finalista ili dobitnika. Ovo je vaša prilika da iskažete uspješnost vašeg rada. Možete se osvrnuti na najvažnije rezultate koje ste ostvarili, razloge zbog kojih je vaš projekt bio efikasan i značajan brendu, istaknuti najznačajnije stvari koje ste iz njega naučili ili zanimljivu/zabavnu činjenicu.

Primjeri:

- U samo 8 tjedana ostvarili smo preko 600 milijuna medijskih impresija.
- Privukli smo nove korisnike kategoriji u padu te povećali interakciju na društvenim mrežama.

- **Primarni vizual za objavu (.jpg)**

Postavite jednu fotografiju visoke rezolucije vašeg kreativnog rada koja najbolje predstavlja vaš projekt.

Ovaj vizual bit će korišten kao primaran u promotivne i edukativne svrhe, kao i prilikom dodjele, ako vaš projekt uđe u finale ili osvoji nagradu. Priloženi vizual također će se naći u evidenciji prijavljenih projekata – [Effie Case Study Database](#).

Detalji o projektu

Ove informacije bit će korištene isključivo za potrebe evidencije Effie Worldwide organizacije. Kao takve neće biti distribuirane žiriju te neće ni na koji način utjecati na ocjene ili plasman prijavljenog projekta.

- **Industrijski sektor** (obavezno)

U padajućem izborniku odaberite granu industrije u kojoj posluje vaš brend.

- Business and Industrial
- Pića
- Financijske i osiguravajuće usluge
- Hrana
- Vlada i neprofitno
- Kućanstvo
- Odmor i zabava
- Mediji i izdavaštvo
- Auto i moto
- Farmacija i zdravstvo
- Retail
- Telekomunikacijske usluge
- Ljepota i njega
- Putovanja, transport i turizam
- Proizvodi i usluge
- Odjevni predmeti

- **Vrsta projekta (B2B / B2C)** (obavezno)

Effie natjecanje otvoreno je za B2B i B2C projekte. Molimo vas odaberite vrstu poslovanja u koje se uklapa vaš projekt.

- Business to Business
- Business to Consumer
- Oboje, Business to Business i Business to Consumer

- **Sponzorstva** (obavezno)

Odaberite vrstu sponzorstva koja je bila prisutna u vašem projektu/kampanji.

- Pozicioniranje proizvoda (Product placement) – povremeno
- Pozicioniranje proizvoda (Product placement) – u tijeku
- Sportsko sponzorstvo – u dvorani
- Sportsko sponzorstvo – aktivacija uživo
- Sportsko sponzorstvo – igrač/automobil
- Jedinstvena prilika
- Nije primjenjivo

- **Ciljevi održivog razvoja/razvitka** (obavezno) – primarni i ostali

U partnerstvu s PVBLIC zakladom, organizacija Effie Worldwide odlučila je podržati Program održivog razvoja do 2030. godine i njegovih 17 Globalnih ciljeva održivog razvoja, inicijative pokrenute od strane Ujedinjenih naroda s ciljem iskorjenjivanja siromaštva, borbe protiv neravnopravnosti i nepravde te rješavanja pitanja klimatskih promjena do 2030. godine. Molimo vas odaberite ciljeve koji odgovaraju kampanji koju prijavljujete. Za više informacija pogledajte dokument [Ciljevi održivog razvoja UN-a](#) koji se nalazi u kompletu dokumenata za prijavu.

- **Istraživanje** – primarno i ostala
Molimo vas navedite ključno istraživanje koje ste proveli za vaš projekt, a uz njega odaberite i sva ostala istraživanja prevedena u okviru vaše kampanje.

Primarno istraživanje (obavezno):

Molimo odaberite jedno istraživanje.

- Copy testing
- Fokus grupe
- Neuroznanost
- Positioning/Concept testing
- Strateško (segmentacija, struktura marketinga, U&A)
- Tracking
- Nije primjenjivo
- Ostalo (specificirajte)

- **Istraživanja (sva)** (obavezno) :

Molimo odaberite sva istraživanja koja se odnose na vaš projekt.

- Copy testing
- Fokus grupe
- Neuroznanost
- Positioning/Concept testing
- Strateško (segmentacija, struktura marketinga, U&A)
- Tracking
- Nije primjenjivo
- Ostalo (specificirajte)

- **Partneri u istraživanju**

Molimo navedite partnere u istraživanju za projekt koji prijavljujete. Navedite obavezno jednog istraživačkog partnera, a maksimalno do tri kompanije.

- **Ciljana publika** (obavezno) – primarna i ostale

Od svih prijavitelja bit će zatražen odabir primarne ciljne publike s liste u nastavku. Uz to, molimo odaberite i svu ciljnu publiku s navedene liste.

- Boomers (45+)
- Brend influenceri
- Djeca (12 godina i mlađa)
- Kulturalna ili etnička skupina
- Zaposlenici
- Obitelji
- Očevi
- Muškarci
- Majke
- Nova publika
- Tinejdžeri (13-20)
- Žene
- Mladi muškarci (20-35)
- Mlade žene (20-35)
- Ostalo

- **Postavljeni ciljevi** (obavezno) – primarni i ostali
Molimo vas prvo odaberite svoje primarne ciljeve, a potom i sve ostale ciljeve s liste u nastavku.
 - Privući, podržati distribuciju
 - Privući, podržati dobavljače
 - Brand launch
 - Brand relaunch, repositioniranje
 - Izgradnja tržišne vrijednosti brenda (Build Brand Equity)
 - Izgradnja, promjena korporativnog imidža
 - Razvoj, obrana pozicije brenda
 - Promjena imidža brenda
 - Razvoj, revitalizacija tržišta
 - Financijski, dioničarski (shareholder) odnosi
 - Fund-raising
 - Privlačenje novih kupaca
 - Gain trial
 - Globalni branding
 - Državni/vladini i društveni ciljevi
 - Podizanje svijesti
 - Podizanje lojalnosti brendu
 - Povećanje prodaje, volumena
 - Povećanje prometa internetskih stranica, registracije (bookings)
 - IPOs
 - Price premium održavanje
 - Povećanje udjela na tržištu (market share)
 - Političke kampanje
 - Rekrutacija
 - Zadržavanje postojećih kupaca
 - Odnosi među zaposlenima, motivacija
 - Podrška događanju, izložba
 - Podrška promociji
 - Podrška sponzorstvu
 - Ostalo

- **Rezultati** (obavezno) – primarni i ostali
Molimo vas prvo odaberite najvažnije rezultate koje ste ostvarili zahvaljujući vašem projektu, a potom i sve ostale rezultate.
 - Awareness shift
 - Zadržavanje/povećanje lojalnosti kupca
 - Obrana udjela na tržištu (market share)/arrest decline
 - Privlačenje novih kupaca/penetration gain
 - Ostvarenje profita
 - Ostvarenje prihoda
 - ROI
 - Ostvarenje udjela
 - Promjena strateške percepcije
 - Ostalo (specificirajte)

Podaci o kreativnim materijalima

Prikupljene informacije služe u svrhu istraživanja te za potrebe evidencije Effie Worldwide organizacije. Odgovori na pitanja u nastavku neće biti vidljivi članovima žirija te su odvojeni od Medijskog dodatka koji se nalazi na kraju prijavnice i kojeg pregledavaju članovi žirija.

- **Kreativni materijali**

Kreativni primjeri prezentirani u videosažetku – odaberite sve (obavezno):

- Brendirani sadržaj
- Kino
- Direktni marketing
- Promjene u distribuciji
- E-Commerce
- Događaji
- Gerila
- Interaktivno/Online
- Developed Retailer Site Content (Interactive/Online)
- Interni marketing
- Mobile/Tablet
- OOH
- Ambalaža
- Oglašavanje u objektima zdravstvene zaštite
- PR
- Korekcija cijene (Pricing)
- Print
- Dizajn proizvoda
- Profesionalni angažman
- Radio
- Iskustvo u trgovini
- Promotivna prodaja
- Sampling
- Optimizacija za pretraživače (SEM/SEO)
- Društvene mreže
- Sponzorstva
- Trade Communications/Promo
- Sajmovi
- TV
- Interakcija s potrošačem
- Ostalo

Kreativni materijali unutar vašeg četverominutnog videosažetka (5 minuta za kategoriju Dugoročna učinkovitost)

Obilježite sveobuhvatne komunikacijske dodirne točke koje se nalaze u vašem videosažetku (pogledajte glavne dodirne točke u tabeli Medijskog dodatka)

- **Platforme društvenih mreža** (obavezno):

Odaberite platforme društvenih mreža koje ste koristili:

- Blog (Tumblr, WordPress i sl.)
- Facebook
- Flickr
- Forsquare
- Google+
- Instagram
- LinkedIn
- MySpace
- Pandora
- Pinterest

- Reddit
- Shazam
- Snapchat
- Spotify
- Twitter
- YouTube
- Nije primjenjivo
- Ostalo

Primarne, specifične i glavne dodirne točke

Primarne dodirne točke podrazumijevaju važan kanal zahvaljujući kojem je realizirana vaša marketinška komunikacija.

- **Primarne dodirne točke** (obavezno):

Koja je bila glavna dodirna točka, ključna u ostvarivanju vaše komunikacije? Uz nju, molimo odaberite dodatne tri najvažnije dodirne točke.

Primjer: ako ste kao vašu primarnu dodirnu točku odabrali TV, vaša specifična dodirna točka bi trebala biti jedna od sljedećih: TV-spotovi, TV-brendirani sadržaj i sl.

- Brendirani sadržaj
- Kino
- Direktni marketing
- Promjene u distribuciji
- E-Commerce
- Događaji
- Gerila
- Interaktivno/Online
- Developed Retailer Site Content (Interactive/Online)
- Interni marketing
- Mobile/Tablet
- OOH
- Ambalaža
- Oglašavanje u objektima zdravstvene zaštite
- PR
- Korekcija cijene (Pricing)
- Print
- Dizajn proizvoda
- Profesionalni angažman
- Radio
- Iskustvo u trgovini
- Promotivna prodaja
- Sampling
- Optimizacija za pretraživače (SEM/SEO)
- Društvene mreže
- Sponzorstva
- Trade Communications/Promo
- Sajmovi
- TV
- Interakcija s potrošačem
- Ostalo

- **Specifične dodirne točke** (obavezno):
Ako je iznad odabrana dodirna točka u nastavku ima dodatne specifične podtočke, molimo vas odaberite onu koja je bila najvažnija. Ako ispod odabrane specifične točke nema podtočaka, jednostavno odaberite ponovno tu dodirnu točku.
 - **Brendirani sadržaj**
 - **Kino**
 - **Direktni marketing**
 - Email
 - Poštom
 - Letci, kuponi trgovačkih lanaca (Retailer Specific)
 - **Promjene u distribuciji**
 - **E-Commerce**
 - **Događaji**
 - **Gerila**
 - Ambijentalni mediji
 - Buzz Marketing
 - Uzorci/testiranje proizvoda
 - Ulični timovi
 - Tagging
 - Omoti
 - **Interaktivno/Online**
 - Brand Website/Microsite
 - Nagradne igre/Natjecanja
 - **Developed Retailer Site Content (Interactive/Online)**
 - Digitalni video
 - Display oglasi
 - Gaming (Interactive/Online)
 - Location-based communications/Real Time Marketing
 - Website proizvođača/trgovačkih lanaca
 - Podcasti
 - Video skins/Bugs
 - Ostalo
 - **Interni marketing**
 - **Mobile/Tablet**
 - Aplikacije
 - Display oglasi
 - Oglasi unutar aplikacije ili igre
 - Location-based communications / Real Time Marketing
 - Editorial/Sadržaj
 - Ostalo
 - **OOH**
 - Zračne luke
 - Billboard
 - Specifična mjesta
 - Javni prijevoz
 - Ostalo
 - **Ambalaža**
 - **Oglašavanje u objektima zdravstvene zaštite**
 - Brošure
 - Omoti
 - Elektronski Check-In
 - Oglašavanje na ekranima
 - Poster
 - Ostalo
 - **PR**

- **Korekcija cijene (Pricing)**
 - Kuponi
 - Cjenovne promocije u trgovini
- **Print**
 - Posebna izdanja
 - Magazini – digitalno izdanje
 - Magazini – tiskano izdanje
 - Dnevne novine – digitalno izdanje
 - Dnevne novine – tiskano izdanje (Print)
 - Publikacije trgovačkih lanaca (Retailer Publication)
 - Poslovna izdanja (trade i specijalizirana)
- **Dizajn proizvoda**
 - Account Specific
 - Promotivni dizajn
- **Profesionalni angažman**
 - Closed Loop Marketing (CLM)
 - Kongresi
 - Engagement
 - Detail/E-Detail/Interactive Visual Aids (IVAs)
 - Informativni/Dokumentarni video
 - Komunikacija unutar tvrtke
- **Radio**
 - Merchandising
 - Sadržaj
 - Promo/Preporuke (Endorsements)
 - Spotovi
- **Iskustvo u trgovini**
 - Promotivne aktivnosti u trgovini
 - In-Store Video/Kiosk
 - Oglašavanje u ljekarnama
 - Prodajno mjesto unutar trgovačkog lanca (Point of Purchase)
 - Retailtainment
 - Promotivne aktivnosti u trgovini
 - Trgovina u trgovini
 - Ostalo (Retail Experience)
- **Promotivna prodaja**
- **Sampling**
 - Poštom
 - In-Store
 - OOH (Event)
- **Optimizacija za pretraživače (SEM/SEO)**
- **Društvene mreže**
- **Sponzorstva**
- **Trade Communications/Promo**
- **Sajmovi**
- **TV**
 - Brendirani sadržaj
 - Co-branding
 - Interaktivni TV/Sadržaj na zahtjev (Video on Demand)
 - Break bumpers
 - Pozicioniranje proizvoda (Product Placement)
 - Sponzorstvo
 - Spotovi
- **Interakcija s potrošačem**
 - Komunikacija generirana od strane potrošača

- Viral
- Usmena predaja

• **Glavne dodirne točke:**

Navedite tri najvažnije komunikacijske dodirne točke izvan ključne dodirne točke koju ste prethodno odabrali. Ako ste koristili samo jednu komunikacijsku dodirnu točku mimo ove ključne, odaberite "Nije primjenjivo" za glavne dodirne točke 2 i 3.

Glavne dodirne točke 1 (obavezno):

- Brendirani sadržaj
- Kino
- Direktni marketing
- Promjene u distribuciji
- E-Commerce
- Događaji
- Gerila
- Interaktivno/Online
- Developed Retailer Site Content (Interactive/Online)
- Interni marketing
- Mobile/Tablet
- OOH
- Ambalaža
- Oglašavanje u objektima zdravstvene zaštite
- PR
- Korekcija cijene (Pricing)
- Print
- Dizajn proizvoda
- Profesionalni angažman
- Radio
- Iskustvo u trgovini
- Promotivna prodaja
- Sampling
- Optimizacija za pretraživače (SEM/SEO)
- Društvene mreže
- Sponzorstva
- Trade Communications/Promo
- Sajmovi
- TV
- Interakcija s potrošačem

Glavne dodirne točke 2 / Glavne dodirne točke 3 (obavezno):

- Brendirani sadržaj
- Kino
- Direktni marketing
- Promjene u distribuciji
- E-Commerce
- Događaji
- Gerila
- Interaktivno/Online
- Developed Retailer Site Content (Interactive/Online)
- Interni marketing
- Mobile/Tablet
- OOH
- Ambalaža
- Oglašavanje u objektima zdravstvene zaštite

- PR
- Korekcija cijene (Pricing)
- Print
- Dizajn proizvoda
- Profesionalni angažman
- Radio
- Iskustvo u trgovini
- Promotivna prodaja
- Sampling
- Optimizacija za pretraživače (SEM/SEO)
- Društvene mreže
- Sponzorstva
- Trade Communications/Promo
- Sajmovi
- TV
- Interakcija s potrošačem
- Nije primjenjivo

Glavne dodirne točke - Ostalo/Dodatni detalji:
(do 100 riječi)

Ovo polje možete koristiti kako biste elaborirali ključne dodirne točke, a u slučaju da prethodno odabrano ne pojašnjava dovoljno detaljno što je bila vaša ključna dodirna točka. Primjerice, ako ste odabrali "TV", ali biste voljeli pojasniti da je brendirani sadržaj na televiziji zapravo odigrao glavnu ulogu.

Dozvola i autorizacija

- **Dozvola za objavu**

Odabirom odgovarajuće opcije dajte svoju suglasnost za objavu vaše pisane prijave.

- Objavite moju pisanu prijavu u izvornom obliku kako je prijavljena.
- Objavite prerađenu verziju moje pisane prijave.
- Nakon 3 godine objavite moju pisanu prijavu u izvornom obliku kako je prijavljena.
- Nakon 3 godine objavite prerađenu verziju moje pisane prijave.

- **Autorizacijski obrazac**

Priložite potpisani Autorizacijski obrazac kojim potvrđujete ispravnost unesenih informacija i autorizaciju prijave. Spomenuti obrazac ujedno garantira da su individualna priznanja i podatke o klijentu temeljito pregledali *senior leaderi*, čime je zagarantirano da su svi ključni strateški partneri prikazani ispravno za potrebe Effie Indeksa učinkovitosti te dodjelu nagrada.

Autorizacijski obrazac mora biti potpisan od strane agencije ili klijenta na poziciji voditelja odjela ili *account leadera* (primjerice *Head of Account Planning*, *Head of Client Services*, *Group Account Director*, itd). Ovaj dokument mora biti u cijelosti pažljivo pročitano i potpisan na predodređenim mjestima koja se nalaze na kraju dokumenta.

- **Uvjeti i pravila natjecanja**

Odaberite pristajete li na uvjete i pravila natjecanja.