

טופס מועמד

1. שם החברה המשוקת _____
2. שם המוצר / המותג _____
3. שם משרד הפרסום _____
4. כותרת המהלך _____
5. קטגוריה _____
6. מועדי המהלך: תחילת המהלך: חודש + שנה _____
סיום המהלך: חודש + שנה / מהלך מתמשך _____

הנחיות לכתיבת העבודה:

- **אנו ממליצים להשיב בתמציתיות לכל סעיף. ציינו אך ורק את הנתונים הרלוונטיים והחשובים.**
 - אין לחרוג מהשטח אשר הוגדר לכל תשובה. זכרו! - מסמך תמציתי מסייע לשופטים להתמקד ולקבל החלטה ראויה.**
 - טפסי הגשה אשר יחרגו מכמות המידע שהוגדרה – יוחזרו למילוי מחדש למגיש העבודה.**
 - פונט 12, צבע שחור – חל איסור על עיצוב המסמך למעט כותרת בצבע (לרבות הוספת שער, תמונות וכיו"ב).
 - אין לחרוג מכמות המילים שהוגדרה לכל סעיף.
 - גרפים יכולים להופיע בצבע.
 - אין לכלול אלמנטים קריאטיביים, לוגואים, וידאו ותמונות (כולל לוגו ה-Effie), אלא רק במקומות הנדרשים ובהתאם להוראות.
 - אין למחוק מטופס ההגשה את שאלות הטופס כולל הפירוט המלא שלהן.
- עבודה שאינה עומדת בהנחיות ההגשה הנ"ל לא תישפט**

ניתוח שיווקי טרום המהלך והגדרת יעדים – 23.3% מהציון הסופי

7. **הסביבה השיווקית טרום המהלך והאתגר המרכזי בפניו עמד המותג**
מידע על הסביבה העסקית/שיווקית: (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)



מה קרה בשוק? (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)

מעמד החברה בשוק: (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)

מתחרים עיקריים: (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)

עוצמות וחולשות מנקודת מבט הצרכן: (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)

קהל היעד אליו ניסית להגיע (עפ"י חתכים סוציו-דמוגרפיים, כלכליים, סגנון חיים ועוד): (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)

מה בסביבה התחרותית הביא ליצירת האתגר? (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים)



8. הגדרת המטרות העסקיות והיעדים להצלחת הקמפיין הפרסומי (KPI's)
יש לתאר את מטרות המהלך במונחים **כמותיים על פי מדדים** ספציפיים שנקבעו לבחינת הצלחת המהלך.

כל יעד צריך להיות מוגדר על פי מספר/אחוז והתייחסות לערכים טרום המהלך, (לפני/אחרי).
(הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים בכל סעיף).

א. יעד עסקי (מכירות, רווחיות) -

ב. יעד התנהגותי -

ג. יעד תפישתי/תדמיתי -

האסטרטגיה השיווקית והרעיון הגדול שהניע את המהלך – 23.3% מהציון הסופי

9. מה הייתה התובנה שהביאה לפיתוח ה"רעיון הגדול" (The Big Idea), כיצד הגעתם אליה? (תיאור קצר בלא יותר מ- 100 מילים) -

10. במשפט אחד, יש לרשום מהו ה"רעיון הגדול" שהניע את המהלך השיווקי/פרסומי (The Big Idea) שימו לב – הרעיון אינו הישג או סימא פרסומית

יישום האסטרטגיה השיווקית – 23.3% מהציון הסופי

11. כיצד ה"רעיון הגדול" יושם בפועל? (הסבר תמציתי בלא יותר מ- 200 מילים)



מהו הרעיון הקריאטיבי? (הסבר תמציתי בלא יותר מ- 200 מילים)

מה היתה אסטרטגיית המדיה? (הסבר תמציתי בלא יותר מ- 200 מילים)

כיצד אסטרטגיית המדיה שירתה את מטרות המהלך? (הסבר תמציתי בלא יותר מ- 200 מילים)

מהם אמצעי הקד"מ העיקריים שנבחרו?

12. היקף התקציב

מהו גודל התקציב בש"ח למהלך כולו?

מה היה התקציב לשנה הרלוונטית למהלך?

13. מדיניות תקשורתית

צינו באילו ערוצי המדיה ושיווק השתמשתם במסגרת המהלך ומה היתה חלוקת התקציב בין ערוצי המדיה. שימו לב - בהגשת הקריאטיב אתם מתבקשים לספק דוגמא אחת בלבד לכל אחד מהאפיקים שציינתם.

טלוויזיה (תשדירים, חסויות, תוכן שיווקי) -

רדיו (תשדירים, חסויות, תוכן שיווקי) -

עיתונות (יומית, מקצועית, מגזינים, דיגיטלית) -

יח"צ ואירועים -



פרסום חוצות -

קולנוע -

גרילה -

חסויות -

תערוכות וכנסים -

אינטרנט (וידיאו, באנרים, מיניסייט, דפי נחיתה, רשתות חברתיות, משחקים, גוגל PPC, פודקאסט, בלוג) -

נקודות מכירה -

מעורבות צרכן (שיווק חווייתי, פה לאוזן, ויראליות) -

אימייל מרקטינג ודיוור ישיר -

תוצאות המהלך ועמידה ביעדים – 30% מהציון הסופי

14. תיאור התוצאות העסקיות וההישגים השיווקיים אל מול היעדים שהוגדרו בסעיף 8 יש לתאר את מטרות המהלך במונחים כמותיים על פי מדדים ספציפיים שנקבעו לבחינת הצלחת המהלך. כל יעד צריך להיות מוגדר על פי מספר/אחוז והתייחסות לערכים טרום המהלך. (לפני/אחרי). (הקפידו לתת רק מידע רלוונטי, נתונים מספריים, בקצרה. עד 200 מילים בכל סעיף).

א. תוצאה עסקית (מכירות, רווחיות) – מספרים ונתונים אמפיריים מול היעד



ב. תוצאה התנהגותית – מספרים ונתונים אמפיריים מול היעד

ג. תוצאה תפישתית/תדמיתית - מספרים ונתונים אמפיריים מול היעד

מדוע המהלך שהובלתם נחשב להצלחה? בהתייחס לקהל היעד, ליעדים ולכלי המדידה שהוגדרו. (הסבר תמציתי עד 200 מילים)

מדוע תוצאות המהלך משמעותיות עבור המותג והארגון? – הסבירו בקצרה (עד 200 מילים) בליווי מספרים ונתונים ממחישים -

באיזה אופן המהלך הוביל באופן ישיר לעלייה בתוצאות העסקיות? ספקו הסבר קצר המלווה בנתונים מספריים המציגים את הגידול ברווח. במידה ולא מוצגים נתונים על שינויים ברווח, יש לספק נתונים חלופיים כגון נתח שוק. ובכל מקרה יש לתמוך את הנתונים באסמכתאות (אישור ר"ח, אישור עו"ד, או נתונים פורמליים של חברות ניטור נתונים שיווקיים כגון סטורנקסט ודומיה) -

15. תארו בקצרה גורמים נוספים שסייעו להצלחת המהלך (במידה והיו) האם היו גורמים נוספים בשוק שהשפיעו על תוצאות המהלך? במידה ולא קיימים גורמים נוספים יש לרשום – לא קיימים גורמים נוספים.

בהצלחה !!

