

# **NIEZBĘDNIK UCZESTNIKA**

## KONKURSU

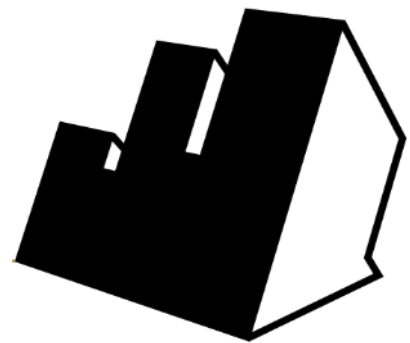
### EFFIE AWARDS POLAND

NIEZBĘDNIK JEST ZBIOREM NAJWAŻNIEJSZYCH INFORMACJI DOTYCZĄCYCH KONKURSU EFFIE AWARDS POLAND.

PRZED PRZYSTĄPIENIEM DO ZGŁASZANIA, PROSIMY O ZAPOZNANIE SIĘ Z **REGULAMINEM**.

**WSZYSTKIE WYMIENIONE TUTAJ DOKUMENTY ZNAJDUJĄ SIĘ NA NASZEJ STRONIE [WWW](#).**

# WARUNKI ZGŁOSZENIA



# WARUNKI ZGŁOSZENIA 2023

## OKRES KWALIFIKACYJNY:

Do konkursu można zgłaszać wyłącznie kampanie / działania oraz rozwiązania marketingowe / biznesowe, które były realizowane na **terytorium Polski** w okresie:

od **1 stycznia 2022 do 31 marca 2023 roku**.

W przypadku działań / kampanii **Long Term** - 3 lata np.: 2020, 2021, 2022/2023. Okres rozpoczęcia działań może być wcześniejszy natomiast obligatoryjne jest, aby przedstawione były łącznie trzy lata oraz wskazane zostały wyniki ostatniego roku kwalifikacyjnego.

### Uwaga!

Działanie / kampania mogła rozpocząć się wcześniej lub skończyć później, lecz decydująca część komunikacji musiała być prowadzona **w okresie kwalifikacyjnym** i do tego okresu musi odnosić się zgłoszenie, a także wszystkie dane i wyniki.

# WARUNKI ZGŁOSZENIA 2023

## **DOPUSZCZALNA ILOŚĆ PODMIOTÓW ZGŁASZAJĄCYCH\*:**

- 2 Liderów
- 4 Współzgłaszających
- 2 Klientów

## **ZASADY ZGŁOSZEŃ DO KATEGORII:**

- Każdy podmiot może zgłosić dowolną ilość działań / kampanii, przy zachowaniu poniższych zasad.

Dopuszczalna ilość zgłoszeń dla jednego działania / kampanii:

- w **jednej** odpowiadającej specyfice działań/kampanii KATEGORII INDUSTRY
- w **jednej lub dwóch**, odpowiadających specyfice działań/kampanii KATEGORII SPECJALNYCH
- **jednocześnie** w jednej KATEGORII INDUSTRY oraz jednej lub dwóch KATEGORIACH SPECJALNYCH

\*Wyjątek stanowi kategoria M&BS, gdzie Klient jest jedynym Liderem zgłoszenia

# WARUNKI ZGŁOSZENIA 2023

## Wyjątki:

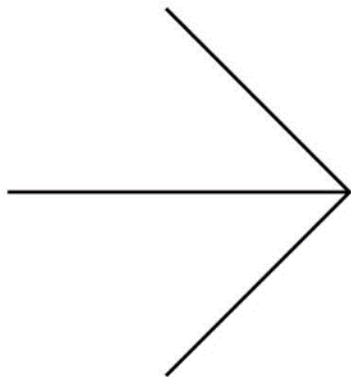
Działanie / kampania zgłoszona do:

- Non - Profit & Public Service
- Launch / Relaunch

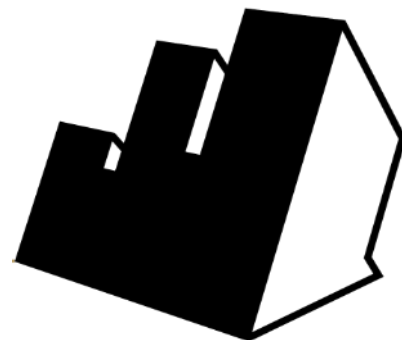
**nie może** zostać zgłoszona do innej kategorii.

Zgłoszenie tego samego działania / kampanii do **więcej niż jednej kategorii** wymaga, za każdym razem:

- wypełnienia **osobnego formularza**,
- uwzględnienia w opisie **specyfiki danej kategorii**,
- dostarczenia oddzielnych przykładów materiałów kreatywnych,
- wniesienia **opłat** za każde zgłoszenie.



KATEGORIE



## KATEGORIE INDUSTRY

## KATEGORIE SPECJALNE

Automotive & Mobility

Beauty & Care

Beverages - Alcohol

Beverages - Non-alcohol

Consumer Goods

Entertainment

Finance & Insurance

Food

Medicines & Supplements

Non-Profit & Public Service

Retail

Services

AUDIENCE

B2B

Young

50+

CHANNELS  
& TOOLS

Branded Content

Brand Experience

E-commerce & Shopper

Gaming

Partnership

PR & Employer Branding

Social Advocacy

MARKETING  
EXCELLENCE

Launch / Relaunch

Long Term

MBS

React & Defend

Smart Budget

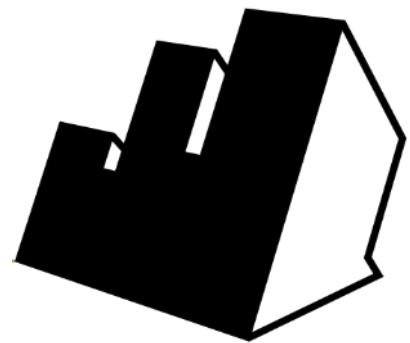
POSITIVE  
CHANGE

Environmental

Social

Governance

TERMINY  
I OPŁATY





TERMINY  
EFFIE  
2023

**TERMINY ZGŁOSZEŃ**

**I termin** do 26.05.2023

**II termin** do 16.06.2023

**III termin** do 30.06.2023 do godz. 17:00

**OBRADY JURY**

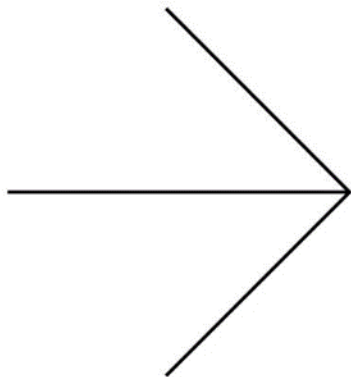
04 - 30.09.2023

**OGŁOSZENIE NOMINACJI**

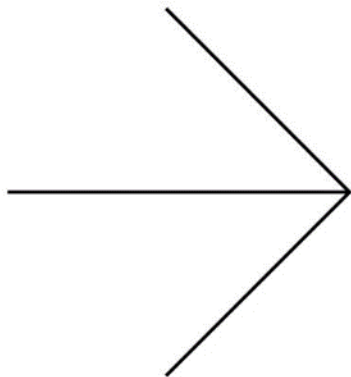
do 06.10.2023

**GALA EFFIE**

07.11.2023



# OPŁATY EFFIE 2023



Opłata zgłoszeniowa uzależniona jest od terminu zamknięcia zgłoszenia na platformie, roli podmiotu w zgłoszeniu (Lider 1 / 2, Współzgłaszający) oraz członkostwa w SAR.

**UWAGA! Lider 1 wnosi opłatę za całe zgłoszenie (za wszystkie podmioty wymienione w dokumencie proceduralnym).**

## OPŁATY ZA ZGŁOSZENIE DLA LIDERA 1 i 2

	DLA CZŁONKÓW SAR	PODMIOTY NIEZRZESZONE W SAR
<b>I termin</b>	3 900 zł netto + VAT (4 797 zł brutto)	4 900 zł netto + VAT (6 027 zł brutto)
<b>II termin</b>	5 900 zł netto + VAT (7 257 zł brutto)	6 900 zł netto + VAT (8 487 zł brutto)
<b>III termin</b>	7 000 zł netto + VAT (8 610 zł brutto)	8 000 zł netto + VAT (9 840 zł brutto)

## OPŁATY DLA WSPÓZGŁASZAJĄCYCH

<b>wszystkie terminy</b>	2 000 zł netto + VAT (2 460 zł brutto)	3 000 zł netto + VAT (3 690 zł brutto)
--------------------------	----------------------------------------	----------------------------------------

OPŁATY  
EFFIE  
2023

**Uwaga!**

Zgłoszenia do kategorii **Non-Profit & Public Service** nie podlegają opłacie.

Podmioty zgłaszające **po raz pierwszy**, mogą ubiegać się o zniżkę (rabat dotyczy pozycji Liderów w zgłoszeniu).

**Dane do przelewu:**

Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR

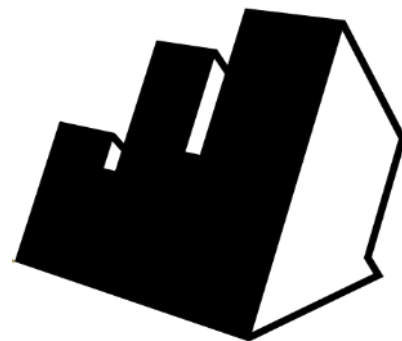
ul. Czerska 8/10, 00-732 Warszawa

Bank Santander 27 1090 1056 0000 0000 0602 5684



**W tytule przelewu prosimy podać numer zgłoszenia.**

# PROCES ZGŁASZANIA



## ZGŁOSZENIE ODBYWA SIĘ PRZEZ PLATFORMĘ KONKURSOWĄ I OBEJMUJE:

### **Formularz zgłoszeniowy**

Oceniane przez jury

Pełny opis działania / kampanii, zgodnie z poszczególnymi sekcjami tj. informacje ogólne; wyzwanie; grupa docelowa, insight i strategia; realizacja; wyniki itd.  
Tutaj załączane są materiały dowodowe.

### **Dokument proceduralny**

Dokument dla organizatora

90-wyrazowe podsumowanie kampanii oraz jej wynik; dane podmiotów zgłaszających.

### **Materiały kreatywne**

Oceniane przez jury

W formie oddzielnych plików - max. 10 plików w tym opcjonalnie montaż materiałów kreatywnych (max.90 sek. a dla kategorii Long Term max.120 sek.).

### **Zmodyfikowany formularz**

Dokument dla organizatora

Generowany automatycznie z głównego formularza. Formularz o zmodyfikowanej treści, która może zostać opublikowana - jeżeli nie wyrażasz zgody na publikację pełnej treści zgłoszenia.

### **Oświadczenie Klienta i Lidera 1**

Dokument dla organizatora

Dokument potwierdzający prawdziwość treści.

### **Oświadczenie Instytutu Badawczego**

Dokument dla organizatora

Dokumenty potwierdzające prawdziwość danych.

### **Potwierdzenie opłaty**

Dokument dla organizatora

Skan przelewu.

# PROCES ZGŁASZANIA 2023

## ETAP I

### ETAP I

#### PRZED WPROWADZENIEM ZGŁOSZENIA NA PLATFORMĘ KONKURSOWĄ

- Przejdź do zakładki **DOKUMENTY DLA ZGŁASZAJĄCYCH** na stronie www Effie.
- Zapoznaj się z **regulaminem konkursu!**
- Zapoznaj się ze **specyfikacją materiałów kreatywnych i dowodowych** oraz **typologią celów**.
- Pobierz wzory dokumentów zgłoszeniowych: formularz, dokument proceduralny, oświadczenia.
- Wypełnij dokument proceduralny oraz odpowiedni wzór formularza (dla kategorii Marketing & Business Solutions, E-Commerce & Shopper Marketing oraz Long Term są inne wzory formularza).

# PROCES ZGŁASZANIA 2023

## ETAP I

### ETAP I c.d.

#### PRZED WPROWADZENIEM ZGŁOSZENIA NA PLATFORMĘ KONKURSOWĄ

**Wzory dokumentów** to nic innego jak **odzwierciedlenie platformy** konkursowej. Proces uzupełniania danych jest czasochłonny oraz często niezbędne jest zaangażowanie kilku działów/agencji (pracujących przy kampanii), aby wprowadzić wszystkie wymagane dane. Dlatego wcześniej wypełnij wzory a następnie rozpocznij wprowadzanie zgłoszenia online.

#### **Uwaga!**

Nie zostawiaj wypełniania zgłoszenia na ostatni moment. Dopiero **po wgraniu treści zgłoszenia** i materiałów kreatywnych na platformie, oraz przesłaniu zgłoszenia, **możesz wydrukować oświadczenia** o prawdziwości danych. Zebranie tego może zająć kilka dni!

# PROCES ZGŁASZANIA 2023

## ETAP II

### ETAP II

#### WPROWADZANIE ZGŁOSZENIA NA PLATFORMĘ KONKURSOWĄ

- **Zarejestruj się / zaloguj na platformie konkursowej.**
  - Postępuj zgodnie z instrukcjami, uzupełniając dane w poszczególnych sekcjach – skopiuj dane ze swojego wzoru formularza. Wgraj materiały dowodowe (wykresy, grafy) w poszczególnych sekcjach.
  - Uzupełnij dokument proceduralny (skopiuj dane ze swojego wzoru dokumentu proceduralnego).
  - Załącz materiały kreatywne (max.10 plików).
  - **Prześlij zgłoszenie.**
  - Wydrukuj z platformy oświadczenia.
  - Załącz podpisane oświadczenia.
- Uwaga!** Oświadczenia do podpisu można pobrać dopiero po przesłaniu zgłoszenia. Nie zostawiaj tego na ostatnią chwilę!
- Załącz potwierdzenie przelewu za zgłoszenie.
  - **Zakończ zgłoszenie.**



PROCES  
ZGŁASZANIA  
2023

MATERIAŁY  
KREATYWNE

## **DOWODY DZIAŁAŃ W KANAŁACH KOMUNIKACYJNYCH I WYKORZYSTANE W KAMPANII**

Dokumentacja materiałów i działań kreatywnych, z którymi realnie zetknął się w kampanii konsument/reprezentant grupy docelowej.

- video online, spot reklamowy, social media
- dokumentacja zorganizowanego eventu
- zdjęcia opakowania lub ekspozycji opakowania na półce sklepowej,
- dokumentacja działań shopperowych,
- materiał opublikowany przez influencera,

itd.

W **montażu video** materiałów kreatywnych **pokaż co najmniej po jednym przykładzie** dla każdego punktu styku.

PROCES  
ZGŁASZANIA  
2023

MATERIAŁY  
KREATYWNE

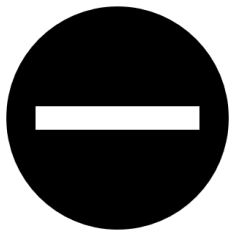
**Ilość załączników:**

- pojedyncze pliki - maksymalnie 10 i/lub
- montaż video prezentujący wszystkie materiały (max. 90 sek. długości, Long Term do 120 sek.) oraz dodatkowo maksymalnie do 9 kreacji pojawiających się w montażu, do których jurorzy powinni mieć dostęp.
- Wszystkie wymienione kanały komunikacji muszą mieć odzwierciedlenie w materiałach kreatywnych!

**Materiały nie mogą:**

- Zawierać komentarza lektora,
- Opowiadać treści z formularza zgłoszeniowego czy zawierać wyników kampanii,
- Zawierać logotypów ani przykładów prac konkurencji.

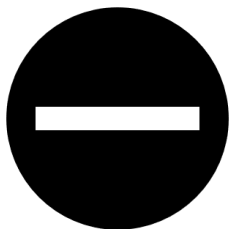
# PROCES ZGŁASZANIA 2023



## **NIE PODAWAJ NAZW I LOGOTYPÓW AGENCJI**

- w treści formularza
- przy wykresach / danych / w źródłach
- w opisie plików kreatywnych i dowodowych
- w materiałach kreatywnych i dowodowych
- w montażu video

**Jury nie może wiedzieć czyje zgłoszenie ocenia!**



## **NIE PODAWAJ ŻADNYCH DANYCH LICZBOWYCH W MATERIAŁACH KREATYWNYCH**

Materiał ma prezentować wyłącznie takie materiały i działania kreatywne, z którymi realnie zetknął się w kampanii konsument/reprezentant grupy docelowej.

# PROCES ZGŁASZANIA 2023



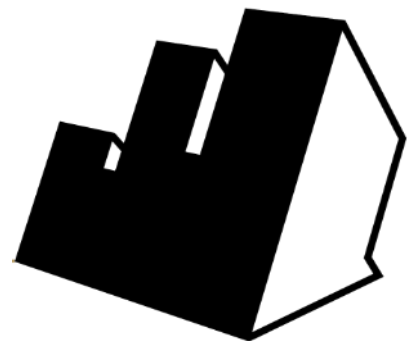
MATERIAŁY DOWODOWE ZAŁĄCZONE DO  
ZGŁOSZENIA MUSZĄ BYĆ CZYTELNE (WYKRESY,  
GRAFY).



DANE ZAWARTE W ZGŁOSZENIU I NA  
WYKRESACH MUSZĄ DOTYCZYĆ OKRESU  
KWALIFIKACYJNEGO.

PROCES  
ZGŁASZANIA

**FORMULARZ**



# FORMULARZ

- Sekcja 1** Wyzwanie, Kontekst i Cele
- Sekcja 2** Grupa Docelowa, Insight, Strategia
- Sekcja 3** Realizacja
- Sekcja 4** Wyniki

## ŹRÓDŁA DANYCH

Wszystkie dane zawarte w zgłoszeniu muszą mieć potwierdzenie. Nie tylko wyniki, ale i dane dla kontekstu rynkowego czy grupy docelowej.

- Instytut Badawczy (jakie badanie, jaka próba, jaka grupa docelowa, kiedy badanie było robione)
- wewnętrzne dane Klienta/Agencji
- dane ogólnodostępne potwierdzone linkiem

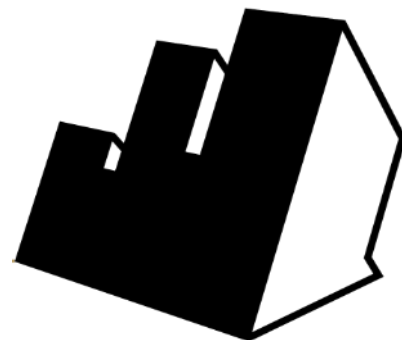
## PAMIĘTAJ!

Oświadczenie Instytutu Badawczego można pobrać dopiero po przesłaniu zgłoszenia!

Nielsen na potwierdzenie danych ma 3 dni robocze.

PROCES  
ZGŁASZANIA

PORÓWNANIE WZORU  
FORMULARZA Z PLATFORMĄ  
ONLINE



## PRZYKŁAD 1 - WZÓR FORMULARZA

INFORMACJE OGÓLNE	
<b>KATEGORIA ZGŁOSZENIA</b> <i>Zapoznaj się z opisami kategorii (<a href="#">link</a>).</i>	<i>Uczestnicy mogą przesłać zgłoszenie (tego samego działania / kampanii) do maksymalnie 3 kategorii, w tym tylko do 1 kategorii branży oraz do nie więcej niż 2 kategorii specjalnych.</i>
<b>NAZWA MARKI</b> <i>Wymień tutaj tylko nazwę marki dla której prowadzone były działania / kampania (nie nazwę firmy macierzystej).</i>	
<b>TYTUŁ ZGŁOSZENIA</b> <i>Podaj tytuł zgłoszenia bez nazwy marki. Tytuł zgłoszenia zostanie użyty w materiałach promocyjnych, jeśli zgłoszenie znajdzie się na liście nominowanych lub nagrodzonych.</i>	<i>Maksymalnie 40 znaków, znaki we wszystkich polach liczone są wraz ze spacjami i znakami przestankowymi.</i>
<b>TYTUŁ ZGŁOSZENIA W JĘZYKU ANGIELSKIM</b> <i>Podaj tytuł zgłoszenia w języku angielskim, bez nazwy marki.</i>	
<b>DATA ROZPOCZĘCIA I ZAKOŃCZENIA DZIAŁAŃ / KAMPANII</b> <i>Podaj daty rozpoczęcia i zakończenia działań / kampanii, nawet jeśli wykraczają one poza okres kwalifikacyjny dla zgłoszeń w konkursie Effie, aby dać jurorom pełny jej ogląd, oraz po średniku podaj okres trwania działań / kampanii podlegający ocenie jury.</i>	<i>DD/MM/RRRR – DD/MM/RRRR; DD/MM/RRRR – DD/MM/RRRR</i> <i>Jeśli działania / kampania jest jeszcze w toku, miejsce na wpisanie daty zakończenia powinno pozostać puste.</i>



# PRZYKŁAD 1 - PLATFORMA KONKURSOWA

1. WYBÓR KATEGORII 2. **FORMULARZ** 3. MATERIAŁY KREATYWNE 4. DOKUMENT PROCEDURALNY 5. PODSUMOWANIE

FAKTURY PROFORMA >

## 1 INFORMACJE OGÓLNE

### NAZWA MARKI

Wymień tutaj tylko nazwę marki dla której prowadzone były działania / kampania (nie nazwę firmy macierzystej).

### TYTUŁ ZGŁOSZENIA

Podaj tytuł zgłoszenia bez nazwy marki. Tytuł zgłoszenia zostanie użyty w materiałach promocyjnych, jeśli zgłoszenie znajdzie się na liście nominowanych lub nagrodzonych.

Maksymalnie 40 znaków, znaki we wszystkich polach liczone są wraz ze spacjami i znakami przestankowymi.

### TYTUŁ ZGŁOSZENIA W JĘZYKU ANGIELSKIM

Podaj tytuł zgłoszenia w języku angielskim, bez nazwy marki.

### DATA ROZPOCZĘCIA I ZAKOŃCZENIA DZIAŁAŃ / KAMPANII

Podaj daty rozpoczęcia i zakończenia działań / kampanii, nawet jeśli wykraczają one poza okres kwalifikacyjny dla zgłoszeń w konkursie Effie, aby dać jurorom pełny jej ogląd oraz po średniku podaj okres trwania działań / kampanii podlegający ocenie jury.

DD/MM/RRRR – DD/MM/RRRR. DD/MM/RRRR – DD/MM/RRRR

## PRZYKŁAD 2 - WZÓR FORMULARZA

### 2A. GRUPA DOCELOWA

Wskaż główną grupę docelową działań marketingowych / komunikacyjnych i uzasadnij ten wybór. Opisz profil tej grupy oraz wytłumacz, dlaczego została tak zdefiniowana w kontekście stojącego przed marką wyzwania.

- Podaj kluczowe powody, dla których grupa została tak zdefiniowana i jakie informacje miały wpływ na ten wybór.
- Opisz grupę przez pryzmat czynników demograficznych, psychologicznych, kulturowych, zwyczajów korzystania z kategorii i marek konkurencyjnych, zachowań w konsumpcji mediów / korzystania z punktów styku itp.
- Wyjaśnij, czy byli to obecni odbiorcy, nowi, czy jedni i drudzy.
- Na jakie postrzeżenie lub zachowania miały wpłynąć działania / kampania?

*Udziel odpowiedzi. Maksymalnie 800 znaków, znaki we wszystkich polach liczone są wraz ze spacjami i znakami przestankowymi. Możesz dodać 3 wykresy / grafy.*

### ŹRÓDŁA DANYCH:

Podaj źródła danych i faktów przedstawionych w tym punkcie formularza zgłoszeniowego. Poniższe pole służy wyłącznie do podania źródeł danych wskazanych w powyższej odpowiedzi. Nie można umieszczać w tym polu żadnych dodatkowych informacji.

**ZALECANY FORMAT:** Użyj przypisów w swoich odpowiedziach powyżej, a poniżej podaj i ponumeruj każde źródło. Zalecamy, aby każde źródło zawierało następujące informacje: źródło danych / badań, typ danych / badań – z podaniem obejmujących je dat.

Nie podawaj nazwy agencji w źródle danych, nawet jeśli była właścicielem i twórcą narzędzia badawczego - wymień ją jako agencję, agencję mediową itp. Jurorzy zachęcają do podawania danych zewnętrznych, jeśli są dostępne. Jeśli cytujesz witrynę, podaj jej nazwę, nazwę artykułu (jeśli dotyczy) i wszelkie inne istotne informacje zawarte w cytacie.

*Podaj źródła danych. Maksymalnie 800 znaków, znaki we wszystkich polach liczone są wraz ze spacjami i znakami przestankowymi.*

## PRZYKŁAD 2 - PLATFORMA KONKURSOWA

### 2A. GRUPA DOCELOWA

Wskaż główną grupę docelową działań marketingowych / komunikacyjnych i uzasadnij ten wybór. Opisz profil tej grupy oraz wytłumacz, dlaczego została tak zdefiniowana w kontekście stojącego przed marką wyzwania.

#### WSKAZÓWKI:

- 1 Podaj kluczowe powody, dla których grupa została tak zdefiniowana i jakie informacje miały wpływ na ten wybór.
- 1 Opisz grupę przez pryzmat czynników demograficznych, psychologicznych, kulturowych, zwyczajów korzystania z kategorii i marek konkurencyjnych, zachowań w konsumpcji mediów / korzystania z punktów styku itp.
- 1 Wyjaśnij, czy byli to obecni odbiorcy, nowi, czy jedni i drudzy.
- 1 Na jakie postrzeżenie lub zachowania miały wpłynąć działania / kampania?

Pozostało znaków: 800

MOŻESZ DODAC 3 WYKRESY / GRAFY.

DODANO 0 Z 3 PLIKÓW

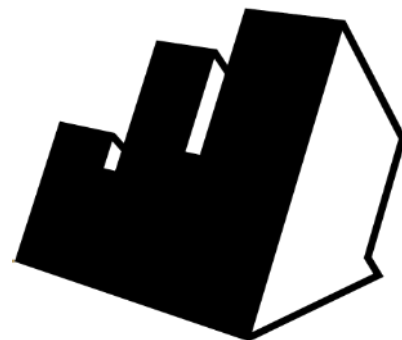
Nie dodano jeszcze załączników

Dodaj załączniki

DODAJ ZAŁĄCZNIK

**ZRÓDŁA DANYCH** (WAŻNE! Podaj źródła danych i faktów przedstawionych ...)

OCENA JURY



## OCENA JURY

Formularz zgłoszeniowy został podzielony na sekcje. Jurorzy, po przeprowadzeniu szczegółowej analizy zgłoszenia oraz zapoznaniu się z materiałami dowodowymi i kreatywnymi, przydzielają punkty w poszczególnych sekcjach.

### **PUNKTOWE KRYTERIA OCENY ZGŁOSZENIA WE WSZYSTKICH KATEGORIACH** (z wyjątkiem Marketing & Business Solutions)

Sekcja 1	Wyzwanie, Kontekst Rynkowy i Cele	23%
Sekcja 2	Grupa Docelowa, Insight, Strategia / Idea	24%
Sekcja 3	Realizacja	23%
Sekcja 4	Wyniki	30%
		ogólnej oceny

## OCENA JURY

Zgłoszenia oceniane są w trzech etapach. Przyznawanie punktów odbywa się w sposób anonimowy i tajny.

**W jednej kategorii mogą zostać przyznane maksymalnie 3 nagrody łącznie - zgodnie z otrzymaną punktacją. I tak np. może się okazać, że w wybranej kategorii zostaną przyznane dwa złota albo żadna nagroda.**

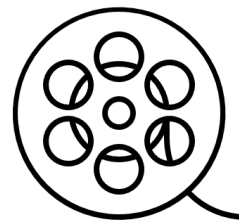
Działania / kampanie nagrodzone Złotym Effie, biorą udział w głosowaniu do Grand Prix. Decyzją jury, Grand Prix może nie zostać przyznane.



## NOMINACJA

Nominacja = przygotowanie **video case study**.  
Materiał publikowany w zbiorach Effie.

Nagroda = prezentacja video case study na Gali.



### **UWAGA**

Na przygotowanie materiału będzie nie więcej niż **dwa tygodnie!**

**WSZYSCY NOMINOWANI OTRZYMUJĄ PO JEDNYM,  
DARMOWYM BILECIE NA GALĘ.**

# STATUETKI

## ZASADY OTRZYMYWANIA STATUETEK

- **Lider 1** oraz **Lider 2** zwycięskiego działania / kampanii otrzymują statuetki **bez dodatkowej opłaty**.
- Klient oraz Współgłaszający mogą zamówić statuetkę za dodatkową opłatą – patrz regulamin konkursu.

### Uwaga!

Pamiętaj aby poprawnie zapisać nazwę agencji / firmy **w dokumencie proceduralnym**. Ta nazwa zostanie umieszczona na statuetce i w komunikacji Effie!

#### NAZWA FIRMY DO KOMUNIKACJI

Uwaga! W przypadku nominacji i nagród, podana nazwa zostanie użyta m.in. w komunikacji, na statuetce, podczas Gali - prosimy o poprawne wpisanie nazwy podmiotu – wielka/miała litera/spacje itd.

Miejsce w dokumencie proceduralnym na platformie konkursowej.



## RANKINGI EFFIE INDEX

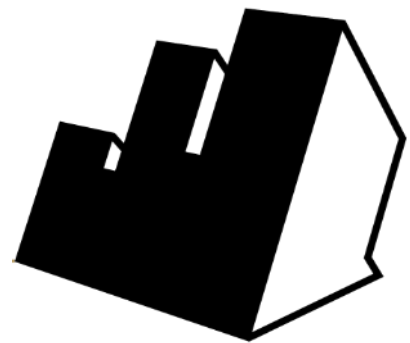
Zwycięzcom i nominowanym zostają przyznane punkty w ramach Rankingu Agencji, Agencji Mediowych oraz Firm.

Rankingi tworzy się w oparciu o następującą punktację:

	Nominacja	Brąz	Srebro	Złoto	Grand Prix
Lider 1 i Lider 2	2	4	6	8	12
Klient	2	4	6	8	12
Współgłaszający	1	2	3	4	6

Punktacja zdobyta w rankingu w Effie Awards Poland ujęta zostaje w punktacji międzynarodowego rankingu **Effie Index** (szczegóły dostępne na [www.effieindex.com](http://www.effieindex.com)).

# WSKAZÓWKI OD EFFIE



- uzupełniony formularz daj do przeczytania osobie, która nie zna kampanii / marki
- sprawdź poprawność opisu wykresów i ich czytelność
- sprawdź błędy ortograficzne
- opisz źródła danych - jakie badanie, jaki zakres czasowy, jaki typ badania, wielkość grupy
- nie dorabiaj celów do zgłoszenia
- zgłoszenie ma odpowiadać kategorii - nie kopiuj treści zgłoszenia - taka sama treść zgłoszenia nie może pasować do trzech kategorii!!!

- używaj prostego, zrozumiałego i konkretnego języka - nie żargonu branżowego
- dobrze opisz i wytłumacz kontekst działań - część jurorów może nie być ekspertem w Twojej branży
- dobrze opisz adaptację działania
- zaznacz czy kampania była przedmiotem postępowania przed Komisją Etyki Reklamy lub innego postępowania sądowego
- każde pole ma ograniczoną ilość znaków - jeżeli kopiujesz tekst z formularza word'owego - sprawdź, czy nie został ucięty na platformie



# cykl #opiniejuroraeffie

sar: **effie**AWARDS

TVN MEDIA

**POWODZENIA!**

**#efektywnośćjestpiękna**