

EFFIE IN PRACTICE cz.2 TAJNIKI FORMULARZA: PYTANIA I ODPOWIEDZI

Zagadnienia z chatu:

Suma wydatków na media płatne i pozamediove netto oznacza kwoty po rabatach czyli faktycznie poniesione (nie kwoty brutto czy cennikowe).

W tegorocznym Effie cel biznesowy oznacza (zmianę w) zachowaniach konsumentów. "Zachęcenie Polaków do częstszej jazdy na rowerach" będzie w tej nomenklaturze celem biznesowym, bo opisuje zachowania (vs np. percepcje). Miarą ew. sukcesu może (nie musi) być zwiększona sprzedaż rowerów (co jest zapewne celem organizacji). Celem biznesowym nie musi być tylko i wyłącznie sprzedaż, choć zapewne sprzedaż b. często będzie miarą.

Insight odblokowuje nam nową możliwość, jak możemy na jakąś grupę wpłynąć.

Pytanie 1:

Co w przypadku, kiedy nie mamy danych, aby wyliczyć SOS (Share of Spend)? Jak podawać SOS w wydatkach digital i np. influencerów? Czy to nie jest konieczne?

Odpowiedź: Firma/Marka/Agencja zna wydatki poniesione na kampanię + powinna mieć choćby orientacyjne pojęcie (z danych z monitoringu, Nielsen/Gemius/Kantar) o wydatkach w kategorii. Podany SOS nie musi być podany z aptekarską precyzją - choćby z powodu niedoskonałości monitoringu (wielu wydatków nie znamy). Ważne dla Jurora będzie uchwycenie, czy SOS był na np. bliższy 70% czy 30% czy 3%. To czy wynosił 25% czy 27% nie ma wielkiego znaczenia.

Pytanie 2:

A co jeżeli nasza kampania była lokalna a konkurencja komunikuje się ogólnopolsko?

Odpowiedź: Wyliczanie udziału dla konkretnych województw było by zdecydowanie zbyt szczegółowe. Możemy powiedzieć że porównujemy się z kampaniami ogólnopolskimi bo tylko takie mamy dane, ale prawdopodobnie w rejonie oddziaływania na naszą kampanie przypadła np. 1/5 siły oddziaływania tej kampanii ogólnopolskiej.

Pytanie 3:

Czy w celach biznesowych można uwzględnić więcej niż 1 wymagany? Aktualnie w informacjach nad celami jest wpisane: „Wymagany jest przynajmniej jeden cel każdego rodzaju, ale jeśli celów było więcej, możesz wskazać ich więcej na każdym poziomie” - przy celach marketingowych i komunikacyjnych jest rzeczywiście miejsce na więcej celów, przy biznesowych jest tylko 1 sekcja (wymagana). Czy możemy sobie sami dorzucić dodatkowe cele biznesowe w formularzu (i czy będzie na to miejsce na platformie)?

Odpowiedź: Cel biznesowy można podać tylko jeden.



Pytanie 4:

Czy w formularzu współgłaszający to klient agencji czy np. Inna agencja?

Odpowiedź: Inna agencja. Klient ma swoją sekcję "Klient".

Pytanie 5:

Co znaczy „źródło zewnętrzne”, w jakich konkretnie przypadkach są potrzebne poświadczenia od Instytutu Badawczego?

Odpowiedź: Wszystkie badania zrobione na zlecenie klienta lub agencji lub kupione powinny być potwierdzone. Badania, raporty ogólnodostępne nie muszą być potwierdzone.

