

Způsob hodnocení

Soutěžní porota je sestavena z předních českých a slovenských odborníků z řad agentur, médií a zadavatelů.

Hodnocení soutěžních prací probíhá ve dvou kolech a zaměřuje se primárně **na kvalitu a inovativnost** mediálního nápadu, jeho realizaci a přínos.

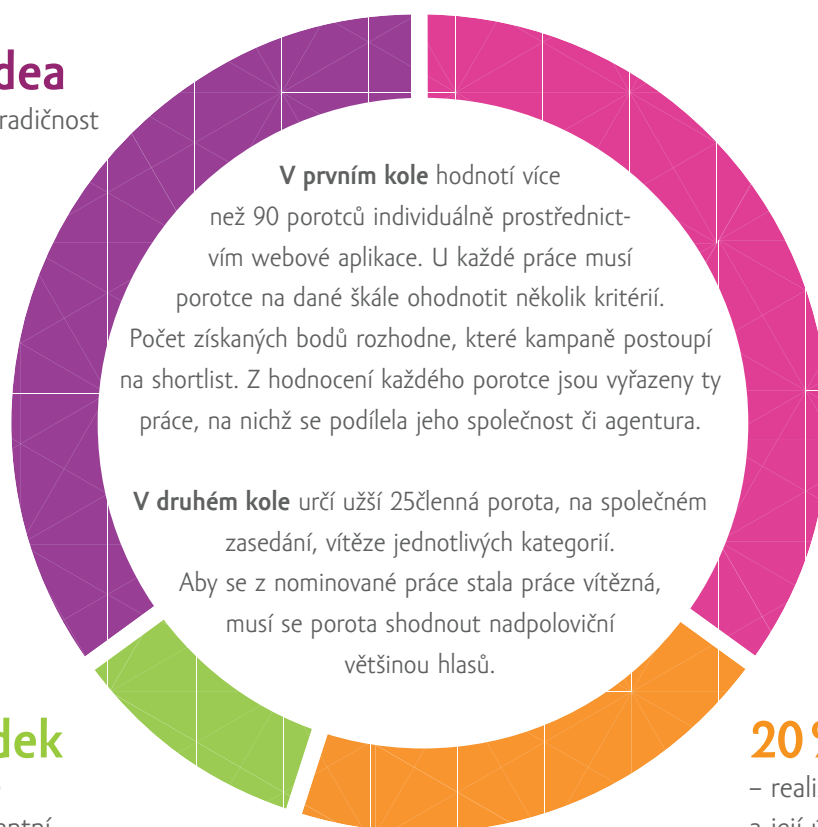
Kriteria hodnocení

35 % big idea

– jedinečnost a netradičnost kampaně

35 % strategie

– prostředky a jejich vhodnost pro dosažení cíle kampaně, optimálnost zvoleného řešení pro doručení komunikačního sdělení, podpora kreativního konceptu kampaně a přiměřenost strategie pro daný produkt/značku



10 % výsledek

– efektivita navržené strategie pro relevantní cílovou skupinu

20 % realizace

– realizace navržené strategie a její úspěšnost v praxi