

Pro snadnější přípravu přihlášky

Offline formulář FLE Media Awards



Identifikační údaje kampaně

 FLEMA

Název kampaně

Zadavatel

Autor kampaně

Autorem kampaně se rozumí ta společnost, která se v největší míře podílela na mediálním plánování a realizaci přihlašované kampaně. Nemusí být totožná s přihlašovatelem do soutěže. Body získané v soutěži se započítávají do ocenění Best Author (v případě více společností uvedených jako Autor, budou mezi ně body rozděleny rovným dílem).

Země realizace kampaně

Můžete označit obě varianty

- Česká republika
- Slovenská republika

Přečtěte si pečlivě kritéria hodnocení soutěžních prací a jejich váhu v [Manuálu přihlašovatele](#)

Soutěžní kategorie

Každá kampaň může soutěžit v neomezeném počtu kategoriích, pro každou kategorii však musí být podána samostatná přihláška. Zvolte tedy prosím pouze **jednu kategorii**.

Kategorie podle cíle

Best Awareness Campaign

Kampaně realizované s cílem zvýšení povědomí o značce, produktu nebo službě. Posuzuje se schopnost vybudovat povědomí v širší cílové skupině co nejefektivnějším způsobem. Dále se může posuzovat vliv na zapamatování značky nebo kampaně.

Best Consideration Campaign

Kampaně realizované s cílem zvýšení zájmu, změny vnímání nebo zvažování nákupu značky, produktu nebo služby v cílových skupinách, které již mají povědomí o značce, produktu nebo službě. Posuzuje se schopnost zvýšit zájem nebo zapojit cílovou skupinu. Dále se může posuzovat vliv na změnu vnímání nebo zvažování nákupu značky, služby nebo produktu.

Best Conversion Campaign

Kampaně realizované s cílem akcí uživatelů. Posuzuje se schopnost doručit akce (kliky, konverze nebo prodeje) značky, produktu nebo služby. Dále se může posuzovat vliv kampaně na dlouhodobé transakční výsledky klienta včetně opětovné konverze, zvýšení hodnoty konverze nebo retence uživatele.

Kategorie podle realizace

Best Spot Campaign

Kampaně realizované v médiích nebo nosičích, kde je primárním formátem audio, video nebo jejich kombinace. Uživatelé v těchto médiích konzumují obsah pasivně (sledují, poslouchají) a jejich interakce je omezená na přepnutí obsahu nebo vypnutí. Může se jednat o TV, rádio, kino, online streaming atd.

Best Non Spot Campaign

Kampaně realizované v médiích nebo nosičích, kde je primárním formát statický. Uživatelé v těchto médiích konzumují obsah aktivně (swipují, scrollují, listují) nebo se kolem nich pohybují (chůze, jízda). Může se jednat o OOH, online, tisk, ambientní média atd.

Podrobné informace o kampani

The logo for FLEMA, consisting of a stylized 'F' icon followed by the word 'FLEMA' in a bold, sans-serif font.

Shrnutí kampaně

Následující informace budou základním vodítkem pro porotce v prvním a druhém kole hodnocení. Měly by jim nabídnout rychlý vhled a dobře zapamatovatelné informace o kampani. Snažte se kampaň popsat tak, jak byste ji představovali někomu, kdo o ní slyší poprvé.

Max. 1200 znaků

Cíl kampaně

Popište cíl, kterého jste kampaní chtěli dosáhnout.

Max. 800 znaků

Strategie kampaně

Zdůvodněte volbu prostředků kampaně, jak jsou vhodné pro dosažení cíle kampaně, volbu řešení pro doručení komunikačního sdělení, podporu kreativního konceptu a přiměřenost strategie pro daný produkt/značku.

Max. 2000 znaků

Realizace kampaně

Popište realizaci navrženého řešení

Max. 800 znaků

Popis kampaně

The logo for FLEMA, consisting of a stylized blue and red symbol followed by the word "FLEMA" in a bold, sans-serif font.

Inovativnost

Popište, v čem byla kampaň jedinečná, netradiční nebo unikátní.

Max. 800 znaků

Odvaha

Popište, v čem spatřujete odvážnost kampaně, jakou cestu jste zvolili i za cenu rizika neúspěchu.

Max. 800 znaků

Ke každé přihlášce je nutno přiřadit **povinnou přílohu v podobě ilustračního obrázku** nebo fotky a dalších 3 doprovodných fotografií. Doporučujeme, abyste si ke své přihlášce připravili krátké, maximálně 90 sekundové video, které shrne brief, provedení a výsledek kampaně. Videoklip zhlédne porota při hodnocení v 1. a 2. kole, dále bude použit k prezentaci vaší kampaně na webu soutěže a při vyhlášení výsledků v případě vítězství.

a) Ilustrační obrázek/fotografie (povinná příloha)

- tisková kvalita, ve formátu JPG, 300 dpi, maximální rozměr A4 a 5 MB

b) Doprovodné obrázky/fotografie (povinné přílohy)

3 povinné obrázky, volitelně až 10

- ve formátu JPG, maximální rozměr jedné fotografie 2 MB

c) Video (doporučená příloha)

Video popisující kampaň musí být nahráno ve dvou velikostech:

- 1. Formát pro velkoformátovou projekci: Mp4 /H.264/, rozlišení 1080p (1920x1080), data rate 4 - 8 Mbit/s., maximální délka 1:30 min. Video nesmí být větší než 125 MB.

- 2. Formát pro on-line projekci: MP4 /H.264/, rozlišení 720p (1280x720), data rate 2 - 4 Mbit/s., maximální délka 1:30 min. Video nesmí být větší než 65 MB.

V případě jakýchkoli nejasností při přípravě přihlášky, nás neváhejte včas kontaktovat na vejdelkova@flemedia.cz nebo telefonicky **+420 777 656 678**.

Přejeme hodně úspěchů.
Tým FLEMA