

Vurderingskriterier

Det er ingen kategoriinndeling og konkurransen er åpen for arbeid som dokumenterer langsiktig merkevarebygging over flere år såvel som arbeid som kan dokumentere høy avkastning på kortsiktige kommunikasjonstiltak.

Arbeidene vil bli vurdert etter følgende 5 vurderingskriterier:

1. KLAR OG TYDELIG CASEBESKRIVELSE

Gir caset et godt og presist bilde av problemstilling og løsning? Er det en rød tråd fra problemstilling, mål og resultater? Er relevant informasjon tatt med?

2. OPPGAVENS VANSKELIGHETSGRAD

Casene vil bli vurdert i forhold til kommunikasjonsoppgavens vanskelighetsgrad. Hvor stor var utfordringen merket/produktet/tjenesten sto ovenfor?

3. LØSNING

Hvor sterk er kommunikasjonsløsningen? I hvilken grad imponerer løsningen strategisk, kreativt eller gjennom kanalvalget*? Bidrar løsningen med ny kunnskap?

4. RESULTATER

Hvilke resultater er skapt gjennom kommunikasjonstiltaket? Hvor effektiv har kommunikasjonsløsningen vært i forhold til investeringen?

5. DOKUMENTASJON

Hvor overbevisende og troverdig er dokumentasjonen i caset? I hvilken grad greier man å sannsynliggjøre en forbindelse mellom kommunikasjonstiltaket og resultat? Hvor vanskelig har det vært å måle effekten av kommunikasjonstiltaket?

**kommunikasjonskanalen kan like gjerne være pakningsdesign eller en app som egne, fortjente eller betalte kanaler.*

Innlevering

PDF på maks 4000 ord. Eventuelle kreative løsninger kan sendes som vedlegg. Maks tre elementer. Innsendelse HER.

Jury

Juryen i denne kategorien er satt sammen av fagpersoner fra akademia, research/analysemiljøer, byrå og kundesiden.