

Fragenkatalog der Einreichung beim MAX-Award 2020

Über die Website www.max-award.de gelangen Sie unter „Teilnahme“ zur Einreichungsplattform. Für jede Einreichung müssen die Fragen online beantwortet und die benötigten Dateien hochgeladen werden. Dieses Dokument dient lediglich Ihrer Vorbereitung. Sie können Ihre Arbeiten ausschließlich online einreichen.

Kategorie & Titel

- **Kategorie**
Bitte wählen Sie hier zuerst die gewünschte Kategorie aus.
- **Titel**
Vergeben Sie einen möglichst prägnanten Titel für Ihre Arbeit/Maßnahme.

Projektdetails

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen und halten Sie sich an die vorgegebene Zeichenanzahl.

- **Projektbeteiligte**
Wird die eingereichte Kampagne auf die Shortlist gesetzt, erhalten die jeweiligen Projektbeteiligten im Anschluss an die MAX-Preisverleihung eine digitale Urkunde über die Platzierung, die per E-Mail vom DDV versendet wird.

(Mit Angabe der Email-Adressen der Projektbeteiligten bestätigen Sie, dass der jeweilige Inhaber der Email-Adresse mit der Weitergabe einverstanden ist.)
- **Auftraggeber**
Geben Sie hier die Kontaktdaten Ihres Auftraggebers ein.
- **Gemeinsame Einreichung**
Geben Sie hier an, wenn es sich um eine gemeinsame Einreichung handelt. Nennen Sie uns auch die Kontaktdaten des/der weiteren Einreicher/s.
- **Beschreibung**
Bitte beantworten Sie die nachfolgenden Fragen mit je max. 1.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen). Diese Angaben werden durch den DDV veröffentlicht (Online-Voting, Website etc.).
 - **Was war die besondere Herausforderung der Kampagne? (Aufgabe)**
Gehen Sie kurz auf die Aufgabenstellung, den Hintergrund und die Zielgruppe ein.
 - **Wie haben Sie die Herausforderung gemeistert? (Dialogstrategie/Idee)**
Erläutern Sie die kreative Idee, das strategische Konzept, das Medien-Konzept etc. der Kampagne.
 - **Warum war die Kampagne erfolgreich? (Ergebnis)**
Geben Sie einen groben Einblick in die Ergebnisse und Messkriterien. Diese Angaben sollten Interessenten, die außerhalb der Jury diese Aktion einsehen, erläutern, zu welchem Ergebnis die Aktion führte und warum sie als erfolgreich gilt.
 - **Warum ist genau diese Arbeit eine der besten 30 Dialogmarketing-Arbeiten?**
Beziehen Sie die gewählte Kategorie mit ein (max. 270 Zeichen inkl. Leerzeichen).
- **Website**
Geben Sie hier eine URL für Audio-, Video- und Internet-Arbeiten an. Es sind bis zu zwei Angaben möglich. Falls Sie mehr Links angeben möchten, geben Sie bitte eine Seite mit Links an, von der aus Ihre Ressourcen dann zu erreichen sind. Wenn Zugangsdaten erforderlich sind, geben Sie diese bitte nach dem Link ein, z.B. www.max-award.de (User: DDV, PW: DDV01).



Ergebnisbewertung

In diesem Formular sind detaillierte Informationen gefragt, nach denen die Jury Ihre Kampagne bewertet. Diese Angaben werden streng vertraulich behandelt, nicht veröffentlicht und nach Ermittlung der Preisträger vernichtet.

Hinweis: Mit Ihrer Einreichung bestätigen Sie, dass die Nennung der Ergebnisse vom Werbung-Treibenden genehmigt wurde und alle Angaben den tatsächlich erzielten Ergebnissen entsprechen.

Bitte beantworten Sie die nachfolgenden Fragen mit je max. 1.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen).

- **Zielgruppe/Auflage**
Bitte geben Sie die Größe der Zielgruppe/Auflage an.
- **Beschreibung der Zielgruppe**
Beschreiben Sie die Zielgruppe möglichst genau.
- **Welche Beziehung besteht zur Zielgruppe?**
Bspw. Kunde, Nicht-Kunde, Ex-Kunde ...
- **Wählen Sie aus: B-to-C oder B-to-B?**
- **Ergebnis-Zeitraum**
In welchem Zeitraum fielen die Werte an, die Sie für die Ergebnis-Bewertung herangezogen haben? (s. auch Teilnahmebedingungen)
- **Ergebnis-Messung**
Geben Sie an, welche Methode der Ergebnis-Erfassung bzw. welche Definition – z.B. Kosten pro Interessent, Kosten pro verkaufte Einheit, Prozent Marktanteil etc. – angewendet wurden.
- **Ergebnis**
Nennen Sie einen Wert/eine Zahl entsprechend der Ergebnis-Messung als Erfolgsmaßstab für die Beurteilung durch die Jury.

Hinweis: Gefragt sind hier dialogrelevante Ergebnisse z.B. CPO, CPI, anteilige Response/-steigerung (nicht: Clickraten, Likes, Anzahl der Fans/Follower etc.).
- **Vergleichs-Angabe**
Warum ist das erreichte Ergebnis ein Erfolg?
Geben Sie bitte der Jury eine Erklärung – Wert/Vergleichszahl/Plan-Soll oder ähnliches – als Anhaltspunkt.



File Upload

– **Abbildung der Kampagne**

Für jede Einreichung ist ein pdf-Dokument (1 Seite quer) mit einer plakativen und aussagekräftigen Abbildung der Kampagne einzureichen. Die Abbildung wird als Keyvisual beim Online Voting, zur Projektion auf der Preisverleihung sowie für die Presse genutzt.

– **Film oder PowerPoint-Präsentation**

Die Einreichung eines selbsterklärenden Films oder einer ppt-Präsentation über die Einzelmaßnahme/Kampagne ist verpflichtend für alle Einreichungen in allen Kategorien. Beachten Sie bitte die Formatangaben in den Teilnahmebedingungen. Der Film bzw. die ppt-Präsentation wird – sollte Ihre Arbeit auf die Shortlist kommen – für das öffentliche Online-Voting genutzt.

– **Werbemittel/Muster**

Digitale Muster können im File Upload hochgeladen werden. Sofern Ihre Einreichung haptische Elemente umfasst, müssen diese innerhalb der angegebenen Einreichungsfrist per Post an die DDV-Geschäftsstelle gesendet werden (s. Teilnahmebedingungen). Reichen Sie eine Arbeit in mehreren Kategorien ein, so ist für jede weitere Arbeit zwingend ein zusätzlicher Satz Muster nötig.
Hinweis: Es gilt das Datum des Poststempels.

Bitte benennen Sie Ihre Dateien entsprechend (bspw., „Dateiname_Film.mov“, „Dateiname_Praesentation.ppt“ etc.).

Beachten Sie die entsprechenden Formatvorgaben in den Teilnahmebedingungen.

Einreichung bestätigen

Bitte überprüfen Sie Ihre Einreichung und schließen Sie die Einreichung durch einen Klick auf den «Einreichen»-Button in der linken oberen Ecke ab. (Sie erhalten im Anschluss eine E-Mail zur Bestätigung Ihrer Einreichung.)

Hinweis: Reichen Sie eine Arbeit in mehreren Kategorien ein, so können Sie über den Button „Copy“ die Arbeit duplizieren und nach Bedarf bearbeiten.