



MAX-Award 2021 | Die Kategorien

Der MAX-Award ist die Instanz im Dialogmarketing. Er wird im 5. Jahr für herausragende Dialogmarketing Kampagnen verliehen. Dafür sind 29 Kategorien ausgeschrieben, für die ab 4. Januar 2021 Arbeiten eingereicht werden können.

Die eingereichten Arbeiten werden zunächst in 3 voneinander unabhängigen Fachjurs angesehen, diskutiert und bewertet. Die Entscheidungs-Jury bestimmt dann die Shortlist. Alle Arbeiten auf der Shortlist werden prämiert. Ob mit Gold, Silber oder Bronze entscheidet das öffentliche Online-Voting im April 2021.

Hinweis:

Sie können Ihre Arbeiten natürlich in mehreren Kategorien einreichen. Die genauen Teilnahmebedingungen finden Sie unter www.max-award.de

MAX-Award 2021 | Die Sonderpreise

Microsoft Sonderpreis:

- **KI im Kundendialog**

Der Sonderpreis KI im Kundendialog zeichnet innovative digitale Lösungen und Anwendungen (wie z.B. Chatbots, programmatische Contentproduktion) aus, die auf Grundlage künstlicher Intelligenz automatisiert zu einer verbesserten Customer Experience und/oder einem effizienteren Handling von Kundendialogen, Kundenansprachen und Markenerlebnissen führt.



Corona Sonderpreis:

- **Kundendialog in Zeiten der Pandemie**

Besonders kreative Dialog-Kampagnen mit aktuellem Bezug zur COVID-19 Pandemie, ihren Auswirkungen oder dadurch eingetretenen Veränderungen.

Hinweis: Dieser Sonderpreis soll Arbeiten aus einer besonderen Zeit besonders würdigen. Alle Maßnahmen, egal welchen Umfangs, Zielgruppen und Medien sind zugelassen. Alle Einreichungen für den Corona-Sonderpreis sind kostenfrei, wenn auch Arbeiten in anderen Kategorien eingereicht werden.

MAX-Award 2021 | Die Fach-Kategorien „Consumer Involvement“

Consumer Involvement:

- **Interessenten-Gewinnung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen zur **Generierung neuer, noch nicht im Datenbestand vorliegender Adressen**, Interessenten, Zielgruppen.
- **Neukunden-Gewinnung & Freundschaftswerbung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen mit dem Ziel, **neue Käuferkreise für Produkte oder Dienstleistungen** zu erschließen.
- **Kundenrückgewinnung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen zur **Wiedergewinnung ehemaliger Bestandskunden** auf Basis vorhandener Daten.
- **Abverkauf, Up- & Cross-Selling**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen mit der klaren Fokussierung auf **Umsatzsteigerung und/oder Kauffrequenz** mit Hilfe klar erkennbarer dialogischer Elemente.
- **Gewinnspiel / Promotion**
Kampagne und/oder Einzelmaßnahmen, die die **Zielgruppe durch einen klaren Fokus auf promotionale Verstärker und/oder Gewinnmöglichkeiten aktivieren** – zum Beispiel zum Kauf, zur Abgabe von Daten oder zu einer anderen Aktivität.
- **Spendengenerierung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen mit dem Ziel, **Menschen zu einer Spende, einer Mitgliedschaft oder einer Stimmabgabe** für das präsentierte Projekt/Problem zu bewegen.
- **Community-Building**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen zum **Aufbau und zur Aktivierung von Unterstützer-Gruppen**, von Fan-Gemeinden und ähnlichem.
- **Personalisierung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die einen **besonderen Umgang mit oder einen außergewöhnlichen Einsatz von Personalisierung** aufweisen.
- **Kleinzielgruppe**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die mit einer **Auflage von weniger als 250 Stück** personalisiert versandt wurden.
- **Stand-alone / One Shot**
Besondere dialogische Einzelmaßnahmen. Das kann z.B. die **Fokussierung auf einen einzigen Touchpoint** oder einen sehr **eng umgrenzten Zeitraum** sein, aber auch eine **inhaltlich isolierte Aussendung** an eine Zielgruppe.
- **Customer Experience/Activation Innovation**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die **Kunden auf innovative Weise aktiviert oder ihnen ein neues innovatives Erlebnis** ermöglicht.

MAX-Award 2021 | Die Fach-Kategorien „Data & Digitalization“

Data & Digitalization:

- **Data-Intelligence**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, deren vorrangiges Ziel die **Gewinnung und/oder Anreicherung von Daten** und spezifischen Erkenntnissen über die Adressaten ist, inklusive der Erteilung von Permissions. Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die einen besonderen Einsatz und/oder eine hervorragende Interpretation von bestehenden Daten demonstrieren. Dazu zählen exzellent erarbeitete und umgesetzte Insights ebenso wie außergewöhnlich exekutierte Segmentierung etc.
- **Automation Intelligence**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die durch die Kombination unterschiedlicher und spezifischer und /oder **hyperpersonalisierter** Inhalte sowie deren **automatisierter, programmatischer Ausspielung on- oder offline** maßgeblich zur betrieblichen Effizienz und Umsatzsteigerung beigetragen haben.
- **Best Efficiency (CPC/ROI)**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen mit einem besonders positiven/effektiven Verhältnis zwischen **Kosten der Kampagne/Maßnahme und erreichten Empfängern** oder eine besonders **hohe Rentabilität des investierten Kapitals** aufweisen.
- **Viraler Dialog**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, deren dialogische Komponente nicht aus der direkten Response an den Absender, sondern in der **Weiterverbreitung/dem Talk-about durch die Adressaten** besteht.
- **Digitaler Dialog**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die einen **besonderen Umgang mit den digitalen Möglichkeiten** aufweisen.
- **Media Innovation**
In dieser Kategorie liegt der Fokus auf der **Neuartigkeit des Mediums/der neuartigen Inszenierung eines Mediums** mit einem klar erkennbaren Fokus auf Dialog.
- **Dialog Innovation**
In dieser Kategorie liegt der **Fokus auf neuen und innovativen Dialogmöglichkeiten zum Absender (oder anderen Usern)** z.B. auch durch die Art der Botschaft/Willensbekundung selbst.
- **Low Budget**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die unter Berücksichtigung **geringster finanzieller Volumina oder pro bono** umgesetzt wurden.

MAX-Award 2021 | Die Fach-Kategorien „Brand Activation“

Brand Activation:

- **Produkt Launch**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen zur **Neueinführung von Produkten/Dienstleistungen** mit Hilfe klar erkennbarer dialogischer Elemente.
- **Markenführung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die neben anderen Zielen oder ausschließlich einen deutlichen **Schwerpunkt in der Inszenierung, Neupositionierung und Erlebbarkeit der Marke** besitzen und dabei klar erkennbare dialogische Elemente aufweisen.
- **Content-Kampagne**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, in denen das **Interesse und Involvement der Zielgruppe durch die Inhalte der Maßnahme gewonnen** wird und nicht durch die Aufbereitung oder Inszenierung.
- **Crossmedia-Kampagne**
Kampagnen, die **parallel in mindestens drei Kommunikationskanälen als Dialogmaßnahme** umgesetzt wurden (z.B. Mailing, Print, TV, Funk, E-Mail, SMS, Social Media, Promotion/Event, POS).
- **Dialogische Massenkommunikation**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die mit einer **Auflage von mehr als 100.000 Stück personalisiert oder teildressiert** versandt wurden und klar erkennbare dialogische Elemente aufweisen.
- **HR & Employer Building**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen, die sich **ausschließlich an bestehende und neue Mitarbeiter** richten (bspw. Loyalitätsbildende Maßnahmen, Schulungen, Incentives sowie Akquisition/Recruiting).
- **B2B**
Dialogische Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen mit dem **ausschließlichen Fokus auf Geschäftsbeziehungen**.
- **Kundenbindung**
Kampagnen und/oder Einzelmaßnahmen zur **Kundenbindung und/oder Steigerung der Kundenzufriedenheit**. Dazu zählen auch Kundenbindungsprogramme und CRM-Lösungen.

Hinweis: Einzig in dieser Kategorie sind Arbeiten zugelassen, die über keinen direkten Responsemechanismus verfügen. Sollten keine "harten" CPO-, CPI-, oder Responsezahlen vorliegen, gelten hier auch "weiche" Ergebnisse wie Marktveränderungen, Mafo-Ergebnisse o.ä.