

GRAND PRIX CONTENT MARKETING

2017

Toelichting en tips

HOE VERGROOT JE DE KANS OP EEN AWARD?

Content marketing is nog steeds de snelst groeiende discipline op marketing-communicatiegebied, en misschien ook wel de meest interessante. Voor de Grand Prix Content Marketing zoeken we de allerbeste voorbeelden in content marketing. Is dat jouw strategie of case? Stuur hem dan in!

De uitreiking vindt dit jaar plaats op donderdagavond 16 november in DeFabrique in Utrecht. Inschrijven kan tot en met **13 september 2017**.

INZENDEN VOOR DE AWARDS

Structureel

De Awards zijn een beloning voor de allerbeste, meest doordachte content marketingstrategie. Voor de bureaus/organisaties/merken/instellingen die structureel en substantieel content marketing inzetten voor het bereiken van marketing-, communicatie- of andere doelstellingen, en daar aantoonbaar dankzij die content marketing strategie in slaagt.

RICHTLIJNEN VOOR INZENDEN

Content in dienst van merk

We zijn op zoek naar cases waarbij de content onderdeel is van een strategie om marketing- en/of communicatiedoelstellingen te behalen.

Hoe past het in strategie?

Zorg dat je duidelijk maakt hoe jouw inzending onderdeel is van een geïntegreerde aanpak op basis van een strategie. We belonen graag fraaie covers, goed gemaakte video's of een mooi filmpje, maar vertel vooral hoe die cover, video, fotografie of publiciteits-aanpak past in de strategie van de organisatie.

Aantal inzendingen?

Oprachtgevers, bureaus, content makers: iedereen kan inzenden. Je mag zoveel cases inzenden als je wilt, in de categorie(ën) die je wilt. Dus als je voor de firma Jansen & Co een mooie content strategie hebt uitgewerkt, en onderdeel van die strategie is een serie uitlegvideo's, dan kun je zowel de gehele case inzenden voor bijvoorbeeld de

categorie Award > 'Beste B-to-C' als het video-deel voor de categorie Deelbekroningen > Beste Videoserie. En je beste video uit de reeks kun je inzenden voor de categorie Deelbekroningen > Beste long form video. In totaal haal je dus uit deze case, in dit voorbeeld, drie inzendingen en stuur je drie verschillende case-inzendingen in. Per inzending wordt dus een apart caseformulier per categorie ingevuld. Je betaalt per inzending, dus in dit geval drie keer. Om je kansen op een nominatie zo groot mogelijk te maken, stem je uiteraard je inzending steeds goed af op de bewuste categorie!

Periode

Je inzending moet betrekking hebben op de periode september 2016 tot september 2017. Ofwel de case moet dusdanig vernieuwd zijn dat dit een nieuwe inzending rechtvaardigt. Maar geef dan expliciet aan welke onderdelen zijn vernieuwd en welk effect dat heeft gehad.

Kort, duidelijk, to-the-point

Houd je inzending kort en overzichtelijk (max. 1000 woorden per vraag). We vragen in wezen slechts drie toelichtingen van je: wat is het doel van de content (-marketingstrategie), welke keuzes zijn gemaakt (welke middelen zijn ingezet) en waarom, en wat is het resultaat. Jij hebt verstand van content en het afstemmen van je boodschap op de doelgroep die je wilt bereiken: stem je verhaal goed af op die juryleden die in korte tijd vele tientallen vergelijkbare cases moeten beoordelen. Kom snel ter zake, wees concreet, zorg voor onderbouwing.

Cijfers

Wees concreet, wees compleet. Als je een e-mailnieuwsbrief noemt, noem dan ook naar welke en hoeveel mensen die verstuurt is. Een blad? Noem oplage/bereik en verspreidingswijze. Et cetera.

Voorbeelden van je werk

Zonder voorbeeld van je werk, kunnen we niks beoordelen. Maar maak het de jury makkelijk. Verwacht niet dat de jury de tijd neemt om twintig aparte pdf's van 5 mb of 20 losse spreads te bekijken. Online voorbeelden? Zorg voor directe linkjes, maak er geen zoektocht van. Heb je veel voorbeelden van verschillende soorten content (video, print, sites, apps, social, instore, events, etc.)? Presenteer het zo handzaam en overzichtelijk mogelijk.

Print, ander fysiek materiaal

Als je fysieke voorbeelden wilt sturen (posters, bladen, kalenders, etc.), vertel dan duidelijk in je inschrijfformulier dat je ook iets per post stuurt. En zorg ervoor dat de organisatie jouw postpakket ook kan koppelen aan jouw inzending.

Je bent niet verplicht om voorbeelden fysiek toe te sturen, maar als het om print gaat helpt het de jury natuurlijk als ze je inzending kunnen zien en voelen.

Vraag jezelf wel goed af of het nodig is van alle print-uitingen een voorbeeld te sturen: we ontvangen graag die fraaie poster die je hebt gemaakt, maar een duidelijke foto waarop te zien is hoe en waar die poster hangt, geeft de jury waarschijnlijk veel meer informatie. En nee, we sturen het materiaal niet terug!

Stuur je voorbeeld van printproducties in tienvoud – zodat wij het kunnen verspreiden onder de juryleden.

Je kunt je voorbeelden sturen naar:

BBP Media

o.v.v. Grand Prix Content Marketing (onder vermelding van categorie)

Beneluxlaan 2C

3446 GR Woerden

Video

We laten de keuze aan jou, maar zouden het leuk vinden als je een filmpje van max. 30 seconden wilt meesturen met je case. De invulling hiervan is vrij, dus wees creatief hoe jij de jury aanvullend wilt overtuigen van jouw case. Zoals gezegd is dit geen verplichting, maar het helpt de jury wel een beter oordeel te vellen. Kwalitatief hoeft het geen hoogstandje te zijn, ook met je smartphone kun je prima iets in elkaar knutselen. Wees creatief!

Effect meten

Metten is weten! Content, hoe goed gemaakt ook, die 'niets doet', is hetzelfde als geen content. Wat heeft de content opgeleverd?

In termen van leads, loyaliteit, sales, retentie, merkpropositie, bekendheid, et cetera. Hoe concreter, des te beter! Als je het effect van je content kunt afzetten tegen doelstellingen of nulmetingen: nog beter! Als je geen harde cijfers hebt, maak dan in woord duidelijk wat het effect is geweest.

Nederlands

Oh ja: de meeste juryleden spreken een woordje over de grens. Maar ze zijn vooral goed in Nederlands. Als je wilt dat jouw inzending goed begrepen wordt, houd alles dan in het Nederlands.

Welke categorie?

Je zendt in voor een bepaalde categorie, kijk goed in welke categorie (voor Awards) of sub-categorie je het meest kansrijk bent. Als je twijfelt kan je contact opnemen met de organisatie. Tijdens het juryproces nog veranderen (op voorspraak van de jury of door de inzender zelf) is niet meer mogelijk.

Vertrouwelijk?

De organisatie kan informatie uit je inzending gebruiken voor eventuele juryrapporten of case beschrijvingen voor bijvoorbeeld de website. Als een deel van je inzending vertrouwelijke informatie bevat, maak dit dan duidelijk!