

Caseformulier Bekroningen 2018

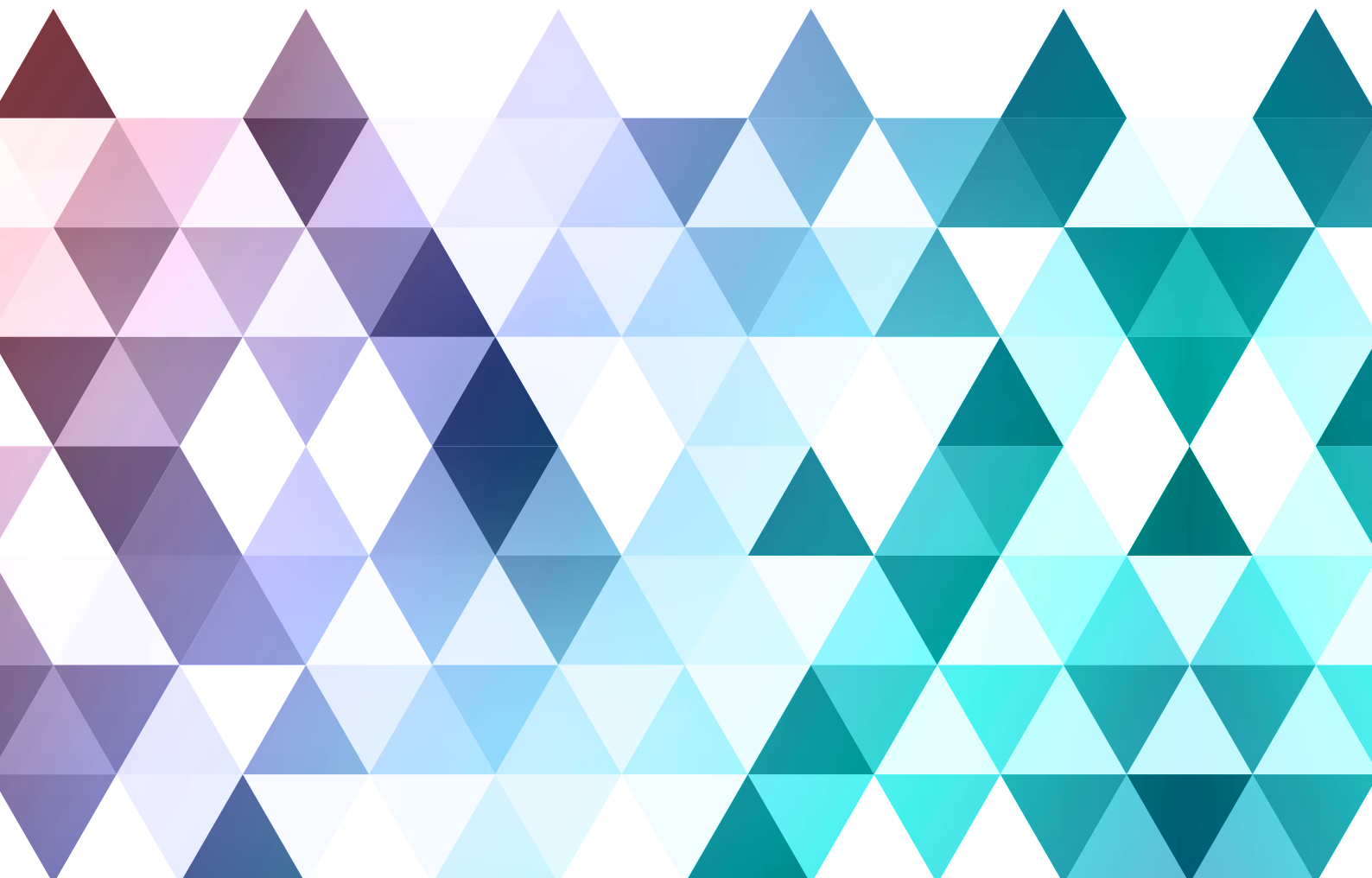
Hartelijk dank voor de aanmelding van je case voor de Grand Prix Content Marketing Awards 2018

Om je inzending compleet te maken verzoeken we je om je case te omschrijven en te onderbouwen op dit caseformulier Bekroningen.

Vul alle velden zo volledig mogelijk in. Alleen volledig ingevulde caseformulieren dingen mee voor een Bekroning.

Bij de Bekroningen ligt de nadruk in de beoordeling op de uitvoering. Inzender moeten echter wel onderbouwen waarom voor het betreffende medium en juist die uitvoering is gekozen.

Elke organisatie mag zich inschrijven. Voor bureaus geldt echter dat inschrijvingen voor de Grand Prix Content Marketing alleen bedoeld zijn voor werk voor externe (niet financieel gelieerde) opdrachtgevers



Caseformulier Bekroningen

Vul alle velden zo volledig mogelijk in. Alleen volledig ingevulde caseformulieren dingen mee naar een Bekroning.

1. ALGEMENE GEGEVENS

1.a Contact gegevens

Voornaam:

Achternaam:

Bedrijfsnaam:

Telefoon:

E-mail:



1.b Algemene case gegevens

Maak uw categoriekeuze en vergeet daarbij niet te vermelden of het B2B of B2C is.

Creatie

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Animatie | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Blogserie | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Content Design | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Contentproductie
'low budget' | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Cover | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Fotografie (als onderdeel
van een contentproductie) | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Infographic | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Magazine | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Nieuwsbrief | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Platform / content hub | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Podcast | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Time-line-visual | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Video (bijv.: short form,
long form video,
uitlegvideo, videoserie) | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Vlog(serie) | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |

Distributie

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Data-driven executie | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Distributiestrategie | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Gerealiseerde conversie | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Inzet 'Influencers' | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Inzet E-mail | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Inzet PR | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Inzet Social (bijv.: FB, Insta,
Linkedin, Snap, Twitter,
Youtube) | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Vernieuwende
distributie-aanpak | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |

Partnerships

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Partnerships | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |
| <input type="checkbox"/> Interne Communicatie
& Employer Branding | <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> B2C |

Naam inzending/case:

Naam content eigenaar (opdrachtgever):

Naam content producent (bureau):

Is de content productie gestart in de periode september 2017 – september 2018?

- Ja
- Nee, eerder...

Wat zijn de aantoonbare verbeteringen die in de periode september 2017 – september 2018 zijn doorgevoerd?

Waarom is deze case een Bekroning waard?



2. CASE GEGEVENS

2.a Briefing

Wat was in de briefing het probleem/opgave met bijbehorende doelstelling voor deze case?

Beschrijf de gekozen strategie om het communicatieprobleem op te lossen en de doelstelling te behalen
(Maximaal 1 000 woorden)

2.b Uitvoer

Onderbouw waarom er specifiek voor dit medium is gekozen.

Geef een toelichting over keuzes in de uitvoer, zodat de jury inzicht krijgt in de afwegingen die gemaakt zijn en hoe de uiteindelijk keuze in creatie, distributie of partnerships tot stand is gekomen. Beschrijf tevens de uitvoer, aangevuld met visuals of documentatie als bijlage (maximaal 1000 woorden)



2.c Effect/resultaat

Beschrijf het directe resultaat van de uitvoer.

Van creatie, distributie of partnership, of hoe dit indirect heeft bijgedragen aan het overall eindresultaat.
(Maximaal 1000 woorden)

3. BIJLAGEN

Voeg minimaal 3 key visuals en overige bijlagen toe om je case te onderbouwen.

Stuur deze via WeTransfer naar m.spanjer@bbp.nl o.v.v. van de casenaam en categorie.

Bijlagen graag uploaden als .png, .gif, .jpg of .jpeg bestand (max 8MB per bestand en minimaal 1200x650 pixels).

Fysieke exemplaren kunnen in tienvoud worden gestuurd naar onderstaand adres.

Graag onder vermelding van de casenaam + categorie.

BBP Media – Grand Prix Content Marketing

[casenaam + categorie]

Beneluxlaan 2c

3446GR WOERDEN

Nederland

** Onderzoeksrapporten worden niet meegenomen in de beoordeling.*

Key visuals zijn het visitekaartje van de case en kunnen eventueel worden ingezet voor de website van de Grand Prix en MarketingTribune.

Bij de Bekroningen ligt de nadruk in de beoordeling op de uitvoering. Inzender moet echter wel onderbouwen waarom juist voor het betreffende medium, die uitvoering, deze distributie aanpak en/of deze partnership is gekozen.

