

Caseformulier Awards

Pagina 1

Caseformulier Awards 2026

De Awards zijn een erkenning van de vakjury's voor strategische en geïntegreerde contentmarketing-strategieën. Binnen elk van de zeven Award-categorieën kent de vakjury drie Awards toe: Goud, Zilver en Brons.

Aandachtspunten

De cases moeten tussen september 2025 en september 2026 zijn bedacht en/of uitgevoerd. Dit betekent dat ook langer lopende campagnes kunnen worden ingezonden, mits de uitvoering (deels) in bovengenoemde periode plaatsvond.

Een case kan in slechts één van de zeven Award-categorieën worden ingediend.

Het beeld van de campagne is belangrijker dan de uitgeschreven tekst

Je moet een showcase video van 15 seconden aanleveren (zonder geluid)

Elke organisatie mag zich inschrijven. Voor bureaus geldt dat inschrijvingen voor de Grand Prix Content Marketing alleen bedoeld zijn voor werk voor externe opdrachtgevers.

Kerncriteria beoordeling jury

De jury let bij de beoordeling van de cases vooral op de volgende onderdelen:

1. het doel van de case: wat was de briefing, wat waren de bedrijfs- en het communicatiedoelstellingen, wat wilde de opdrachtgever bereiken?
2. de uitvoering van de case: wat is de gekozen strategie, waarom is voor deze strategie gekozen, en op basis van welke inzichten? Welke middelen zijn daarbij ingezet (incl. verantwoording) en hoe is de case uitgewerkt, welk budget is hiervoor ingezet?
3. het bereikte resultaat: wat was het effect van de case (incl. onderbouwing en kwantificering) en hoe verhouden deze resultaten zich ten opzichte van de doelstellingen en het budget?

Specifieke aandachtspunten die de juryleden bij deze kerncriteria voor ogen houden zijn consistentie, het gebruik van publieksinzichten (research), creativiteit en vernieuwing.

De casebeschrijving moet helder laten zien hoe juist door de inzet van content de marketingcommunicatiedoelstellingen zijn bereikt en hoe dit samenhangt met andere marketingcommunicatie-aanpakken.

Algemene case-gegevens

Bedrijfsnaam opdrachtgever *

Naam bureau

Alleen als bedrijf niet zelf inschrijft met bedrijfsnaam in bovenstaande veld.

E-mailadres ter verificatie *

Dit moet het e-mailadres zijn van de persoon die de inschrijving heeft gedaan



Next

Uitgebreide case beschrijving en voorbeelden

Let op: geef waar nodig aan welke info in geval van nominatie of prijs niet gepubliceerd mag worden!

Doel en strategie *

Beschrijf de gekozen strategie om het communicatieprobleem op te lossen en de doelstelling te behalen. Maak hierbij, voor zover mogelijk, onderscheid tussen bedrijfs- en marketingcommunicatiedoelstellingen. (Maximaal 300 woorden.)

0 / 300

Uitvoering *

Beschrijf de gekozen aanpak en middelen zijn ingezet en de redenen voor deze keuze. Hoe is deze keuze gekoppeld aan de publieksinzichten? Wat is de rol van creativiteit en vernieuwing of de methodologie? Hoe heeft juist de inzet van content bijgedragen aan dat doel en hoe hangt dit samen met andere marketingcommunicatie-aanpakken? (Maximaal 300 woorden.)

0 / 350

Effect/resultaat *

Wat was het effect van de strategie en uitvoering? Onderbouw en kwantificeer de resultaten en beschrijf hoe de resultaten zich verhouden tot de bedrijfs- en/of marketingcommunicatiedoelstellingen en tot het ingezette budget. Deze onderbouwing en kwantificering helpt de jury de cases onderling te vergelijken en beoordelen. (Maximaal 300 woorden.)

0 / 300

Budgettering en verdeling

Totale budgetindicatie *

Om successen van cases te vergelijken is een indicatie van beschikbaar budget een belangrijke factor. Om vertrouwelijke informatie te beschermen hanteren we budgetcategorieën:

- ☐ < 50K op jaarbasis
- ☐ 50k-150K op jaarbasis
- ☐ > 150K op jaarbasis
- ☐ Wij hebben geen inzicht in het totale budget
- ☐ Wij mogen geen indicatie vrij geven

Verdeling budget *

Hoe is het gehele budget verdeeld over de 3 onderdelen: (a) strategie/concept/project, (b) contentcreatie, (c) contentdistributie/promotie

0 / 100

Previous

Next

De case in een notendop

Met onderstaande korte teksten maak je je snelle openingspitch voor de jury. Ruimte voor de uitgebreide beschrijving volgt verderop in dit formulier.

Doel *

Beschrijf de essentie van het doel van de case (maximaal 65 woorden). De tekst in deze velden is ook de basis voor de vermeldingstekst bij de publicatie als je case genomineerd wordt en de Award-uitreiking.

0 / 65

Aanpak & Resultaat *

Beschrijf de essentie van de gekozen aanpak en het resultaat van de case (maximaal 65 woorden).

0 / 65



Previous

Next

Bijlagen/casemateriaal

Je kunt verschillende bijlagen toevoegen om jouw case te onderbouwen. Voeg minimaal 1 'key visual' en maximaal 10 overige bijlagen toe.

De bijlagen kunnen worden ingezet voor de website, de winnaars-special en de Awards-uitreiking. Onderzoeksrapporten worden niet meegenomen in de beoordeling.

Let er goed op dat je de documenten opslaat als je ze hebt geupload.

Key Visual *

De key visual is het visitekaartje van de case en kan worden ingezet voor de website, de winnaars-special en de uitreiking van de Awards. (Maximaal 1 afbeelding.) LET OP: NADAT JE DE JUISTE AFBEELDING HEBT GESELECTEERD MOET JE NOG EEN KEER UPLOAD KLIKKEN, ANDERS WORDT DE AFBEELDING NIET OPGESLAGEN.

		Search
---	--	--------

Drop files here

Afbeeldingen

Mogelijk formats zijn .jpg, .png of .gif LET OP: NADAT JE DE JUISTE AFBEELDING HEBT GESELECTEERD MOET JE NOG EEN KEER UPLOAD KLIKKEN, ANDERS WORDT DE AFBEELDING NIET OPGESLAGEN.

		Search
---	--	--------

Drop files here

Documenten

Mogelijke formats zijn PDF, Powerpoint, Word of Excel. LET OP: NADAT JE HET JUISTE DOCUMENT HEBT GESELECTEERD MOET JE NOG EEN KEER UPLOAD KLIKKEN, ANDERS WORDT HET DOCUMENT NIET OPGESLAGEN.

		Search
---	--	--------

Drop files here

Audio

Mogelijke formats zijn mp3, wav. LET OP: NADAT JE HET JUISTE BESTAND HEBT GESELECTEERD MOET JE NOG EEN KEER UPLOAD KLIKKEN, ANDERS WORDT HET BESTAND NIET OPGESLAGEN.

		Search
---	--	--------

Drop files here

Wil je meer bestanden aanleveren of lukt het uploaden niet. Stuur dan een mail naar events@bbp.nl.

Previous