

Mixx Hrvatska 2017

MIXX natjecanje izrađeno je po međunarodnoj licenci IAB-a, a u sklopu njega se dodjeljuju nagrade najboljim digitalnim kampanjama i digitalnim alatima/platformama u području tržišnih komunikacija.

Kriteriji ocjenjivanja uključuju kreativnost, strategiju, izvedbu i korištenje medija te postignute rezultate. Svi kriteriji su podjednako važni za donošenje konačne ocjene i izbor pobjednika.

Žiri se sastoji od profesionalaca iz svih segmenata digitalne industrije – strategije, kreative, produkcije i zakupa medija. Žirijem ove godine predsjedava Domagoj Davidović iz agencije Švicarska, a ostali članovi žirija su Boris Vukić (404), Boris Zatezalo (Degordian), Ena Lukić (McCann), Stipe Grubišić (OMG), Andrea Fazlić (drap), Eva Mladiček (iZone), Sanja Đekić (Mediacom), Ivana Božanić (web.burza)

Uvjeti

- Moguće je prijaviti radove koji su izvedeni u razdoblju od 01. siječnja 2016. do 5. ožujka 2017. Ukoliko je rad realiziran ranije, prijava je moguća pod uvjetom da je kampanja trajala i u navedenom periodu te da rad nije bio prijavljen na neko od ranijih MIXX natjecanja.
- Prijavitelji radova su agencije
- Prijavljeni radovi moraju biti namijenjeni hrvatskom tržištu
- Prijavljeni radovi ne mogu biti adaptacije inozemnih kampanja, osim ukoliko na njima nije napravljena značajna nadogradnja za potrebe lokalnog tržišta

Rokovi

Rok za prijavu radova je **5. ožujak 2017.**

Pobjednici natjecanja MIXX Hrvatska bit će objavljeni u travnju 2017. na Danima komunikacija.

Nagrade

U svakoj kategoriji se dodjeljuje po jedna nagrada. Radovi koji su prijavljeni u više kategorija mogu osvojiti nagradu samo u jednoj kategoriji i to onoj u kojoj su ostvarili najveću ocjenu, a iz ostalih kategorija se brišu.

Za osvojene nagrade, prijaviteljima se uručuje MIXX statua. Na njoj se nalazi ime rada, ime klijenta i ime agencije. Nije moguće imati više od jednog imena klijenta ili agencije na jednoj statui. Svi pobjednički radovi će dobiti po jednu statuu, a u slučaju više prijavitelja istog rada, naknadno je moguće naručiti dodatnu statuu po cijeni od 600kn + PDV.

Svi finalisti dobivaju certifikat, a imaju mogućnost naručiti statuu po cijeni 300 kn + PDV. Statua izgleda isto kao pobjednička, samo je manjih dimenzija uz natpis finalist.

Organizator, uz suglasnost žirija, zadržava pravo izmjene pravila natjecanja.

Kategorije

Kampanje

A. Brand Awareness Campaign

Kampanje koje za svoj osnovni cilj imaju podizanje svijesti o brandu i njegovim vrijednostima. Prijavom u ovu kategoriju, prijavitelj potvrđuje da je u izvedbi kampanje minimalno 20% ukupnog budžeta (produkcijskog i medijskog) utrošeno na digitalne kanale.

B. Direct Response and Lead Generation Campaign

Kampanje koje za svoj osnovni cilj imaju sljedivu aktivnost korisnika ili generiranja baze kupaca u digitalnim kanalima ili kombinaciji digitalnih (online) i ostalih (offline) kanala.

C. Cross-Media Integration Campaign

Kampanje koje bez obzira na cilj, uspješno kombiniraju online i offline medije u neodvojivu cjelinu kako bi se ostvario zadani cilj. Vrednuju se kampanje koje u samoj svojoj ideji i provedbi u međuovisnost dovode online i offline segmente kampanje.

Alati/Platforme

D. Best Media Strategy

Medijska strategija čija izvedba je omogućila izniman uspjeh u ostvarivanju ciljeva kampanje. Vrednuju se originalne strategije, inovativni formati i posebne opcije medijskih zakupa.

E. Best Branded Content

Kampanje u kojima je kreiran originalan, zabavan ili informativan sadržaj i povezan je s osnovnim atributima branda, a plasiran kroz digitalne kanale.

F. Best Website

Cjeloviti websiteovi ili web aplikacije koje podrazumijevaju korporativne i kampanjske stranice, mikro stranice ili landing page.

G. Best Mobile (Phone/Tablet)

Mobilne aplikacije bez obzira na platformu. Ne uključuje mobilne websiteove.

H. Best Social

Aplikacije, stranice, profili i oglasne kampanje na društvenim mrežama i instant messaging servisima.

I. Best Tech & Innovation

Digitalni projekti u kojima je tehnologija upotrjebljena na inovativan način za promociju proizvoda/usluge te projekti koji koriste najnovije dostupne tehnologije.

Best-in-Show

Nagrada koja se dodjeljuje prvoplasiranom radu s najvišim prosjekom ocjena iz svih kategorija cjelovitih kampanja – **Brand Awareness, Direct Response and Lead Generation** i **Cross-Media Integration**. Dobitnik Best-in-Show nagrade ne osvaja nagradu u kategoriji u kojoj je konkurirao, već se ona dodjeljuje prvom sljedećem najbolje ocijenjenom radu u toj kategoriji i briše se iz svih drugih kategorija u kojima je prijavljen.

Prijava radova

Svaka agencija može prijaviti više radova u više kategorija.

Ukoliko je u realizaciji rada sudjelovalo više agencija, prijavitelj treba biti agencija koja je obavila najveći dio izvedbe, uz jasnu naznaku ostalih agencija koje su sudjelovale.

Prijave moraju sadržavati tekstualni opis projekta (maksimalno 1.200 znakova s razmacima) koji definira poslovni izazov, ilustrira učinkovitost rada i ulogu kreative. U opisu je potrebno objasniti poslovno okruženje, ciljeve kampanje, demonstrirati uspješnost, rezultate i ulogu kreative, na jasan i koncizan način.

Radovi se ocjenjuju prema 4 komponente tako da svaka prijava mora sadržavati precizno objašnjenje istih na sljedeći način:

1) Strategija

Objasnite poslovni i marketinški izazov, definirajte ciljnu skupinu i opišite kreativnu i medijsku strategiju. Potrebno je nedvosmisleno navesti cilj ili više ciljeva za koje se strategija razvija. Dobar opis strategije podrazumijeva jasno objašnjenje odabira strategije u odnosu na zadane ciljeve. Koristite brojke koje jasno pozicioniraju promovirano i koje ste koristili za evaluaciju rada.

2) Izvedba

Za kampanje: Opišite raspodjelu budžeta po kanalima koje ste koristili i naglasite sve jedinstvene i interesantne komponente u kampanji. Objasnite odnos odabira tehnologije, kanala, medija i taktika unutar odabrane strategije.

Za alate/platforme: Opišite tehnologije i standarde koje ste koristili u tehnološkom rješenju, pristup i metode kojim ste pozitivno utjecali na korisničko iskustvo, i ostale komponente vezane za izvedbu a kojima ste osigurali kvalitetu projekta.

3) Kreativa

Objasnite kreativno rješenje i kreativni uvid (insight) te kako ste do njega došli, zašto je važan za odabrane kanale, ciljnu skupinu ili brand.

Dostavite ključna kreativna rješenja, u obliku linka na kojemu će one biti dostupne tijekom čitavog vremena prijave i žiriranja. Ako linkovi ne funkcioniraju ili se na neki drugi način ne omogući kvalitetan uvid u producirane materijale, moguća je diskvalifikacija rada.

4) Rezultati

Objasnite kako ste definirali uspjeh obavljenog posla. Koliko ste uspješno ispunili postavljene ciljeve? Kakvi poslovni rezultati su ostvareni za klijenta? Nemojte zaboraviti na brojke koje ovo mogu potvrditi.

Svaka od ove četiri komponente donosi 25% ukupne ocjene.

Natjecateljima je obavezno da uz prijavu predaju link (Youtube ili Vimeo, s omogućenom opcijom downloada) do **video sažetaka** (trajanje do 3 min). Agencija mora imati sva autorska prava za korištenje svih elemenata u videu.

Tekstualni opis rada (do 1.200 znakova s razmacima) obavezan je uz video, a potrebno je da sadrži glavne elemente prikazane u videu (npr. navedene rezultate) i po potrebi dodatna objašnjenja bitna za razumijevanje kampanje.

Kod prijave rada prijavitelj mora imenovati kontakt osobu koja će biti dostupna putem telefona na dan žiriranja, u svrhu pojašnjenja potencijalnih nedoumica koje žiri može imati.

Primjeri prijava

Primjeri prošlogodišnjih radova koji su pobijedili na natjecanju dostupni su za pregled na stranicama www.danikomunikacija.com

Cijena prijave radova

- Redovna cijena prijave: **999,00 kn + PDV**
- Cijena prijave za članove HURA-e i IAB-a: **799,00 kn + PDV**
- Ukoliko se **isti rad prijavljuje u nekoliko kategorija**, za svaku kategoriju je potrebno je izvršiti zasebnu uplatu prema cjeniku

Žiriranje

Žiriranje se obavlja u 2 faze. Svaka faza je nadgledana od strane organizacijskog odbora natjecanja.

Faza 1

Organizator pregledava sve prijave, utvrđuje njihovu potpunost i ispravnost kategorija u kojima su prijavljene te tako priprema uvjete za prvu selekciju.

Faza 2

Neovisni žiri, koji se sastoji od profesionalaca iz segmenta interaktivnog marketinga – medijskih i kreativnih agencija, ocjenjivanjem radova odlučuje o pobjednicima u svim kategorijama.

Radovi se ocjenjuju po sljedećim komponentama:

- A. Strategija**
- B. Izvedba i korištenje medija**
- C. Kreativa**
- D. Rezultati**

Bodovanje

- Svaki član žirija ocjenjuje svaku komponentu ocjenama od 1 do 5
- Prosjek ocjena svih komponenti čini ukupnu ocjenu prijavljenog rada tog člana žirija
- Najviša i najniža dobivena ocjena članova žirija svakog rada se zanemaruju, a prosjek ocjena preostalih članova žirija čini ukupnu ocjenu

Najbolje plasirani rad u pojedinoj kategoriji mora imati minimalnu prosječnu ocjenu od 3,25. U suprotnom se nagrada za tu kategoriju ne dodjeljuje.

Ukoliko više sudionika prijavi isti rad u istoj kategoriji, ocjenjivati će se samo ona prijava koja prema mišljenju organizatora ima potpuniju dokumentaciju.

Izbor članova žirija

Žiri MIXX natjecanja sastoji se od maksimalno 8 članova i predsjednika žirija.

Agencije koje su sudjelovale na prethodnim MIXX natjecanjima ima pravo na nominaciju 2 kandidata za žiri (jednog seniora iz agencije i jednog juniora iz agencije).

Predložene nominacije potvrđuje MIXX organizacijski odbor + predsjednik žirija.

Izbor predsjednika žirija

Predsjednika žirija odabire MIXX organizacijski odbor.

Organizacijski odbor MIXX-a

Sastavljen je od prošlogodišnjih predsjednika žirija MIXX-a

Naknadna diskvalifikacija

Ukoliko se nakon dodjele nagrada ustanovi da je neki od nagrađenih radova plagijat. Rad s dokazima ponovo se predočava članovima žirija, ukoliko oni utvrde da je rad plagijat, rad s dokazima ide na finalno vijećanje organizacijskom odboru. Ukoliko i organizacijski odbor utvrdi da je rad o plagijatu, radu se formalno oduzima nagrada (briše se sa popisa nagrađenih radova). Nagradu u tom slučaju preuzima sljedeći rad po ocjenama u toj kategoriji.

Nagrada se u tom slučaju dodjeljuje sljedećem najbolje plasiranom radu u kategoriji.