

# ESPRIX

## VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

**LET OP:  
DIT IS NIET HET OFFICIËLE INSCHRIJFFORMULIER!  
DIT VOORBEELDFORMULIER DIEN TER VOORBEREIDING  
VAN UW OFFICIËLE ONLINE INSCHRIJVING.**

**[www.esprix.nl](http://www.esprix.nl)**

---

**ESPRIX**

VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

## INLEIDING

---

De Esprix is de jaarlijkse award voor creatieve ideeën die jaloersmakende goed werken. Alleen bij de Esprix kiezen merkenbouwers, strategen, producers, creatieven en ondernemers samen het beste werk van Nederland. Inzendingen voor de Esprix worden beoordeeld op de combinatie van creativiteit en resultaat, die allebei even zwaar meetellen.

In principe bekroont de Esprix het beste werk uit het afgelopen kalenderjaar. De nadruk ligt dan ook op resultaten in het laatste jaar.

Uitzondering is de Long Term Esprix, bedoeld voor campagnes waarvan het creatieve idee over een periode van meer dan 1 jaar jaloersmakend effectief is. Voorwaarde is dat de campagne in het afgelopen jaar wel is ingezet en niet eerder als gehele campagne bekroond is.

## ALGEMENE OPMERKINGEN

---

**Dit voorbeeldformulier dient ter voorbereiding van het invullen van het officiële inschrijfformulier op [esprix.nl](https://esprix.nl).**

**Het online inschrijfformulier bestaat uit drie delen:**

- **Deel een – INSCHRIJFFORMULIER**
- **Deel twee – CREDITS**
- **Deel drie – CREATIEF MATERIAAL**

Wij accepteren alleen online inzendingen.

**Voordat** u een inzending verstuurt, controleer of:

- Alle informatie juist ingevoerd is.
- Alle credits juist ingevoerd zijn.
- De opdrachtgever en het bureau de inschrijving hebben goedgekeurd.
- Al het creatieve materiaal is toegevoegd.

Esprix hanteert drie verschillende tarieven voor het inzenden.

- De kosten voor het inschrijven van één campagne in één categorie met early bird korting bedragen € 450,- exclusief btw. De campagne dient in dit geval **uiterlijk 8 januari 2025, 17.00 uur** definitief te zijn ingezonden.
- De kosten voor het inschrijven van één campagne in één categorie voor het reguliere tarief bedragen € 595,- exclusief btw. De campagne dient in dit geval **uiterlijk 20 januari 2025, 17.00 uur** definitief te zijn ingezonden.
- De kosten voor het inschrijven van één campagne in één categorie met uitstel bedragen € 750,- exclusief btw. De campagne dient in dit geval **uiterlijk 13 februari 2025, 17.00 uur** definitief te zijn ingezonden.

Voor vragen kunt u contact opnemen met de Esprix-organisatie:

[info@esprix.nl](mailto:info@esprix.nl)  
06 42 111 501

---

# ESPRIX

VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

## Algemeen

Vul de campagnenaam in:

.....  
.....

Opdrachtgever (welk bedrijf, welk merk, welke product/dienst):

.....

Het Esprit Reglement is van toepassing op alle inzendingen voor de Esprit 2025.

- Ik verklaar kennis te hebben genomen van het Esprit Reglement en ga met dit reglement akkoord.

Het is mogelijk om een case in meerdere categorieën in te sturen. Geef in dat geval duidelijk aan waarom u denkt dat deze inzending een Esprit verdient in de specifieke categorie waarvoor u hem instuurt.

De case zend ik voor de volgende categorie in:

- Fast Moving
- Media, Entertainment & Communications
- Consumer services
- Business to Consumer
- Sales promotions & Activations
- Retail, Etail & Ecommerce
- Durables
- Business for Good
- Charity & Not for profit
- Business to business & Employer branding
- Smart budget
- Long term

De campagne heeft gelopen van <dd/mm/yyyy> tot <dd/mm/yyyy>.

## **Korte samenvatting inzending**

Geef een korte samenvatting van de inzending in maximaal 200 woorden. Deze samenvatting kan worden gebruikt voor (online) publicatie(s) en/of voor de pers.

## **Product of dienst**

Geef kort aan om welk merk het gaat en over welk product of dienst. (max. 150 woorden)

## **Aanleiding**

Wat was de reden om deze campagne te ontwikkelen, welk probleem moest worden aangepakt? (max. 300 woorden)

**ESPRIX**

VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

## Doelstellingen

Geef eerst het aantal doelgroepen aan. Gebruik alleen meerdere doelgroepen als er duidelijk andere doelstellingen per doelgroep zijn geweest.

.....

Omschrijf zo concreet mogelijk de doelgroep(en).  
Geef per doelgroep de doelstelling(en) aan. Maak ze zo concreet en kwantitatief mogelijk. Denk hierbij zowel aan communicatiedoelstellingen als aan de uiteindelijke doelstellingen (bv. commercieel of gedragsmatig).

Doelgroep 1

Doelstelling(en)

Doelgroep 2

Doelstelling(en)

## **Idee (inzicht & strategie)**

Welke inzichten (consumer insights) hebben geleid tot welke richtinggevende keuzes? Wat is de rationale achter het idee? (max. 200 woorden)

## **Executie (uitvoering idee)**

Hoe is het idee uitgevoerd? Hebben er bijzondere samenwerkingen plaatsgevonden? (max. 300 woorden)

## **Onderscheidendheid**

Wat maakt het idee onderscheidend? Wat heeft het teweeg gebracht?  
(max. 200 woorden)

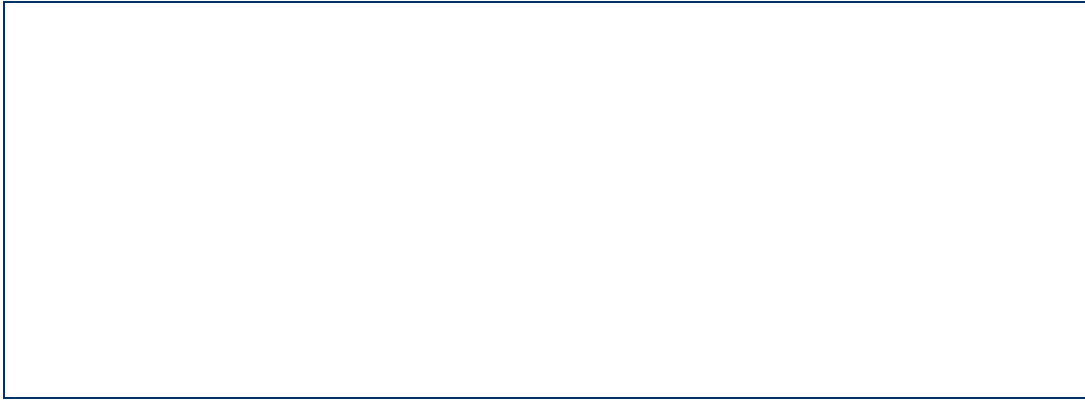
## **Resultaten**

Wat heeft de campagne bereikt? Let op: Zet ieder resultaat overzichtelijk tegenover een hierboven genoemde doelstelling.

Maak zoveel mogelijk duidelijk hoe de (marketing)communicatieresultaten aantoonbaar hebben geleid tot de uiteindelijke (commerciële of gedragsmatige) doelstellingen.

Wees zo concreet als mogelijk en breng relevant cijfermateriaal in. Gebruik alleen indexcijfers als het echt niet anders kan.

Zijn er in de campagneperiode nog andere eigen campagnes of acties of bijzondere externe factoren geweest die van invloed kunnen zijn geweest op de resultaten?



## Budget

Hoeveel geld is geïnvesteerd in het bedenken, maken en uitvoeren van de campagne?  
(Let op: geef het totale budget op inclusief bureau-uren en exclusief BTW).

.....

Alleen voor de categorie Smart Budget: Hoeveel bureau-uren zijn geïnvesteerd in het bedenken, maken en uitvoeren van de campagne?

.....

Wat was de verdeling van het budget (in %) over de ontwikkeling van de campagne (strategie+creatie+productie) en over de verschillende ingezette middelen & media?

NB neem hierbij (indien van toepassing) ook het budget besteed aan influencers en andere externe contentmakers mee (exposure+productie).

### Ingezette middelen & media:

.....	.....%
.....	.....%
.....	.....%
.....	.....%
.....	.....%
.....	.....%
	-----
	100%



Eventuele toelichting budget (max. 100 woorden)

**Waar zijn jullie het meest trots op**

(max. 50 woorden)

**Waarom zou deze inzending juist in deze categorie een Esprix moeten verdienen?**

Geef in maximaal 100 woorden aan waarom deze case in deze categorie in aanmerking zou moeten komen voor een award. Oftewel waarom is deze case jaloersmakend op het gebied van creativiteit en behaalde resultaten.

**Is (een deel van) deze campagne ontwikkeld buiten Nederland?**

**Ja/nee**

Zo ja, geef hieronder toelichting over welk deel van de campagne en beargumenteer waarom dit niet van invloed is op de creativiteit van de ingezonden campagne. (max 200 woorden)

**Is er een klacht over deze campagne ingediend bij de Reclame Code Commissie of een andere instantie?**

**Ja/nee**

Zo ja, geef hieronder toelichting over de uitslag of de huidige status van de klacht. (max 100 woorden)

DEEL TWEE – CREDITS

---

Campagnenaam:

De organisatie van de Esprit legt de ingevulde bedrijfsgegevens vast. Deze worden gebruikt voor de organisatie van de jurering, de uitreiking, de administratieve afhandeling, relatiebeheer en de pers. Verder worden de gegevens gebruikt om je te informeren over de activiteiten van de Esprit en de organisaties die haar sponsoren. Indien je deze informatie

---

**ESPRIT**

VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

niet wenst te ontvangen, dan kun je dat laten weten via [info@esprix.nl](mailto:info@esprix.nl).  
Let op dat de credits juist zijn.

## **Merk**

Bedrijf:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Telefoon:

Voornaam\*          Achternaam\*          Functie\*          E-mail\*          Telefoon

\* Contactpersoon voor de Esprix-organisatie.

## **Maker**

Bedrijfsnaam:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Telefoon:

Voornaam\*          Achternaam\*          Functie\*          E-mail\*          Telefoon\*

\* Contactpersoon voor de Esprix-organisatie.

Bedrijfsnaam:

Bedrijfsnaam:

---

**ESPRIX**

VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

## DEEL DRIE – CREATIEF MATERIAAL

---

- Upload maximaal vijf lage resolutie beelden. De jury neemt deze beelden mee bij hun beoordeling.
- Upload maximaal vijf hoge resolutie beelden. Deze worden gebruikt voor de uitreiking, pers en andere publicaties.
- Bestanden mogen niet groter zijn dan 100 MB!
- Gebruik de campagnenaam, **geen bureaunaam**, in de bestandsnaam!

Media bestanden	Low res	High res
Visuals	JPEG - 72 dpi	JPEG - 300dpi, minimaal 25cm breed
Video	- Duur video maximaal 120 seconden; - Quicktime met H .264 compressie (GEEN WMV's!) - Minimale resolutie 1280x720, in een 16:9 verhouding.	
Audio	MP3	
Website	URL	
Interactief	SWF bestand - Verhouding bestand 4:3 liggend (wordt automatisch getoond op 480 x 360 pixels) - Maximaal 1 MB - Gebruik geen externe scripts (zoals bijv. Javascript, getUrl, etc.) -	
Anders	DOC, PDF, TXT, PPT	