

ESPRIX

VOORBEELD INSCHRIJFFORMULIER

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

INLEIDING

De Esprix is de jaarlijkse marketingcommunicatie award voor ideeën die werken. Bij de Esprix kiezen creatieven en marketeers samen het beste marketingcommunicatie werk van Nederland. Inzendingen voor de Esprix worden gelijkwaardig beoordeeld op het creatieve idee en het resultaat.

ALGEMENE OPMERKINGEN

Dit voorbeeldformulier dient ter voorbereiding van het invullen van het officiële inschrijfformulier op 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 16 december 2016, 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 31 december 2016, 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 20 januari 2017, 17.00 uur** definitief te zijn ingezonden.

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

info@esprix.nl
020 528 56 40

Algemeen

Vul de naam van de inzending in:

.....

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

.....

Het Esprix Reglement is van toepassing op alle inzendingen voor de Esprix 2016.

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

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

De case zend ik voor de volgende categorie in:

- FMCG
- Product launch
- Financial
- Business to consumer
- Telecom & utilities
- Retail
- Durables
- Not for profit
- Business to business
- Employer branding & employee engagement
- Small budget
- Innovation

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

Waarom zou deze inzending in deze categorie een Esprix moeten verdienen.

Geef in maximaal 50 woorden aan waarom deze inzending juist in deze categorie in aanmerking zou moeten komen voor een award.

Korte samenvatting inzending

Geef een korte samenvatting van de inzending in maximaal 150 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 een campagne te ontwikkelen, welk probleem moest worden aangepakt? (max. 300 woorden)

Doelstellingen | Resultaten

Geef eerst het aantal doelgroepen aan:

Omschrijf zo concreet mogelijk de doelgroep(en) van de campagne. Geef per doelgroep de doelstelling aan.

Doelgroep 1

Doelstelling

Doelgroep 2

Doelstelling

Doelgroep 3

Doelstelling

Idee (inzicht & strategie)

Welke inzichten (consumer insights) hebben geleid tot welke richtinggevende keuzes? Wat is de rationale achter het idee?
(max. 300 woorden)

Executie (uitvoering idee)

Hoe is het idee uitgevoerd? Welke keuzes zijn gemaakt?
(max. 300 woorden)

Resultaat

Wat heeft de campagne bereikt? Wees zo concreet als mogelijk en breng relevant cijfermateriaal in. Gebruik alleen indexcijfers als het echt niet anders kan.

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).

.....

Hoeveel bureau-uren zijn geïnvesteerd in het bedenken, maken en uitvoeren van de campagne?*

.....

* Alleen van toepassing in de categorie Small budget.

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

Ingezette middelen & media:

.....%
.....%
.....%
.....%
.....%
.....%

	100%

Eventuele toelichting budget (max. 100 woorden)

DEEL TWEE – CREDITS

Campagnenaam:

De organisatie van de Esprix legt de ingevulde persoonsgegevens 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 Esprix en de organisaties die haar sponsoren. Indien je deze informatie niet wenst te ontvangen, dan kun je dat laten weten aan de Esprix, p/a Spark Brand Events. Grote Bickersstraat 23 huis, 1013 KN Amsterdam of via info@esprix.nl. Let op dat de credits juist zijn.

Opdrachtgever

Bedrijf:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Telefoon:

Voornaam*	Achternaam*	Functie*	E-mail*
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail

* Eerste contactpersoon voor de Esprix-organisatie.

Bureau / Exploitant

Bureau:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Telefoon:

Voornaam*	Achternaam*	Functie*	E-mail*
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail

* Eerste contactpersoon voor de Esprix-organisatie.

Bureau:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail

Bureau:

Adres:

Postcode:

Plaats:

Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail
Voornaam	Achternaam	Functie	E-mail

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 50MB!
- 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 60 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	