

Bidrag till Strategy Awards Sweden 2022

Kategori:

Skriv här

Beteende, Nisch, Attityd, Opinion, Kanalval, Lansering eller Internationellt. Se mer på slide 2.

Bidragets namn:

Skriv här

Byrå:

Skriv här

Uppdragsgivare:

Skriv här

Företag och/eller varumärke

Ansvarig för strategi/vägval:

Skriv här

För- och efternamn

Välj kategori och skriv bidraget utifrån vald kategori

Välj kategori för ditt bidrag och skriv sedan bidraget så att utmaning, lösning, påverkan och framgång speglar syftet för den kategori du valt. Samma jobb kan lämnas in i flera kategorier. Då skriver du en anpassad inlämning för varje kategori.

BETEENDE

Syftet är att lösningen direkt ska påverka vad människor gör.

LANSERING

Syftet är att lansera något nytt – t ex ett nytt varumärke, en ny produkt eller ett nytt erbjudande.

KANALVAL

Syftet är att påverka människor genom valet av kanal, media och/eller sammanhang.

OPINION

Syftet är att driva en fråga, skapa dialog, debatt eller en arena att agera och kommunicera utifrån.

ATTITYD

Syftet är att förändra eller förstärka vad människor känner, tänker, tycker eller vet.

NISCH

Syftet är att nå in till en väl avgränsad målgrupp eller en mindre, väl definierad, del av befolkningen.

INTERNATIONELLT

Syftet är att engagera människor, oavsett syfte i övrigt, i tre länder eller mer.

Summering = bidraget på max 100 ord

På denna enda slide summerar du bidraget i en lättillgänglig beskrivning och en representativ bild.

Summeringen bör i **korthet beskriva**: Vad var utmaningen? Vad var lösningen med de för framgången avgörande strategiska vägvalen? Hur påverkades människor? Vilken framgång gav lösningen? Hur kopplas denna framgång tillbaka till utmaningen?

Lägg in en **representativ bild av lösningen**, länka bilden om lösningen är rörlig.

I och med att bidraget lämnas in, ger inlämnaren sitt tillstånd till Strategy Awards Sweden att publicera Summeringen på den är sliden i samband med marknadsföring av tävlingen eller vid av Strategy Awards anordnat evenemang.

Här summerar du bidraget med max 100 ord i Calibri 14 pt.

OBS att du själv ansvarar för att texten håller sig under 100 ord.

Gör texten enkel, tydlig och lätt för juryn att förstå, och ge den struktur.

För att exemplifiera är denna text från "Här" till och med "ad"

- strukturerad med hjälp av bullets.
- påfylld med markeringstext lorem ipsum så att den sammanlagt innehåller 100 ord.
- vilket motsvarar ca 500 tecken utan blanksteg.
- lorem ipsum dolor sit amet, con sectetur adi piscining elit sed.

Do eius mod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua ut enim ad.

Lägg in en representativ bild av lösningen här,
länka bilden om lösningen är rörlig.

Utmaning, syfte och mätbara delmål

Att definiera utmaningen och vad som ska uppnås innefattas i de **strategiska vägvalen**.

Utmaning ska fånga varumärkets situation inför marknadssatsningen. De attityder och/eller beteenden som behövde förstärkas eller förändras. Även andra relevanta förutsättningar vad gäller t ex resurser, kategori, konkurrenter eller omvärld.

Syfte speglar utmaningen och ska fånga det som behövde uppnås, ofta på lite längre sikt. Ett syfte behöver inte vara mätbart.

Mätbara delmål är de nödvändiga stegen på vägen mot att uppnå syftet och ska vara konkreta, realistiska, tidsbestämda och kvantifierbara.

På dessa max två slides beskriver och/eller illustrerar (grafer, modeller etc) du, hur ni definierade utmaning, syfte och mätbara delmål och varför ni valde just dessa.

Redovisa relevanta studier, för- och/eller eftermätningar, inklusive källa, titel, karaktär/typ, datum samt producent/institut/författare.

Här, i fyra text- och illustrationsboxar, finns plats för att

- skriva om utmaning, syfte och mål och mål. Använd max 250 ord, motsvarande 1700 tecken exkl blanksteg, i Calibri 14 p.
- lägga in grafer/modeller/illustrationer som åskådliggör

... text- och illustrationsbox 2...

Ersätt denna instruktionstext med din text och strukturera den på ett lämpligt sätt, gärna med "bullets" som ovan, så att den blir enkel för juryn att ta till sig.

Utmaning, syfte och mätbara delmål

... text- och illustrationsbox 3...

... text- och illustrationsbox 4.

Kontrollera att du använder sammanlagt max 250 ord/1700 tecken.

Lösning = resultat av strategiska vägval och kreativitet

Lösningen skapas i ett växelvis samspel mellan de strategiska vägvalen och kreativitet.

De **strategiska vägvalen** lägger grunden för framgång och kan gälla angreppssätt, ämnesval, budskap, målgrupp, kanaler med mera.

Kreativiteten bidrar med uniktet, nya perspektiv, fantasi och magin i att gestalta det bekanta på nya sätt.

Lösningen kan vara allt inom den vidaste tolkningen av marknadsföring, från design och produktutveckling, via TV- och printreklam till content, event, PR eller interna utbildningsprogram – och den ska ha använts, men behöver inte vara skapad, under 2020.

På dessa max fyra slides beskriver, och/eller illustrerar (grafer, modeller etc) du, strategiska vägval. Beskriv vilka vägval ni stod inför, hur de utforskades, vilka vägval ni slutligen gjorde och varför. Beskriv och/eller illustrera också vägvalens koppling till utmaning, syfte och mätbara delmål samt argument för att just dessa vägval skulle leda till framgång. Lägg också in utvalda bilder som exemplifierar lösningen.

Redovisa källor genom att ange titel, karaktär/typ, datum samt producent/institut/författare.

Här, i fyra text- och illustrationsboxar, finns plats för att

- skriva om lösningen. Använd max 250 ord, motsvarande 1700 tecken exkl blanksteg, i Calibri 14 p.
- lägga in grafer/modeller/illustrationer som åskådliggör

... text- och illustrationsbox 2...

Ersätt denna instruktionstext med din text och strukturera den på ett lämpligt sätt, gärna med "bullets" som ovan, så att den blir enkel för juryn att ta till sig.

Lösning = resultat av strategiska vägval och kreativitet

... text- och illustrationsbox 3...

... text- och illustrationsbox 4.

Kontrollera att du använder sammanlagt max 250 ord/1700 tecken.

Lösning = resultat av strategiska vägval och kreativitet

Lägg in utvalda bilder av lösningen här.

För rörliga enheter; lägg in en bild och länka den till den rörliga enheten.

Lösning = resultat av strategiska vägval och kreativitet

Lägg in utvalda bilder av lösningen här.

För rörliga enheter; lägg in en bild och länka den till den rörliga enheten.

Påverkan = känslor lösningen väcker hos människor

Lösningens uppgift är att påverka i det ögonblick som människor möter den. **Känslor**, stämninglägen och sinnestillstånd som då uppstår leder till sekundsnabba, oreflekerade, gynnsamma beslut, som omsätts till önskat beteende.

På dessa max två slides beskriver och/eller illustrerar (grafer, modeller etc) du, lösningens påverkan på människor. Förmedla till exempel vilka känslor lösningen väckte, hur de är relevanta för och kopplar tillbaka till de strategiska vägvalen, samt hur och varför denna påverkan bidrog till framgången.

Redovisa källor genom att ange titel, karaktär/typ, datum samt producent/institut/författare.

Här, i fyra text- och illustrationsboxar, finns plats för att

- skriva om påverkan. Använd max 250 ord, motsvarande 1700 tecken exkl blanksteg, i Calibri 14 p.
- lägga in grafer/modeller/illustrationer som åskådliggör

... text- och illustrationsbox 2...

Ersätt denna instruktionstext med din text och strukturera den på ett lämpligt sätt, gärna med "bullets" som ovan, så att den blir enkel för juryn att ta till sig.

Påverkan = känslor lösningen väcker hos människor

... text- och illustrationsbox 3...

... text- och illustrationsbox 4.

Kontrollera att du använder sammanlagt max 250 ord/1700 tecken.

Framgång = affärsvärde som tillförs företaget

Attityder och **beteenden** är intimt sammankopplade och båda har betydelse för att en lösning ska ge framgång för företaget eller organisationen. Framgång är också kopplad till syfte och mål - vad var det som skulle uppnås.

På dessa max två slides påvisar och beskriver och/eller illustrerar (grafer, modeller etc) du den framgång lösningen skapat. Tänk i första hand på de sju framforskade och oavvisliga framgångsindikatorerna: 1) **relevanta associationer** 2) **gillande** 3) **betalningsvilja** 4) **prövat** 5) **köpt** 6) **återköp** och 7) **marknadsandel**. Och var konkret!

Förmedla hur framgången är en följd av den påverkan du beskrivit och hur den är kopplad till syfte och mätbara delmål.

Redovisa källor genom att ange titel, karaktär/typ, datum samt producent/institut/författare.

Här, i fyra text- och illustrationsboxar, finns plats för att

- skriva om framgången. Använd max 250 ord, motsvarande 1700 tecken exkl blanksteg, i Calibri 14 p.
- lägga in grafer/modeller/illustrationer som åskådliggör

... text- och illustrationsbox 2...

Ersätt denna instruktionstext med din text och strukturera den på ett lämpligt sätt, gärna med "bullets" som ovan, så att den blir enkel för juryn att ta till sig.

Framgång = affärsvärde som tillförs företaget

... text- och illustrationsbox 3...

... text- och illustrationsbox 4.

Kontrollera att du använder sammanlagt max 250 ord/1700 tecken.

Instruktion till inlämnaren

Kontrollera att kategorins syfte speglas

I beskrivningarna av utmaning, lösning, påverkan och framgång ska kopplingen till kategorins syfte framgå tydligt. Denna koppling är ett av de kriterier som bedöms av juryn. För att anmäla ett bidrag till fler kategorier: kopiera det ifyllda inlämningsformatet, ändra kategori och anpassa bidraget till det som stämmer med syftet för den tillkommande kategorin.

Kontrollera att maxantalet ord inte överskrids

I varje sektion får sammanlagt max 250 ord användas. Bidrag som överskrider maxantalet ord i någon sektion riskerar att diskvalificeras från jurybedömning.

1. När bidraget är färdigskrivet ska det sparas som en PDF.
2. Döp PDF-filen med följande fyra uppgifter som särskiljs med bindestreck eller liknande: **kategori-bidragsnamn-byrå-uppdragsgivare**
3. Maila bidraget till info@stratawards.com med PDF-filen länkad via valfri filöverföringstjänst (WeTransfer, Sprend eller liknande). Du får ett mail som bekräftar att bidraget är anmält.
4. Skriv kontaktperson samt faktureringsuppgifter i mailet.
5. Eventuella uppgifter om arbetsgrupp bifogas i ett separat dokument med uppgifter om namn, roll och företag för var och en i arbetsgruppen. Använd excel- eller wordformat.

Mer information finns på stratawards.com