DOSSIER DE CANDIDATURE SONIQ AWARD ‘Best Use of Radio’

L’introduction d’un dossier de candidature implique automatiquement que le candidat approuve le règlement des SONIQ AWARDS et les mécanismes d’évaluation et d’attribution des prix par le jury.

Les dossiers de candidature doivent être déposés au plus tard le 15 janvier 2021 à minuit sur le site de VIA, par téléchargement.

Les dossiers explicatifs des candidatures ne peuvent pas dépasser un volume de 3 pages au format A4 (police 11) hors feuille de couverture reprenant les informations de base.

Les Annexes sont limitées à :

* soit une présentation de type PowerPoint de maximum 15 slides
* soit une vidéo de maximum 3 minutes
* soit du matériel audio qui supporte le dossier

Les dossiers excédant ces volumes pourront être refusés.

**RAPPEL DES CRITÈRES DE JUGEMENT (voir règlement SONIQ)**

Le prix de BEST USE OF RADIO consacre les marques qui ont intégré la radio comme pierre angulaire, ou tout au moins comme élément essentiel, dans leur stratégie de communication et qui sont à même d’en démontrer les effets positifs.

Objectif : démontrer que la radio peut être un média puissant, effectif et efficace, mais aussi créatif.

Critères d’évaluation pour le prix de ‘Best Yse of Radio’

20 % Rôle de la radio par rapport à l’objectif à court terme : dans quelle mesure la radio est-elle essentielle dans la stratégie de communication ?

20 % Rôle de la radio par rapport à l’objectif à long terme : l’utilisation de la radio va-t-elle au-delà de l’objectif tactique ?

30 % Création : comment la communication a-t-elle été concrétisée ? Originalité. Créativité.

30 % Résultats : ROI du choix et des investissements en radio. Ceux-ci ont-ils été mesurés ? Résultats à court terme. Des résultats à long terme sont-ils mesurables ?

Nous vous conseillons de consulter l’entièreté du règlement SONIQ AWARD.

FORMULAIRE D’INSCRIPTION SONIQ AWARD “Best Use of Radio”

Informations concernant le pétitionnaire

Société :

Type : Annonceur/Agence créative/Maison de production/Agence média (biffer les mentions inutiles)

Contact :

Fonction :

E-mail :

Portable :

Informations concernant la marque et l’annonceur

Annonceur :

Marque/Produit :

Annexes : …. pages

**TITRE DU DOSSIER**

* RESUME DU CASE (en 3 lignes)
* CONTEXTE + ARGUMENTATION
Points de départ : produit, problème, objectifs, concept créatif
Comment la radio a été utilisée afin de réaliser les objectifs
Cibles de communication
* QUELLE EST LA VALEUR AJOUTÉE DE L’UTILISATION DE LA RADIO ?
Pourquoi a-t-on opté pour la radio ? Quel a été le rôle de la radio dans la réalisation des objectifs ?
* RÉSULTATS
Mesures de tracking ou autres, témoignages, effets en RP, …
Résultats à court terme / longue terme
* ANNEXES