KANDIDAAT DOSSIER SONIQ AWARD “Best use of radio”

De indiening van een kandidaatsdossier impliceert dat de kandidaat het reglement en de mechanismen voor de werking en de toekenning van de prijzen onderschrijft.

Kandidaatsdossiers moeten ten laatste op 15 januari 2021 middernacht ingediend zijn bij VIA, uitsluitend via digitale upload op de website van VIA.

Opgelet: Kandidaatsdossiers mogen het volume van 3 pagina’s A4 (met tekengrootte 11), exclusief de pagina met de basisinformatie, niet overschrijden.

Bijlagen zijn beperkt tot

* Ofwel één ppt-presentatie van max 15 bladzijden
* Ofwel één videofilmpje van maximaal 3 minuten
* Ofwel audio materiaal dat de case ondersteund

Dossiers die deze volumes overschrijden, kunnen worden geweigerd.

**HERINNERING VAN DE TOEKENNINGSCRITERIA (zie SONIQ reglement)**

De award voor BEST USE OF RADIO bekroont merken die radio als hoeksteen, of ten minste als essentieel onderdeel gebruikt hebben in hun communicatie strategie en de goede resultaten daarvan kunnen aantonen.

VIA wil met deze award aantonen dat radio een krachtig, efficiënt, effectief, maar ook creatief medium kan zijn.

Deze prijs wordt toegekend op basis van onder meer onderstaande criteria:

20% rol van radio in de korte termijn doelstelling: in welke mate is radio essentiëel in de communicatie strategie?

20% rol van radio in de lange termijn doelstelling : gaat het gebruik van radio verder dan het tactisch objectief?

30% creatief : hoe werd de communicatie ingevuld. Originaliteit. Creativiteit.

30% resultaten : ROI van de keuze en investeringen van radio. Werd deze gemeten? Korte termijn resultaten. Zijn er lange termijn resultaten meetbaar?

Wij raden u aan het volledige SONIQ-reglement te raadplegen.

INSCHRIJVINGSFORMULIER SONIQ AWARD “Best use of radio”

Informatie over de indiener

Bedrijf:

Type : Adverteerder/Creatief Agentschap/Productiehuis/Media agency (schrappen wat niet past)

Contactpersoon :

Functie:

email:

Mobiel:

Informatie over het merk en de adverteerder

Adverteerder:

Merk/Product:

Bijlagen : … pagina’s

**TITEL VAN HET DOSSIER :**

* **SAMENVATTING VAN DE CASE** (in maximaal 3 lijnen)
* **ACHTERGROND + BEWIJSVOERING**

Uitgangspunten: product; probleem; doelstellingen; creatief concept;

Hoe werd radio ingezet om deze doelstellingen te realiseren?

Communicatiedoelgroepen.

* **WAT IS DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN HET GEBRUIK VAN RADIO?**

Waarom werd er voor radio gekozen. Wat was de rol van radio in het realiseren van de doelstellingen.

* **RESULTATEN**

Tracking-resultaten of andere zoals testimonials, effecten op PR …

Resultaten op korte termijn / langere termijn

* **BIJLAGEN**