KANDIDAAT DOSSIER SONIQ AWARD “Best Branded Audio content”

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 27 januari 2022 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 audio materiaal dat de case ondersteunt
* Ofwel één ppt-presentatie van max 15 bladzijden
* Ofwel één videofilmpje van maximaal 3 minuten

Dossiers die deze volumes overschrijden, kunnen worden geweigerd.

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

De award voor BEST BRANDED AUDIO CONTENT bekroont alle vormen van audio content – on demand of lineair – die ingezet werden om een merk te positioneren, te ondersteunen of diepgang te geven.

Alle mogelijke vormen komen hier in aanmerking : branded podcasts, native audio advertising, smartspeakers, branded radio channels,…

VIA wil met deze award alternatieve vormen van audio advertising detecteren die als vector voor branding van merken ingezet worden, en de best practices daarvan in de verf zetten.

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

– 33% originaliteit van de aanpak

– 33% de connectie van de content met het merk. Vullen beide elkaar aan?

– 33% resultaten : wat was de impact? Wat heeft dit opgeleverd?

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

INSCHRIJVINGSFORMULIER SONIQ AWARD “Best Branded Audio content”

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: probleemstelling

Vertaling van deze uitgangspunten en inzichten in de aangereikte ontwikkelingen

* **WAT IS DE TOEGEVOEGDE WAARDE VAN HET GEBRUIK VAN AUDIO VOOR BRANDING?**

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

* **RESULTATEN**

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

* **WAAROM KOMT DEZE CASE IN AANMERKING VOOR EEN SONIQ AWARD?**Kernachtig beschrijven waarom deze case het verschil maakt.
* **BIJLAGEN**