

Effie Hellas 2020 | Κατηγορίες

Το ίδιο έργο μπορεί να συμμετάσχει **μόνο σε μια από τις κατηγορίες προϊόντων / υπηρεσιών** και σε **έως τρεις από τις ειδικές κατηγορίες**.

1. Αλκοολούχα Ποτά

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: αλκοολούχα ποτά, μπίρες, κρασιά, τσιγάρα, είδη καπνιστού κ.ά.

2. Μη Αλκοολούχα Ποτά

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: χυμοί, αναψυκτικά, εμφιαλωμένα νερά, ροφήματα ζεστά ή κρύα, καφές κάθε τύπου, τσάι κάθε τύπου κ.ά.

3. Τρόφιμα / Γαλακτοκομικά

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: λάδια, βούτυρα, μαργαρίνες, αλλαντικά, σάλτσες, μαγιονέζες, ζυμαρικά, ψωμιά, αρτοσκευάσματα, κονσέρβες, κατεψυγμένα τρόφιμα, έτοιμα φαγητά, γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα, γιαούρτια, ζωτροφές.

4. Γλυκίσματα / Σνακς

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: μπισκότα, σοκολατοειδή, τούρτες, γλυκίσματα, καραμέλες, τσίχλες, κάθε είδους σνακ, κρουασάν, πατατάκια, παγωτά.

5. Φαρμακευτικά Προϊόντα / Προϊόντα και Υπηρεσίες Προσωπικής Φροντίδας & Υγιεινής / Άλλα Προσωπικά Είδη

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: αναλγητικά, αντιβιοτικά, βιταμινούχα σκευάσματα, φυτικές ίνες, καραμέλες λαιμού, έμπλαστρα, τεστ εγκυμοσύνης, άλλα προϊόντα φαρμακείου, καλλυντικά, αρώματα, σαμπουάν και κρέμες μαλλιών, βαφές μαλλιών, προϊόντα για την περιποίηση του σώματος, σεβιέτες, παιδικές πάνες, χαρτομάντιλα, χαρτί υγιείας, σαπούνι κάθε τύπου, οδοντόκρεμες, κέντρα αδυνατίσματος, διαιτητικά γεύματα, ρούχα, υποδήματα, αθλητικά είδη, οπτικά είδη, δερμάτινα είδη, ρολόγια, κοσμήματα κ.ά.

6. Εξοπλισμός & Προϊόντα Σπιτιού

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: καθαριστικά, απορρυπαντικά, αρώματα χώρου, εντομοαπωθητικά, λιπάσματα, χαρτί κουζίνας, λευκά είδη, χαλιά, υφάσματα επιπλώσεων, μικροσυσκευές, λευκές συσκευές, συσκευές ήχου και εικόνας, ηλεκτρικά είδη, διακοσμητικά, κλιματιστικά, φωτιστικά κ.ά.

7. Οχήματα / Αντιπροσωπείες / Αξεσουάρ

Ενδεικτικά περιλαμβάνει: αυτοκίνητα, μοτοσυκλέτες, κάθε είδους μηχανήματα, σκάφη, μηχανές σκαφών, σχετικά αξεσουάρ κ.ά.

8. Τηλεπικοινωνίες / Τεχνολογία / Άλλα Αναλώσιμα

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: υπηρεσίες και συσκευές σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, υπολογιστές, περιφερειακά και software, συστήματα ασφαλείας κ.ά.

Effie Hellas 2020 | Κατηγορίες

9. Τραπεζικά / Ασφαλιστικά και Χρηματοοικονομικά Προϊόντα / Υπηρεσίες

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: τράπεζες και τραπεζικά προϊόντα/υπηρεσίες, πιστωτικές κάρτες, ασφαλιστικές εταιρίες και ασφαλιστικά προϊόντα/υπηρεσίες κ.ά

10. Τουρισμός / Ταξίδια / Αναψυχή

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: ταξίδια αναψυχής, ταξιδιωτικοί προορισμοί, ταξιδιωτικά πρακτορεία, ξενοδοχεία, εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων, αεροπορικές και ναυτιλιακές εταιρίες, αθλητικές εκδηλώσεις, καλλιτεχνικά δρώμενα κ.α

11. Ενέργεια / Πετρελαιοειδή

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: ενέργεια, ύδρευση, πετρελαιοειδή, βενζίνες, καύσιμα, λιπαντικά, πρατήρια καυσίμων και σχετικά προϊόντα και υπηρεσίες κ.ά

12. Τυχερά Παιχνίδια

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: λαχεία, τυχερά παιχνίδια, online betting εταιρίες κ.ά

13. Μέσα Ενημέρωσης / Εκδόσεις / Δημόσιο / Εκπαίδευση / Συγκοινωνίες και Σχετικές Υπηρεσίες

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: υπηρεσίες οδικής βοήθειας, σχολές και προγράμματα σπουδών, εφημερίδες, περιοδικά, ραδιοφωνικοί και τηλεοπτικοί σταθμοί, ενημερωτικές εκστρατείες δημόσιων οργανισμών, μέσα μαζικής μεταφοράς, εκπαιδευτικοί οργανισμοί κ.ά

14. Λιανεμπόριο / Διανομή / Καταστήματα / Ηλεκτρονικά Καταστήματα

Ενδεικτικά περιλαμβάνονται: καταστήματα τροφίμων, ένδυσης και υπόδησης, σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, καταστήματα ηλεκτρικών συσκευών, αλυσίδες franchise, καταστήματα επίπλων, εμπορικά κέντρα, ηλεκτρονικά καταστήματα (e-commerce) κ.ά

Effie Hellas 2020 | Ειδικές Κατηγορίες

1. Social Good / Brands

Ένα ειδικό βραβείο για καμπάνιες που συνδυάζουν με αποτελεσματικό τρόπο τους στόχους της μάρκας με μια κοινωνικά δραστική και καταφέρνουν να συνδέσουν τη δράση αυτή με τη συνολική στρατηγική της μάρκας.

2. Social Good / Non Profit

Ένα ειδικό βραβείο για καμπάνιες που συνδυάζουν με αποτελεσματικό τρόπο τους στόχους της μάρκας με μια κοινωνικά δραστική και καταφέρνουν να συνδέσουν τη δράση αυτή με τη συνολική στρατηγική της μάρκας.

3. Seasonal Marketing

Η συγκεκριμένη κατηγορία επιβραβεύει καμπάνιες που δημιουργήθηκαν με σκοπό να εκμεταλλευτούν ειδικές περιστάσεις (εποχιακές ενέργειες, γιορτές, πολιτιστικές εκδηλώσεις κλπ), προκειμένου να πετύχουν τους στόχους της μάρκας.

4. Youth Marketing

Η συγκεκριμένη κατηγορία επιβραβεύει καμπάνιες επικοινωνίας που στοχεύουν αποκλειστικά σε νέους. Από τη φόρμα αποτελεσματικότητας που θα υποβληθεί θα πρέπει να προκύπτει ξεκάθαρα, το πως και το γιατί η συγκεκριμένη καμπάνια στοχεύει αποκλειστικά σε αυτό το κοινό.

5. Δαβίδ vs Γολιάθ

Ένα βραβείο για νέα ή ανερχόμενα brands που ανταγωνίζονται μεγάλες και καθιερωμένες μάρκες. Για εταιρίες που μπήκαν στην αγορά ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας με μεγάλους και καθιερωμένους ανταγωνιστές. Το brand δεν πρέπει να αποτελεί μέρος μιας μεγαλύτερης εταιρίας. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να περιγράψουν την επιχειρηματική πρόκληση, το ανταγωνιστικό περιβάλλον και το πως η εταιρία τους πέτυχε παρά τις δυσκολίες.

6. Low Budget

Δικαίωμα συμμετοχής έχουν καμπάνιες με συνολικό προϋπολογισμό μέχρι και **80.000€**. Σε περίπτωση που για την προώθηση της καμπάνιας, χρησιμοποιήθηκαν και χορηγίες στα Media, το κόστος της χορηγίας θα πρέπει να συμπεριληφθεί στο συνολικό προϋπολογισμό.

Προσοχή: Τα έργα που θα υποβληθούν θα πρέπει να αποτελούν τη μοναδική καμπάνια επικοινωνίας της μάρκας τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

7. Corporate

Μη προϊόντικές καμπάνιες, που έχουν σκοπό να βελτιώσουν την εικόνα μιας εταιρίας. Περιλαμβάνονται: υποτροφίες, δημιουργία εικόνας και ταυτότητας. **Στη συγκεκριμένη κατηγορία μπορούν να υποβληθούν και όλες οι καμπάνιες σχετίζονται με τον Covid-19 και το «Μένουμε Σπίτι / Μένουμε Ασφαλείς», συμπεριλαμβανομένου και αυτές που υπογράφονται από το Δημόσιο.**

8. Business to Business

Καμπάνιες επικοινωνίας από μια εταιρία/ φορέα/ οργανισμό, αποκλειστικά προς μια άλλη εταιρία/ φορέα/ οργανισμό και όχι προς το καταναλωτικό κοινό.

Effie Hellas 2020 | Ειδικές Κατηγορίες

9. Branded Content

Η κατηγορία αφορά προσπάθειες που είχαν απήχηση στο κοινό μέσω της δημιουργίας πρωτότυπου περιεχομένου, που είναι μεν συνδεδεμένο με το brand, αλλά δεν είναι παραδοσιακή μορφή διαφήμισης. Βραβεύονται ιδέες branded content που ήταν στο επίκεντρο του προγράμματος επικοινωνίας.

Οι συμμετέχοντες πρέπει να αναλύσουν το περιεχόμενο που δημιουργήθηκε, πώς αυτό συνδέεται με το brand, πώς έφτασε στο κοινό και πώς το κοινό το μοιράστηκε με άλλους και βέβαια τα αποτελέσματα που έφερε για το brand. Το branded content μπορεί να παραχθεί και διανεμηθεί είτε από τα μέσα είτε ανεξάρτητα.

10. Media Idea

Η κατηγορία αφορά εξέχουσα αποτελεσματικότητα ως απόρροια μιας μιντιακής ιδέας. Τα όρια ανάμεσα στη δημιουργική ιδέα και στη μιντιακή μπορεί να είναι δυσδιάκριτα. Ψάχνουμε για αυτές τις περιπτώσεις που η μιντιακή ιδέα καθόρισε ολόκληρη την προσπάθεια. Ασφαλώς, δεν υπάρχει καμπάνια media χωρίς δημιουργικό περιεχόμενο και η επιτυχία πάντοτε έγκειται στο σωστό integration μηνύματος και μέσου. Εδώ, ωστόσο, βραβεύεται η ιδιαίτερη εκείνη μιντιακή ιδέα που ήταν τόσο δυνατή ώστε επηρέασε καθοριστικά ολόκληρο το πρόγραμμα επικοινωνίας και το περιεχόμενό του.

11. Brand Experience

Αυτή η κατηγορία δεν αφορά καμπάνιες που στόχευαν το κοινό τους μέσω τηλεόρασης, ραδιοφώνου ή τύπου. Στόχος της κατηγορίας είναι να καταδείξει πώς μπορεί κανείς να δημιουργήσει brand experience πέρα από την παραδοσιακή διαφήμιση. Εδώ θα πρέπει να κατατεθούν μόνο δουλειές που πράγματι έδωσαν ζωή σε μια μάρκα ή ένα προϊόν – είτε φυσικά είτε εικονικά – και πέτυχαν αλληλεπίδραση με ένα συγκεκριμένο κοινό, πάντοτε σε σχέση με δεδομένους στόχους. Από ένα καινούργιο product demo μέχρι ένα pop up store, από ένα game μέχρι μια ταινία, οτιδήποτε μπορεί να υποβληθεί στην κατηγορία, αρκεί η ιδέα να έχει δείξει μια νέα πτυχή της προσωπικότητας του brand. Και βέβαια υπό την προϋπόθεση ότι μπορεί να αποδειχθεί το εύρος της εκτέλεσης και τα αποτελέσματά της. Νικητής σε αυτή την κατηγορία είναι μόνο όποιος έχει καταφέρει να πλησιάσει το κοινό του να δημιουργήσει μια εμπειρική, ενδιαφέρουσα, αξιολογούμενη σύνδεση αυτού του κοινού με το brand. Οι συμμετέχοντες εδώ δεν πρέπει να παραλείψουν να εξηγήσουν πώς το brand experience συνδέεται με τη συνολική στρατηγική του brand.

12. Sustained Success ^{NEW}

Καμπάνιες με συνεχομένη επιτυχία για διάστημα μεγαλύτερο των 3 ετών, που διέπονται από κοινή στρατηγική, συνέπεια στη δημιουργική εκτέλεση αλλά και στα κύρια στοιχεία της (π.χ.: μουσική, ιστορία, πρωταγωνιστής, σλόγκαν κτλ). Τα στοιχεία που θα κατατεθούν (δημιουργικό και αποτελέσματα), θα πρέπει να ξεκινάνε τουλάχιστον από τις 31/5/2017.

Η διοργάνωση διατηρεί το δικαίωμα, να μετατάξει μια συμμετοχή από μια κατηγορία σε άλλη και να δημιουργήσει νέες κατηγορίες.