



Per iscrivere i progetti contattare eventi@oltremediagroup.it

PREMIO “LA COMUNICAZIONE CHE FA BENE”

in collaborazione con BeIntelligent | EG Media

Case History

Compilare la scheda seguendo le informazioni sotto indicate, in formato word, non a mano. La seguente scheda fornirà informazioni utili per il processo di valutazione della Giuria. Per questo motivo, si consiglia di essere il più dettagliati possibile. Oltre alla scheda sarà necessario compilare un questionario online. L’invio del questionario avverrà successivamente alla compilazione della presente scheda.

Tutti i lavori inviati dovrebbero riguardare uno o più aspetti relativi alla sostenibilità ambientale e/o alla responsabilità sociale. Si prega di notare che la selezione di una categoria specifica che meglio descrive l'intenzione del proprio lavoro aiuterà la Giuria nel processo di valutazione. Non è necessario che si presenti lo stesso lavoro più di una volta per il premio ‘La Comunicazione che Fa Bene’.

Quando si compila il questionario online, selezionare UN tema che si considera il focus principale della campagna e i temi secondari che meglio la specificano.

Il Premio La Comunicazione che Fa Bene nasce per valorizzare le iniziative più innovative, di impatto e trasformative, pertanto una serie di criteri saranno presi in considerazione durante la valutazione e ponderati come segue: 20% idea; 20% strategia; 20% esecuzione; 40% impatto e risultati*ⁱ.

- L’AZIENDA, I SUOI VALORI,

Brand values specifici correlati alla ‘causa’ o al problema che la campagna vuole risolvere

Obiettivi specifici sulla ‘causa’ o problema

- BACKGROUND

Descrivere il clima sociale/politico/culturale all’interno del quale è stata sviluppata la campagna sottolineando quale restrizioni/problematiche essa ha dovuto affrontare in termini legislativi, di libertà di espressione, di repressione, di stereotipi etc.

- IL TARGET DI RIFERIMENTO
- LA STRATEGIA CREATIVA
- L’ESECUZIONE



Per iscrivere i progetti contattare eventi@oltrelamedia group.it

- LA PIANIFICAZIONE MEDIA
- BUDGET

Scegliere tra i seguenti valori espressi in migliaia: 20-40/40-100/100-200/200-300/300-400/400-500/oltre 500

- IL VALORE DEL PROGETTO

Perché questo progetto dovrebbe vincere

- IMPATTO

Per impatto si intende il contributo all'avanzamento della causa o alla risoluzione del problema. A titolo esemplificativo e non esaustivo:

- Consapevolezza: spostamento dell'atteggiamento del target: la campagna ha sensibilizzato l'opinione pubblica, coinvolgendo segmenti di pubblico ampi o diversi, che non erano già a conoscenza della causa promossa, riscontrando un effettivo aumento di awareness
- Cambiamento di comportamento/azione : le iniziative hanno coinvolto le persone in azioni con un investimento più profondo di tempo e pensiero rispetto alle semplici azioni di sensibilizzazione; si tratta per esempio di azioni collettive o coordinate in più città/paesi, con attività di coinvolgimento di comunità in programmi o attività congiunte, grandi manifestazioni pubbliche o altro ancora
- Cambiamento di legislazione/regolamenti: la campagna ha raggiunto i decision makers e ha saputo influenzare i responsabili istituzionali e il pubblico sull'importanza della causa abbracciata
- Comprensione/Divulgazione: progetti in cui concetti complessi diventano facilmente comprensibili presentando efficacemente le informazioni
- Cambiamento di policy industriale: l'azione ha dimostrato una modalità di coinvolgimento delle parti interessate e ha saputo creare rete per generare la trasformazione necessaria per rendere la causa abbracciata una realtà a livello macro, in modo sistemico

È consigliato inserire la documentazione utile a confrontare le informazioni qui inserite: link internet, report

AMMISSIBILITÀ: 1 gennaio 2018 – 31 dicembre 2019

ⁱ *per misurare l'impatto oltre ad utilizzare i dati che il candidato inserirà nella scheda, l'organizzatore del Premio si avvarrà dell'innovativa soluzione di Intelligenza Artificiale sviluppata da EG media SB in collaborazione con il Politecnico di Milano per verificare la veridicità delle affermazioni contenute nella campagna. Il candidato accetta fin d'ora che i dati vengano condivisi con EG Media SB e accetta, qualora si rendesse necessario, di fornire ulteriori dettagli ad essa. La start up EG Media metterà a disposizione dell'organizzatore la propria tecnologia in virtù della partnership editoriale siglata con OltreLaMedia Group.