

# ADPROFIT<sup>®</sup>

## Kampanjayhteenveto

Tuloksellista mainontaa 2008

- Kampanjayhteenveto, täytetty osallistumislomake ja kampanjamateriaali toimitetaan kilpailutoimistoon cd:lle tallennettuina (pc-formatointi). Kampanjayhteenvedosta ja osallistumislomakkeesta toimitetaan myös printtiversiot.
- Palautus 1.10.2008 mennessä osoitteeseen:  
Mainostajien Liitto, Erottajankatu 19 B, 00130 Helsinki
- Osallistumismaksu 790 € + alv 22 % maksetaan 1.10.2008 mennessä Nordea Pankin tilille 157230-13201. Viite 2040 mainittava. Maksusta tulee selvästi ilmetä, että kyseessä on AdProfit 2008 –kilpailun osallistumismaksu nimetystä työstä.

### Osallistuminen

Adprofit –kilpailuun osallistutaan täyttämällä osallistumislomake ja laatimalla kirjallinen kampanjayhteenveto, josta kampanjan kulku – erityisesti tavoitteet, budjetti ja tulokset – käy selville niin hyvin ja yksiselitteisesti, että kilpailun tuomarit voivat perustaa siihen arvionsa. Yhteenvedon maksimipituus on 3 liuskaa, liitteinen max 8 liuskaa. Liitteiden tulee sisältää esimerkkejä kampanjan keskeisistä osa-alueista A4-printteinä. Kilpailun järjestäjillä on oikeus pyytää kilpailuun osallistujaa lyhentämään liian pitkää kampanjayhteenvetoa.

On tärkeää laatia kampanjayhteenveto ao. otsikointia noudattaen, jotta varmistetaan kilpailun tuomariston sujuva työskentely. Kampanjayhteenvedot ovat keskeinen ja oleellinen elementti koko arviointiprosessissa. Tärkein mitattava ominaisuus on kampanjan tuloksellisuus, joten on erityisen tärkeää, että kampanjalle asetetut tavoitteet (kohta 3.) pystytään todentamaan tuloksissa (kohta 8.).

### Kampanjayhteenvedon otsikointi:

---

#### 1. KILPAILUSARJA

- Vuoden paras lanseeraus (uutuustuotteet, –palvelut, –merkit ja uudet yritykset)
  - Vuoden paras kampanja (markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset)
- 

#### 2. LÄHTÖKOHTATILANNE

- lyhyt kuvaus markkinatilanteesta
-

---

### 3. KAMPANJAN TAVOITTEET

- myyntitavoitteet (myyntilukuina tai indekseinä)
- markkinaosuustavoitteet
- mielikuvatavoitteet
- muut tavoitteet

---

### 4. KOHDERYHMÄ/T

---

### 5. STRATEGIA

---

### 6. TOIMENPITEET

- sisäiset toimenpiteet
- mainonta
- suoramarkkinointi
- muu markkinointiviestintä
- muut toimenpiteet

---

### 7. BUDJETTI (LUKUINA TAI INDEKSEINÄ)

- suunnittelu
- mediabudjetti eriteltynä
- muut kampanjakustannukset (esim. jakelutiemarkkinointi, viestintä, suora, sisäinen markkinointi)
- kampanjabudjetti yhteensä

---

### 8. TULOKSET (LÄHTÖKOHTATILANTEeseen VERRATTUNA)

- myyntitulos
- markkinaosuuden muutos
- mielikuvatavoitteiden täytyminen (oma arvio/mitattu tulos)
- viestinnällinen tulos, tunnettuus (oma arvio/mitattu tulos)
- tutkimustulokset
- muut mahdolliset tulokset
- yhteenveto tuloksista

---

### 9. KAMPANJAN ESIMERKILLISYYS

- markkinointiviestinnän erityispiirteet ja vahvuudet

---

Tulosten tulee käydä ilmi kaikkien kampanjalle asetettujen tavoitteiden osalta. Mikäli kampanjaa on tutkittu, relevanteista tutkimustuloksista laaditaan lyhyt yhteenveto.

---