

# AdProfit-kilpailun säännöt kokonaisuudessaan

## Varmista menestyksesi – muista nämä asiat:

AdProfit 2008 –kilpailuun ovat tervetulleita 15.7.2007 ja 15.7.2008 välisenä aikana toteutetut mainoskampanjat. Kampanjat kestävät usein pidempäänkin, mutta tulosten arvioinnin edellytyksenä on, että markkinointitoimenpiteet ovat näkyneet em. kilpailuajana.

Kilpailutyöt on jätettävä viimeistään **1.10.2008 klo 16.00** kilpailutoimistoon: Mainostajien Liitto, Erottajankatu 19 B, 00130 Helsinki.

## Kaksi kilpailusarjaa ja mahdollisuutta tulla palkituksi

Kilpailussa on kaksi sarjaa:

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

Ennen varsinaista arviointia järjestäjät voivat karsia selvästi joukkoon kuulumattomat työt sekä tarvittaessa siirtää kampanjan oikeaan kilpailusarjaan.

## Suomalaisten mainostajien tilaamat kampanjat voivat osallistua

Kilpailuun voivat kampanjoillaan osallistua Suomessa toimivat mainostajat ja/tai mainostoimistot yhteistyössä mainostajan kanssa. Tilaajan tulee olla Suomessa rekisteröity yritys tai yhteisö, mutta itse kampanja voi olla myös ulkomaille suunnattu tai ulkomailta suunniteltu ja Suomessa toteutettu.

## Tuloksellisuus tärkein arviointiperuste

Kilpailun arviointi perustuu kampanjoiden tuloksellisuuden: kilpailutyön on osoitettava selvästi yhteys tuloksen parantumiseen tai näyttö muusta tuloksellisuudesta. Kilpailutöiden tavoitteille ei aseteta rajoituksia – ne voivat olla suppeat tai hyvinkin laajat: tunnettuuden kasvattaminen, yrityskuvan parantaminen, käyttäytymisen muuttaminen, rekrytointi tai myynnin lisäys ja sen kautta tapahtunut kannattavuuden parantaminen. Olennaista on se, että tavoitteet on saavutettu, ja että tätä voidaan luotettavasti arvioida tulosten perusteella.

Tuomaristot arvioivat kampanjayhteenvedossa annettujen tietojen perusteella kullakin kampanjalla saavutettuja tuloksia sen ilmoitettuja tavoitteita vasten. Huomiota kiinnitetään mm. kokonaismarkkinoiden kehitykseen, kilpailulanteeseen, kohderyhmään, suunnitelmien toteutumiseen ja käytettyyn budjettiin. Kokonaisarvioinnissa painavat myös strategian selkeys, luovan toteutuksen toimivuus, taso sekä mediavalinta. Arvioinnissa otetaan huomioon myös kampanjayhteenvedon selkeys.

## Kolmivaiheinen prosessi varmistaa ammattitaitoisen arvioinnin

Esituomarit aloittavat arviointiprosessin tutustumalla kampanjayhteenvedoihin ja arvioimalla kilpailutyöt erityistä arviointilomaketta käyttämällä. Tämän jälkeen esituomaristot (3 x 6–8 henkilöä) kokoontuvat käsittelemään kilpailutöitä ohjatusti. Esituomaristojen arviointien perusteella kummastakin kilpailusarjasta valitaan short-listalle 3–5 työtä – kuitenkin enintään 1/3 kaikista osallistuvista kampanjoista.

Esituomaristo koostuu TNS Gallupin kokoamista alan ammattilaisista, jotka edustavat seuraavia ryhmiä:

- a. markkinoijat mainostavista yrityksistä
- b. mainonnan suunnittelijat mainostoimistoista mediasuunnittelun, tutkimuksen, opetuksen ja median edustajat – mahdolliset jäävydet huomioon ottaen

TNS Gallup tutkii kaikki short-listalle päässeet kampanjat ja vastaa myös koko arviointiprosessin kulusta.

Ylituomaristo valitsee molempien kilpailusarjojen voittajat short-listalta. Ylituomaristo 2007:

	Jäsen	Vara-jäsen
<b>Mainostaja</b>	Markkinointijohtaja Minna Pajala TeliaSonera Finland Oyj	Kaupallinen johtaja Antti Lauslahti HK Ruokatalo Oy
<b>Mediatoimisto</b>	Toimitusjohtaja Jyri Seppä Vizeum Finland	Toimitusjohtaja Viveka Tverin OMD Finland
<b>Opetus</b>	Dosentti Terhi-Anna Wilska Turun kauppakorkeakoulu	Tutkija, dosentti Petri Parvinen Helsingin kauppakorkeakoulu
<b>Mainostoimisto</b>	Toimitusjohtaja Pia Siukosaari Grey Direct & Digital	Toimitusjohtaja Antti Koskinen Mainostoimisto Ego
<b>Tutkimus</b>	Tutkimussuunnittelu- johtaja Sylva Vahtera Kuulas Millward Brown	Toimitusjohtaja Jukka Tolvanen Research International Finland Oy
<b>Media</b>	Ilmoitusmyyntijohtaja Minna Virtanen Bonnier Publications Oy	Myyntijohtaja Leila Reponen Forma Publishing Group Oy

Ylituomariston puheenjohtajina toimivat vuorovuosina AdProfit-kilpailun järjestävien järjestöjen edustajat. Vuonna 2008 ylituomariston puheenjohtajana on Sanoma-lehtien Liiton puheenjohtaja, toimitusjohtaja Taisto Riski, Kaleva Kustannus Oy.

Tuomaristojen päätökset ovat lopullisia, niihin ei voi hakea muutosta. Mikäli jonkun ylituomarinarin edustaman yrityksen mainoskampanja nousee kilpailun short-listalle, kyseinen tuomari on jäävi ja häntä edustaa tämän kampanjan osalta ylituomariston varajäsen. Järjestäjät voivat täydentää ylituomaristoa, mikäli sekä jäsen että varajäsen ovat estyneitä tai jääviä osallistumaan tuomariston työskentelyyn. ►

## Kilpailutöitä hyödynnetään julkaisuissa ja opetustarkoituksissa

Kilpailun järjestäjillä on oikeus käyttää kilpailutöihin kuuluvaa, tekijän- tai muiden immateriaalioikeuksien alaista materiaalia sekä tutkimustuloksia ja selvityksiä kilpailuun liittyvässä tiedottamisessa ja mainonnassa, kilpailuun osallistuneista kampanjoista koottavassa julkaisussa sekä opetustarkoituksissa. Kilpailuun osallistujat vastaavat kaikista omiin kilpailutöihinsä liittyvistä tekijän- ja muista immateriaalioikeuskysymyksistä.

Kilpailuun tarkoitetut tiedot saattavat sisältää liikesalaisuuksia, joten tuomaristojen jäsenet sitoutuvat pitämään tiedot luottamuksellisina. Erikseen luottamukselliseksi nimettyjä tietoja ei julkisteta myöskään kilpailun jälkeen. Osallistujien kannattaa kuitenkin ottaa huomioon, että kilpailun tarkoituksena on edistää tavoitteellisen mainonnan suunnittelua ja kerätä opetuksessa hyödynnettävää case-aineistoa. Siksi tuloksia on voitava käsitellä konkreettisesti. Tarkkojen myynti- tms. lukujen sijasta kampanjayhteenvedossa voidaan kuitenkin käyttää indeksejä, kehitystrendejä, graafeja ja muita havainnollisia tietoja.

## Kampanjayhteenvedo on tuomariston tärkein arviointiväline

Jokaisesta kilpailutyöstä täytetään oheinen osallistumislomake ja laaditaan kampanjayhteenvedo (max. 2–3 liuskaa), joka sisältää kampanjan lähtökohdat, tavoitteet, strategian, kohderyhmät, mediavalinnat, markkinointitoimenpiteet, tulokset ja budjetin. Kampanjayhteenvedon laatimiseen kannattaa panostaa, koska se on keskeisin työväline tuomariston arviointiprosessissa.

Mahdolliset taulukot ja graafiset esitykset oheistetaan liitteiksi. Kampanjan lisäselvitysten määrän toivotaan kuitenkin pysyvän kohtuullisena, olennainen riittää.

Täytetty osallistumislomake ja kampanjayhteenvedo toimitetaan kilpailutoimistoon sekä paperiversioina että CD:lle tallennettuina. Lisäksi CD:llä toimitetaan kampanjan keskeisimmät elementit. Originaaliaineistoa ei kannata lähettää, koska kilpailutöitä ei palauteta osallistujille.

Kilpailuun osallistuja vastaa kaikista töiden lähettämiseen liittyvistä posti- ja kuljetuskustannuksista.

Tuomaristoilla on tarvittaessa mahdollisuus pyytää lisätietoja ja -materiaalia arviointia varten.

## Osallistumismaksu maksetaan samassa yhteydessä

Osallistumismaksu on 790 euroa (+alv 22%) kultakin osallistuvalla kampanjalta. Maksu kattaa myös julkistamisesta aiheutuvat kustannukset. Short-listalle valittujen kilpailutöiden tutkimustulokset toimitetaan asianosaisille ilman erillistä veloitusta.

Osallistumismaksu maksetaan Nordea-pankin tilille 157230-13201, kun kilpailutyöt toimitetaan kilpailutoimistoon. Viite 2040 on mainittava, ja maksusta tulee ilmeä, että kyseessä on AdProfit-kilpailun osallistumismaksu nimetystä työstä.

## Merkittävät palkinnot kummassakin sarjassa

**Kummankin kilpailusarjan voittaja saa kunniakirjan sekä 16.800 euron suuruisen rahapalkinnon, joka on tarkoitettu jaettavaksi kampanjatiimin jäsenille.** Yli-tuomaristo voi harkintansa mukaan myös jättää palkinnon jakamatta ja/tai jakaa erillisiä erikoispalkintoja/kunniamainintoja. Tulokset julkistetaan myöhemmin ilmoitettavana ajankohtana vuoden 2009 alussa.

## Järjestäjät

Aikakauslehtien Liitto, IAB Finland Oy, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Outdoor Finland – Suomen Ulkomainosliitto, Sanomalehtien Liitto, Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto, Suomen Radioiden Liitto ja Suomen Televisioiden Liitto.

## Lisätietoja kilpailutoimistosta

Lisätietoja AdProfit-kilpailusta saa kilpailutoimistosta: Mainostajien Liitto, sähköposti: [adprofit@mainostajat.fi](mailto:adprofit@mainostajat.fi), netti <http://www.adprofit.fi>, puhelin: 09-6860 840.