

KRİSTAL ELMA 2021 KATEGORİ AÇIKLAMALARI

AÇIKHAHA

Açık hava kategorisi ev dışı pazarlama iletişimi çalışmalarındaki yaratıcılığı ödüllendirir. Kamuya açık alanlarda/mekânlarda tüketiciye dokunarak marka deneyimine katkı sağlayan fikirler değerlendirilecektir. Bu kategoride yarışan çalışmaların açık hava mecrası için yaratılmış olması gerekmektedir.

Önemli Not: Kategori detayları için “TV & Sinema da Online kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

AA- POSTER, BILLBOARD

Poster, Billboard alt kategorisinde basın ilanlarının birebir açık hava uygulamaları kabul edilmeyecektir. Poster billboard (AA) kategorisinde, yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

AA01 Hızlı Tüketim

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik, kişisel bakım/güzellik; ev temizlik ürünleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AA02 Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AA03 Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler, sanal para servisleri ve borsa işleri; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AA04 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları, ticari veya ticari olmayan kuruluşların sosyal sorumluluk kampanyaları başvurabilir.

AA05 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; perakende satış, e-ticaret; sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi; moda ve aksesuar, oyuncak; hobi, kırtasiye malzemeleri; diğer, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, vd. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/ hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AB- ETKİLEŞİMLİ & DİJİTAL AÇIKHAVA

AB01 Etkileşimli & Dijital Açık hava

Bu alt kategoride başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Burada statik dijital billboard uygulamaları olabileceği gibi, hedef kitleleri ile etkileşime geçerek farklı kullanıcı deneyimi yaşatmayı amaçlayan çalışmalar veya online etkileşimi amaçlayan çalışmalar da yarışabilir. Teknolojinin kullanıldığı çalışmalarda iletişim stratejisinin çıkış noktasının açık hava mecrası olması değerlendirme kriterleri arasında yer alacaktır. Bu başlık altında yer alan ürünler/hizmetler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

AC- BÜYÜK VE KÜÇÜK ÖLÇEK AMBIENT

Alt kategori tanımları için “AA Poster Billboard” alt kategorisine bakınız.

AC01 Hızlı Tüketim

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler; kozmetik, kişisel bakım/güzellik; ev temizlik ürünleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AC02 Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AC03 Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler, sanal para servisleri ve borsa işleri; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AC04 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları, ticari veya ticari olmayan kuruluşların sosyal sorumluluk kampanyaları başvurabilir.

AC05 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; perakende satış, e-ticaret; sağlık ve sağlık ürünleri; kültür ve sanat, spor, hobi; moda ve aksesuar; oyuncak; hobi, kırtasiye malzemeleri; diğer; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif; eğitim, yarışma, vd. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/ hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel:

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px, dosya boyutu en fazla 2MB

2-Seçici Kurul değerlendirmeleri için uygulama kanıt fotoğrafları:

- 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB

Not: Eğer işinizi anlatmak için vaka videosu göndermeye ihtiyaç duyuyorsanız yüklemeniz gereken format aşağıdadır:

- En fazla 120 saniye, HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

BASIN

- Bu kategoride yalnızca bir alt kategori seçerek başvurabilirsiniz. (Örneğin; “Perakende-Moda-E-Ticaret” ten katılan bir başvuru bir başka alt kategoriden -örneğin “İmaj ve Toplumsal Sorumluluk” tan- yarışmaya katılamaz.)
- Başvurular tekildir. Birden fazla basın ilanı bir kampanyanın parçaları olsa dahi, sadece başvuru ile ilgili görsel sisteme yüklenmelidir.
- Kampanya bütünlüğü taşıyan ilanlar da bu kategoride değerlendirilecek olup, yarışmaya tekil olarak dahil edilmelidir. Seçici Kurul, kampanya bütünlüğü taşıyan ilanları birleştirerek ödüllendirme yetkisini saklı tutar.

B01-HIZLI TÜKETİM

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik ve kişisel bakım; ev bakım ve temizlik ürünleri.

B02-FİNANS

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

B03- PERAKENDE- MODA- E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler.

İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri.

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

B04- ELEKTRONİK- DEKORASYON

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf/ film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar.

Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofras setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları.

Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, emlak pazarlama sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boyaları, halı.

Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir.

B05- İLETİŞİM- BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet.

B06- OTOMOTİV-ULAŞIM- TURİZM

Her tür binek otomobil, moped, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

B07- İMAJ VE TOPLUMSAL SORUMLULUK

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahili /harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü /konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman /relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb.

B08- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

B09-ÖZEL GÜNLER

Bu kategori özel günlerin iletişim fırsatlarını değerlendiren, duygusal bağ ve/veya satış için yepyeni bir potansiyel yaratabilen markalar içindir. Resmi ve dini bayramlar, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi özel günler, Dünya Kupası, Olimpiyat vb.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1- Seçici kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel:

- 72 dpi, JPEG, RGB, yatay konumlandırmalar için maksimum 1920 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 1080 piksel boy

BÖLGE YARIŞMASI

BYB- BASIN

- Bu kategoriye başvurular tekildir. Birden fazla basın ilanı bir kampanyanın parçaları olsa dahi, sadece başvuru ile ilgili görsel sisteme yüklenmelidir.

BYBA Hızlı Tüketim

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik, kişisel bakım/güzellik; ev temizlik ürünleri.

BYBB Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya.

BYBC Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler, sanal para servisleri ve borsa işleri; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık.

BYBD Kurumsal İmaj

Belirli bir ürün veya hizmete vurgu yapmayan, marka imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları başvurabilir.

BYBE Toplumsal Sorumluluk

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işleri taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir.

BYBF Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; perakende satış, e-ticaret; sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi; moda ve aksesuar, oyuncak; hobi, kırtasiye malzemeleri; diğer, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif; eğitim, yarışma, vd.

BYA- EV DIŞI / Out of Home (OOH)

Açık hava kategorisi ev dışı pazarlama iletişimi çalışmalarındaki yaratıcılığı ödüllendirir. Kamuya açık alanlarda/mekânlarda tüketiciye dokunarak marka deneyimine katkı sağlayan fikirler değerlendirilecektir.

Bu kategoride yarışan çalışmaların açık hava mecrası için yaratılmış olması gerekmektedir. Poster, Billboard mecrası kullanıldığı takdirde, basın ilanlarının birebir açık hava uygulamaları kabul edilmeyecektir. Bu alt kategoride sektör ayrımı gözetilmez.

TMK- TEK MECRALI KAMPANYA

Kategori ayrımı gözetmeksizin film, dijital, basın, radyo, açık hava-OOH kampanyalar. TV, dijital, basın, radyo, açık hava-OOH mecralarında, kampanya bütünlüğü taşıyan işler yarışabilir.

Önemli Not: Önceki yıl yarışmaya tekil olarak katılan bir reklam, sonraki yıl bir kampanyanın parçası olarak yarışmada yer alabilir.

BEK- ENTEGRE KAMPANYA

Medya planı doğrultusunda kullanılmış mecra sayısının en az 3 ve 3'ün üzerinde olduğu, film, basın, açık hava-OOH, radyo, dijital ve sinemayı içeren çok mecralı kampanyalarda yarışan çalışmaların, bahsi geçen mecralardan en az üçünde yayınlanmış birer reklamdan oluşması gerekir.

BYR- RADYO

Özellikle radyoda yayınlanmak üzere üretilmiş ya da bu mecraya özgü unsurlar içeren çalışmalar yarışabilir. Radyo kategorisi sadece tekil başvurulara açıktır. Bu kategoride çalışmanın ses dosyasının yanı sıra dinlendiği takdirde 2 dk süreyi aşmayacak proje videosu yüklenebilir.

Önemli Not: Bölge Yarışması Radyo kategorisinde çalışmalar sektörden bağımsız olarak değerlendirilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel:

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px, dosya boyutu en fazla 2MB

2-Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filmi:

Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

3- Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak ses dosyaları (BYR-Radyo):

- MP3, 56 kbps, Stereo formatında yüklenmelidir.

4- Seçici kurul değerlendirmeleri için ilgili vaka videosu;

Vaka videosunun zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde en fazla 120 saniye ve 20 saniyelik versiyonlarda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

DİJİTAL, SOSYAL MEDYA VE AKTİVASYON

- Fikri ve uygulamasıyla kampanya bütünlüğü taşıyan web siteleri, sosyal medya uygulamaları, seri filmler veya bunların iç içe geçtiği farklı kampanya kurguları bu kategoride yarışabilir. Kampanyada, konvansiyonel mecra kullanımı varsa, bu kullanım, dijital kampanyanın etkisini artırmak amacını taşımaktadır.
- D09- Verinin Yaratıcı Kullanımı ve D12- Dijital Kampanyalar kategorilerin altında yer alan başlıklardan yalnızca bir tanesine başvuruda bulunabilirsiniz.
- Önemli Not: Eğer D07-Sosyal Sorumluluk kategorisinin altında yer alan alt kategorilerden birini seçtiyseniz diğer herhangi bir kategoriye başvurmanız gerekmektedir.

D01- WEB SİTESİ

Marka, ürün ya da hizmet için uzun dönem kullanım amaçlı yaratılan, amacı daha çok tanıtım, bilgilendirme ve/veya satış olan web siteleri başvurabilir. (Tasarım, kullanıcı deneyimi, metin yazımı gibi kriterler göz önüne alınarak bütünsel değerlendirme yapılacaktır.)

D0101 Kurumsal Site

D0102 Mikro Site

D02- YARATICI ETKİLEŞİM İÇERİKLERİ

Sosyal medya platformlarının sunduğu olanakları geleneksel alışkanlıkların dışında, farklı bir şekilde kullanarak marka mesajını yaratıcı bir şekilde ileten çalışmalar başvurabilir. (Instagram stories, Snapchat, Youtube gibi platformlarda belli bir markaya özel yaratılan hikayeler bu kategoride değerlendirilecektir.) Gerçek zamanlı aksiyon işleri de bu kategori altında yarışacaktır.

D0201 Yaratıcı etkileşim içerikleri – Ürün

D0202 Yaratıcı etkileşim içerikleri – Hizmet

D03-ÖZEL GÜNLERDE YARATILAN İÇERİKLER

Bu kategori özel günlerin iletişim fırsatlarını değerlendiren, duygusal bağ ve/veya satış için yepyeni bir potansiyel yaratabilen markalar içindir. Resmi ve dini bayramlar, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi özel günler, Dünya Kupası, Olimpiyat vb.

D0301 Özel Günlerde Yaratılan İçerikler- Ürün

D0302 Özel Günlerde Yaratılan İçerikler – Hizmet

D04-INFLUENCER İLETİŞİMİ

Fikir liderlerini marka iletişimi için kullanarak yapılan dijital projeler bu kategoriye başvurabilir. (Fikir lideriyle markanın iletişim anlamında kreatif eşleştirilmeleri, ortaya çıkan projenin yaratıcı fikri ve sonuçları değerlendirilecektir.)

D0401 Influencer iletişimi – Ürün

D0402 Influencer iletişimi – Hizmet

D05-MARKALI İÇERİK

Dijital platformlarda yer alan ya da marka için üretilmiş olsa dahi içeriğin odak noktasında marka/ürün/hizmetin bulunmadığı, marka entegrasyonunun bu içeriğe yaratıcı bir şekilde gerçekleştirildiği; görsel, metin, müzik, film ve/veya farklı dijital formatlardaki tüm çalışmalar başvurabilir.

D0501 Markalı içerik-Ürün

D0502 Markalı içerik – Hizmet

D06-TOPLULUK YÖNETİMİ

Markaların sosyal platformlarda geliştirdikleri içerik stratejileri; yaratıcılık, mecraya uygunluk, devamlılık ve hedef kitle ile kurduğu bağ üzerinden değerlendirilir. Süreklilik, tüketicisiyle etkileşim, ortak üretim, yaratıcı yaklaşım başlıkları değerlendirme içerisindedir.

D0601 Topluluk yönetimi – Ürün

D0602 Topluluk yönetimi – Hizmet

D07-SOSYAL SORUMLULUK

Kâr amacı gütmeyen, toplumsal, kültürel, ekonomik ve/veya çevresel farkındalık ve duyarlılık yaratmaya çalışan; dijital, mobil ve/veya sosyal mecrayı yaratıcı şekilde kullanan sosyal sorumluluk projeleri başvurabilir.

Önemli Not: Sosyal sorumluluk kampanyaları sadece bu kategoride değerlendirilir, başka kategoride yarışamaz.

D0701 Sosyal sorumluluk iletişimi – Markalar

D0702 Sosyal sorumluluk iletişimi – Kar Amacı Gütmeyen

D08- VR/AR TEKNOLOJİ PROJELERİ

Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin, markanın iletişim stratejisinde ve kampanya içerisinde yaratıcı bir şekilde uygulanması hem fikir hem de uygulama anlamında yaratıcılığın, teknoloji ile doğru şekilde kaynaştırılmış olması değerlendirme kriteridir. Instagram filtreleri vb bu kategori altında değerlendirilir.

D09- VERİNİN YARATICI KULLANIMI

D0901-Veriden Doğan Yaratıcılık

Kampanya yaratıcı fikrinin, markanın verilerinin ortaya çıkardığı içgöründen çıkmış olması, kampanya fikrinin bu içgörü etrafında örülmüş olması ve kampanyanın bu sayede fark yaratıp etki yaratmış olması başvurularda aranan kriterlerdir.

D0902-Veri Hikayeciliği

Markanın kampanya yaratıcı fikrinin hikaye anlatımına markanın kendi verisinin yön vermesi, değiştirmesi ve ortaya çıkan hikaye anlatımının veri etrafında örülmüş olması değerlendirilecektir.

D0903-Sosyal Veri ve İçgörü

Sosyal medya verileri ve bu verilerden doğan içgörülerin markanın yaratıcı kampanyasının çekirdeğini oluşturması ve bu sayede ortaya benzersiz bir yaratıcı proje çıkartılmış olması değerlendirilecektir.

D10- NATIVE REKLAMLAR

Reklam için kullanılan mecranın dinamiklerine uygun bir şekilde geliştirilmiş dijital reklam bazlı yaratıcı fikir ve kampanyalar başvurabilir. Platformun kullanıcı deneyimine ters olmayan, hedefleme

yapılan, kullanıcının içerik tüketiminin içine kendini akıllıca entegre eden reklamlar değerlendirilecektir.

D11- MOBİL TEKNOLOJİLERİN YARATICI KULLANIMI

Mobil platformlardaki teknoloji özelliklerinin ya da kısıtlarının, marka kampanyası adına yaratıcı bir şekilde kullanılması bu kategoride değerlendirilecektir. Bu teknolojiler yazılım ya da donanım tabanlı ya da ikisi birlikte olabilir.

D1101- Mobil teknolojilerin yaratıcı kullanımı- Ürün

D1102- Mobil teknolojilerin yaratıcı kullanımı- Hizmet

D12 – DİJİTAL KAMPANYALAR

Bu kategoriye dijitali merkezine alan kampanyalar başvurabilir. Fikri ve uygulamasıyla kampanya bütünlüğü taşıyan web siteleri, sosyal medya uygulamaları, seri filmler veya bunların iç içe geçtiği farklı kampanya kurguları bu kategoriye başvurabilir. Kampanyada, konvansiyonel mecra kullanımı varsa, bu kullanım, dijital kampanyanın etkisini artırmak amacını taşımalıdır.

Önemli Not: Bu kategoriye vaka videosu ile başvurmak zorunludur.

Not: Kategori ayrıntıları için Film- TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D1201 Hızlı Tüketim

Gıda, çikolata, şekerleme, çerez, içecekler, kozmetik ve kişisel bakım, ev bakım ve temizlik ürünleri.

D1202 Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri /hizmetleri, ev araç ve gereçleri, yapı ve yapı malzemeleri, dekorasyon, elektronik.

D1203 Hizmet

Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık.

D1204 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen kampanyalar. Perakende satış, fast food, internet markaları, sağlık, spor, kültür ve sanat, oyuncak, hobi, kırtasiye malzemeleri, moda ve aksesuar, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler, prezervatif, kargo, eğitim, yarışma vd.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Başvuru formuna reklam filminin URL'si mutlaka girilmelidir.

Projenin linki dışında yüklenecek malzemeler için;

2- Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- **Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:**

HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

3- Vaka videosunun zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde en fazla 120 saniye ve 20 saniyelik versiyonlarda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- **Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali**

HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

Not: Eğer işinizi sunum tablosu ile anlatmaya ihtiyaç duyuyorsanız aşağıdaki formatta yükleme yapmalısınız;

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px olmalıdır. Dosya boyutu en fazla 2MB olmalıdır.

ELİ ACIMAN REKLAM METNİ ÖDÜLÜ (EARM)

Markalar /ses tonu için markanın mesajı ya da kampanyayı somutlaştıran ya da ileriye taşıyan reklam metni. Bu kategori her türlü mecrada uygulanmış reklam metninin başvurusuna açıktır.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1- Kreatif görsel aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px, dosya boyutu en fazla 2MB

2- Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

ENTEĞRE KAMPANYALAR

- Entegre kampanyalar kategorisinde yarışan başvurular bir fikri, belli bir medya planı ve bütçesi doğrultusunda hedef kitleye en az üç farklı mecrayı (Ör: Açık hava, Dijital, Basın vb.) kullanarak bütünsel bir mükemmellik içerisinde hedef kitlesine sunar.
- Bir kampanya yalnızca bir alt kategoriden başvurabilir.

E01- HIZLI TÜKETİM

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik ve kişisel bakım; ev bakım ve temizlik ürünleri.

E02- FİNANS

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler.

E03 – PERAKENDE-MODA- E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler.

İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri.

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

E04-ELEKTRONİK- DEKORASYON

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf/ film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar.

Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hede eyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofa setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları.

Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, emlak pazarlama sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boyaları, halı.

Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir.

E05- İLETİŞİM- BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet.

E06- OTOMOTİV-ULAŞIM- TURİZM

Her tür binek otomobil, mopet, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

E07- İMAJ VE TOPLUMSAL SORUMLULUK

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahili /harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü /konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayınlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman /relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb.

E08-ÇOK MECRALI PROMOSYON KAMPANYASI

Bir markanın, ürün ya da hizmetin, indirimler ve kampanyalar gibi her türlü “fırsat” iletişimi.

E09- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

E10- ÖZEL GÜNLER

Özel günlerin iletişim fırsatlarını değerlendiren, duygusal bağ ve/veya satış için yepyeni bir potansiyel yaratabilen markalar içindir. Resmi ve dini bayramlar, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi özel günler, Dünya Kupası, Olimpiyat vb.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmeleri için ilgili vaka videosu;

Vaka videosunun zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde en fazla 120 saniye ve 20 saniyelik versiyonlarda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

2-Kampanyanın taşıyıcı 3 mecrasındaki kreatif uygulamalardan birer örnek de başvuru sırasında yüklenmelidir.

3-Eğer kreatif görsel yükleyecek iseniz:

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px, dosya boyutu en fazla 2MB

4-Eğer reklam filmi yükleyecek iseniz:

Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- **Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:**

HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

5- Eğer ses dosyası yükleyecek iseniz:

- MP3, 56 kbps, Stereo formatında yüklenmelidir.

TV & SİNEMA

- Bu kategoriye belli bir medya planı doğrultusunda TV & Sinema mecralarında yayınlanmış reklam filmleri başvurabilir. Bir filmin, TV & Sinema kategorisinde yarışmaya dahil olabilmesi için birden fazla ulusal TV kanalında belli bir medya planı ve bütçesi çerçevesinde yayınlanmış olması gerekir.
- Bu kategoride yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilir. (Örneğin; Banka, Sigorta, Finansal Hizmetlerden katılan bir başvuru Kurumsal İmaj ve/veya Toplumsal Sorumluluk alt kategorilerinden katılamaz.)
- Yarışmaya her bir film için tekil başvuru yapılır.
- Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı filmleri bütünleştirerek, kampanya ödülü verebilir.
- Online kategorisinde yarışan bir çalışmanın bire bir kopyasıyla bu kategoriye başvurulamaz.

- Bu kategoride “director’s cut” ya da yönetmen kopyası olarak bilinen kopyalar yarışmaya kabul edilmez. Yarışmaya katılan bir reklam filminin yayınlanmış kopyasından farklı şekilde gönderilmesi elenme sebebidir.
- Bir sinema reklam filminin TV & Sinema kategorisinde yarışmaya katılabilmesi için, özellikle sinemada gösterilmek amacıyla çekilmiş olması ve sinemada gösterildiği şekilde birebir TV’de yayınlanmamış olması gerekir. Bir TV reklam filmine sinemaya özgü planlar eklenmişse yarışmaya katılmak mümkündür.

F01 – YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler / atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvı yağlar, sade/meyveli yoğurtlar, peynir, makarna, her türlü işlenmiş et/balık ürünleri, şarküteri, tavuk, balık, et, salça, sos, çorba, konserve, reçel, kahvaltılıklar. Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş / çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta / pastane ürünleri, probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri bu kategoriye başvurabilir.

F02 – İÇECEKLER

Her türlü alkolsüz içecek, meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir.

F03- KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri.

Önemli Not: Bu kategoride yer almayan ürünler için “F17- Diğer” kategorisini tercih ediniz.

F04- EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON VE YAPI MALZEMELERİ

Her tür züccaciye ve ev dekorasyon ürünü: Tencere, tabak, bardak, çatal bıçak, vb. Mutfak ve sofrta ürünleri. Cam, porselen vs. malzemededen her tür ev dekorasyon ürünü. Her tür mobilya, halı ve ev tekstili (nevresim, örtü, perde, tül). Ev dekorasyon/züccaciye markalarının online sitelerinin iletişimi

Yapı malzemeleri, sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, hidrofor, kazan, jeneratör, boya, duvar kağıdı, vitrikiye, armatür, seramik, hazır mutfak, elektrik, enerji, tüp vb.

F05- EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları, tuvalet kâğıdı, peçete.

F06- OTOMOTİV VE OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/HİZMETLERİ

Her tür binek otomobil, moped, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii,

navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

F07- ELEKTRONİK, BEYAZ VE DAYANIKLI EŞYA

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf / film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar.

Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

F08- MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli, bir veya birden fazla markayı bulduran ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

F09- BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler.

F10- TELEKOMÜNİKASYON MARKALARI VE HİZMETLERİ

Telekom operatörleri, internet servis sağlayıcıları, arama motorları ve tüm iletişim sağlayıcıları, telekom operatörlerinin bireysel tüm tarife/teklif kampanyaları, kapsama iletişimleri, sadakat programı iletişimleri ile Telekom operatörlerinin markalı hizmetleri bu kapsamdadır.

F11- KÜLTÜR, SANAT, SPOR, ETKİNLİK

Her türlü kültür sanat, konser, festival, sinema, sinema salonları, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve dernek / vakıfların yapmış olduğu ticari iletişim ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve outdoor spor araçları vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

F12-MEDYA, YAYIN, DİJİTAL PLATFORMLAR

Mecra olarak basın, televizyon, radyo, gazete, dergi, kitap, web siteleri (yaşam biçimi, haber, iş vb.), karasal ve dijital yayın yapan tüm televizyon ve radyo program ve istasyonları, OTT'ler (dijital yayın platformları: BluTV, Puhu TV, Netflix gibi) Tüm içerik tanıtımları: film, dizi, yarışma programı vs

F13-TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

F14- PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler.

İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, bahis siteleri.

F15- KURUMSAL İMAJ

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahili /harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü/konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

F16- TOPLUMSAL SORUMLULUK

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb.

F17- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

F18-ÖZEL GÜNLER

Bu kategori özel günlerin iletişim fırsatlarını değerlendiren, duygusal bağ ve/veya satış için yepyeni bir potansiyel yaratabilen markalar içindir. Resmi ve dini bayramlar, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi özel günler, Dünya Kupası, Olimpiyat vb.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filmi:

Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

MEDYA

Bu bölümde, medya kullanımlarının/uygulamalarının başarısı ödüllendirilecektir. Medya kategorisinde yarışan işler için başarı kriterleri şöyledir:

- Medya kullanımları, markanın ana sorununa ya da fırsatına dokunuyor mu? Medya kullanımları, markanın hedef kitlesi ile buluşmasını sağlayan bir strateji içeriyor mu?
- Medya kullanımı, güçlü bir içgörü taşıyor mu?
- Medya kullanımı ve uygulamalar, yaratıcı ve yenilikçi mi?
- Medya kullanımı, sorunun çözümü ya da fırsatın hayata geçirilmesinde beklenen etkiyi yarattı mı?
- Medya (ME- Ürün & Hizmet hariç) bölümlerinde sektörel kategori ayrımı gözetilmez.

MA- MEDYA KULLANIMI

- Bu kategorilerdeki işler, reklamı yapılan ürün/hizmet/sektör göz önüne alınmaksızın, mecranın yenilikçi ve yaratıcı kullanımına ve bu mecradaki yenilikçi ve yaratıcı uygulamalara göre değerlendirilecektir.
- Bu kategorinin alt kategorilerden yalnızca bir tanesine başvuruda bulunabilirsiniz. (Ör: MA01'e başvuruda bulunduysanız MA12'ye de başvuru yapamazsınız.)

MA01 TV Kullanımı

TV'de gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile buluşmasında farklılık, bir yenilik yaratması beklenmektedir. Markalı içerik ve entegrasyon uygulamaları bu kategoride değerlendirilir.

MA02 Radyo ve Ses Kullanımı

Radyoda gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir.

MA03 Basın Uygulaması

Basılı gazete, dergi ve eklerinde ve diğer basılı materyallerinde gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (Dijital yayınlar, e-gazete ve e-dergi kullanımları bu kategorinin dışında tutulacaktır.)

MA04 Sinema Uygulaması

Sinemada gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (Sinema mecrasındaki tüm kullanımlar- perde reklamı, fuaye, vb.- bu kategori içinde değerlendirilecektir.)

MA05 Sponsorluk Uygulaması

Medya kanallarında veya medya kanalları aracılığıyla sponsorluk anlaşmaları dahilinde gerçekleştirilen yenilikçi ve yaratıcı sponsorluklar...Hedef kitle, marka ve mesaj düşünüldüğünde, hayata geçirilen sponsorluğun markaya değer katması beklenir.

MA06 Özel Etkinlik Kullanımı

Marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı özel etkinlikler (online/offline) aracılığıyla buluşturulması. (Büyük ve küçük ölçekli canlı gösteriler/etkinlikler, deneyimsel etkinlikler, festivaller, konserler, spor etkinlikleri, vb. dahildir).

MA07 Ev dışı (Outdoor & Indoor) Kullanımı

Açıkavada gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (Geleneksel panolar, raketler, duraklar, megalight ve toplu taşıma araçları gibi standart açık hava reklam alanlarındaki farklı kullanımlar ile mağaza veya AVM içinde yer alan indoor reklam alanlarının farklı kullanımını kapsamaktadır.)

MA08 Ambient Mecra Kullanımı

Geleneksel olmayan büyük ölçekli ve küçük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenmektedir.

Ör: Büyük Ölçek: 3 boyutlu ve standart olmayan büyüklükte kullanımlar, gişeler, bilet turnikeleri, zeminde medya çalışmaları, diğer dış mekân kullanımları, bina ve sokaklardaki duvarların kullanımı.

Ör: Küçük Ölçek: Barlar ve restoranlardaki küçük ölçekte kullanımlar, bardaklar, paspaslar, servis kağıtları, benzin pompaları, kapı askıları, tabelalar, çıkartmalar, el ilanları.

MA09 Sosyal/Video Platform Kullanımı

Sosyal medya ve video dinamiklerini yaratıcı ve yenilikçi bir şekilde kullanan, sosyal uygulama içeren bloglar/ağlar, video platformları ve uygulamaları (FB, IG, Youtube vb.) aracılığıyla yapılan dijital medya kullanımları ve buradaki reklam alanlarının kullanımı. Viral reklamların dağıtım stratejileri, sosyal/video bazlı reklamların yaratıcı bir şekilde kullanımı, dijital reklamların yaratıcı hedefleme stratejileri ve uygulamaları.

MA10 Mobil Medya Kullanımı

Mobil platformlarda gerçekleşen veya mobil teknoloji bazlı yenilikçi ve yaratıcı kullanımlar; web tarayıcı olmaksızın indirilerek çalışan mobil uygulamalar, mobil teknoloji entegrasyonu, akıllı telefonlar, tabletler, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, QR, mobil oyunlar.

MA11 En Yenilikçi Teknoloji/Dijital Medya Kullanımı

Bir medya kampanyasını destekleme amaçlı dijital yeniliği tetikleyen, sektöre ilham veren yeni teknolojilerin kullanımı. Yapay zeka, artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik, robot teknolojisi, giyilebilir ve interaktif teknoloji ürünleri.

MA12 Markalı İçerik Kullanımı

Bu kategorilerde marka değerleri ve hedeflerine uygun olarak tüketicilerin ve ölçülebilen sonuçların (viral etki, kazanılan medya değeri, artırılan erişim) bir araya getirilmesinde ilgili içeriğin (TV sponsorluğu, video, doğal reklamcılık, dijital içerik vb.) başarıyla kullanılıp kullanılmadığına bakılır. Başvurular içeriğin kendisine göre değerlendirilmez; bu içeriğin oluşturulması, etkileyebilmesi ve genişletilmesi sürecinde medyanın rolüne bakılır.

MA1201- Markalı İçerik- Ürün Yerleştirme

Bir program ya da platform özelinde yapılan marka ya da ürün entegrasyonu. Bir film, TV programı, kısa filmler, webisode, müzik videoları, streaming servisleri gibi var olan içeriklere marka / ürünün entegre edilmesi. Bu bölümdeki başvurular, ürün ile tüketici bağının- marka değerleri ve hedeflerine uygun olarak- başarılı kurulmasında içeriğin rolü üzerinden değerlendirilir. Kurulan bağın yanı sıra yapılan entegrasyonun ölçülebilir sonuçları değerlendirilecektir. Başvurular içeriğin kendisine göre değerlendirilmez; bu içeriğin oluşturulması, etkileyebilmesi ve genişletilmesi sürecinde medyanın rolüne bakılır.

MA1202- Markalı İçerik- Dijital ve Sosyal Medya İçin Oluşturulmuş İçerik

Bu bölümdeki başvurular, marka değerleri ve hedeflerine uygun olarak dijital ya da sosyal ağlar için üretilmiş içeriklerin tüketici ile kurulan bağın yaratılmasındaki etkisi ve tüketici ile yaratılan etkileşimdeki rolü üzerinden değerlendirilir. Markalı sosyal medya paylaşımları, web site/ mikro site, mobil uygulama, oyunlar, doğal reklamcılık örnekleri gibi marka özelinde yaratılmış olan içerikler Başvurular içeriğin kendisine göre değerlendirilmez; bu içeriğin oluşturulması, etkileyebilmesi ve genişletilmesi sürecinde medyanın rolüne bakılır.

MB- YEREL MEDYA

MB01 Yerel Medya Kullanımı

Bu kategoride yarışacak çalışmaların yerel mecralar kullanılarak gerçekleştirilmiş olması, yerel mecra kullanımlarının kampanya hedeflerine uygunluğu, kampanyaya katkısı ve yerele özel uygulama içermesi beklenir.

MC- VERİDEN BESLENEN YARATICILIK

MC01 Verinin Kullanımı

Bu kategoride yaratıcılık ve yenilikçilik yine ana kriter olacaktır. Yaratıcılık ve yenilikçi kampanya, strateji ya da uygulamanın veri kullanımı ile ilişkilendirilmesi ve veriden kaynaklı marka stratejisine ve hedeflerine uygun iç görülerle oluşturulması ve hayata geçirilmesi önemlidir. Bu kategori tüm veri kaynaklarını ve bu kaynaklardan beslenen, tüm medya strateji ve uygulamalarını kapsar.

MD- ENTEGRE KAMPANYA

MD01 En İyi Entegre Medya Kullanımı

Uygulamalar, seçilen medya kanallarının kampanya çerçevesinde ne ölçüde entegre kullanıldığına, bu kanalların birbirlerini nasıl tamamladıklarına ve marka mesajını nasıl iletişime taşıdıklarına göre değerlendirilir. Bu kategoride yarışacak işler, kampanya içerisinde en az 3 farklı medya kanalını kullanmış olmalıdır. (Örnek: TV- Radyo- OOH, Markalı İçerik - Display - Sinema).

ME- ÜRÜN VE HİZMET

Bu kategoride seçilen ürün veya hizmet için gerçekleştirilmiş en iyi medya kampanyaları değerlendirilir.

ME01-Hızlı Tüketim

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik, kişisel bakım/güzellik; ev temizlik ürünleri.

ME02-Dayanıklı Tüketim

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya.

ME03-Bankacılık ve Finans

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

ME04-Otomotiv

Her tür binek otomobil, mopet, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

ME05- Hizmet

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet.

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve dernek / vakıfların yapmış olduğu ticari iletişim ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık (Dijital TV platformları için “B10 Teknoloji Hizmetleri” kategorisine bakınız), internet portallarının tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı.

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

ME06- Ürün/ Hizmet Lansman

Kategoriye özel belirlenen yarışma döneminde lansmanı veya relansman yapılmış, herhangi bir medya kanalında (TV, radyo, mobil vb.) yapılan iletişimin, lansman/ relansmanın başarısındaki etkisinin net gösterilebildiği işler bu kategoriye başvurabilir.

ME07 – Perakende, Satış, E-Ticaret

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri.

ME08- Diğer

Sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi; moda ve aksesuar, oyuncak; hobi, kırtasiye malzemeleri; diğer, evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, vd.; promosyon, kurumsal imaj; toplumsal sorumluluk.)

MF- MEDYADA MÜKEMMELLİK

- Bu kategoride yalnızca Kristal Elma verilir.
- Bu kategorinin alt kategorilerinden yalnızca bir tanesine başvuruda bulunabilirsiniz. (Ör: MF01’den başvuruda bulunduysanız MF03’e başvuruda bulunamazsınız.)

MF01 Medya İçgörüsü ve Medya Stratejisinde Mükemmellik

Bu kategoride yarışacak olan işler, markanın konumu, marketing ve iş hedefleri ile aynı doğrultuda, özgün bir medya stratejisi geliştirme amacıyla oluşturulan bir medya kampanyasının tüketici içgörülerini açığa çıkartarak ve/veya tüketici ihtiyaçları/davranışlarından beslenerek ne derece başarılı olduğuna göre değerlendirilecektir.

MF02 Medya Planlamada Mükemmellik

Bu kategoride yarışacak olan işler, seçilen mecraların markanın mesajını en iyi şekilde iletebilmek amacıyla nasıl seçildiği ve farklı ve yaratıcı kullanıldığına bağlı olarak değerlendirilecektir. Başvuru sırasında gereken etkinin elde edilebilmesi amacıyla mesajın erişim, penetrasyon, frekans bilgileri ile ilgili ayrıntıların da belirtilmesi gereklidir.

MF03 Medya Uygulamasında Mükemmellik

Başvuru sahipleri medya yaratıcılığı ve mecralarla yapılmış olan başarılı müzakerelerin kampanyanın belirlenmiş kanallarda uygulanması ve iş hedeflerine ulaşma açısından etkili olması yönünde ne kadar başarılı olduğunu açıkça belirtmelidir. Medya satılmadaki başarı, marka mesajının ve yaratıcı aktarımın bir parçası olarak düşünülecektir.

MG - GERÇEK ZAMANLI MEDYA PLANLAMA

Bu kategori, bir olaya, kültürel fenomene veya başka bir markaya gerçek zamanlı olarak alakalı, yaratıcı ve etkileyici, markanın değerlerini özünde barındırarak yanıt veren medya işlerini / kampanyaları, medya yaklaşımı, planı ya da çözümünü ödüllendirir. O konu etrafında konuşan ya da hedeflenen kitlenin ilgisini çekmek, ihtiyacına çözüm olmak, konuşmanın büyüklüğünden faydalanmak için medya kullanımının ilişkisini inceler.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1- Seçici kurul değerlendirmeleri için vaka videosu:

Vaka videosunun zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde en fazla 120 saniye ve 20 saniyelik versiyonlarda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

Not: Eğer işinizi sunum tablosu ile anlatmaya ihtiyaç duyuyorsanız aşağıdaki formatta yükleme yapmalısınız;

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px olmalıdır. Dosya boyutu en fazla 2MB olmalıdır.

ONLINE FİLM

- Bu kategoriye sadece online mecralarda yayınlanmış reklam filmleri başvurabilir.
- Yarışmaya her bir online film için tekil başvuru yapılır.
- Bu kategorinin alt kategorilerinden yalnızca bir alt kategorisine başvuruda bulunabilirsiniz. (Ör: O13'ten başvuruda bulduysanız O16'dan başvuruda bulunamazsınız.)
- Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı filmleri bütünleştirerek, kampanya ödülü verebilir.
- TV ya da sinema mecraları için üretilmiş filmlerin birebir olarak online platformlara yüklenmiş versiyonları bu kategoriye başvuramaz.
- TV ve Sinema filmlerinin video paylaşım mantığına/hedefine uygun olarak dijital ortama yüklenmiş versiyonları Online Film kategorisinde yarışabilir. Ancak, söz konusu filmlerin internet ortamına yüklenmiş birebir kopyaları Online Film kategorisine başvuramaz.

Önemli notlar:

- Bu kategoride yarışan filmlerin her halükârda video platformlarından herhangi birinde yayınlanmış örneğinin URL'si başvuru formunda belirtilmelidir.
- Viral film kategorisi dışındaki kategorilerde vaka videosu kabul edilmez. Vaka videosunun süresi maksimum 120 sn. olmalıdır.

O01 – YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler / atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvı yağlar, sade/meyveli yoğurtlar, peynir, makarna, her türlü işlenmiş et/balık ürünleri, şarküteri, tavuk, balık, et, salça, sos, çorba, konserve, reçel, kahvaltılıklar. Bisküvi, çikolata, gofret, işlenmiş kuruyemiş / çerezler, fındık-fıstık ezmesi, dondurma, şekerleme, sakız, pasta/ pastane ürünleri, probiyotik yoğurtlar, diyet yiyecekler, gıda destek ürünleri ve diyabet ürünleri bu kategoriye başvurabilir.

O02 – İÇECEKLER

Her türlü alkolsüz içecek, meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir.

O03- KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri.

Önemli Not: Bu kategoride yer almayan ürünler için “O17- Diğer” kategorisine bakınız.

O04- EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON VE YAPI MALZEMELERİ

Her tür züccaciye ve ev dekorasyon ürünü: Tencere, tabak, bardak, çatal bıçak, vb. mutfak ve sofraya ürünleri. Cam, porselen vs. malzemedeki her tür ev dekorasyon ürünü. Her tür mobilya, halı ve ev tekstili (nevresim, örtü, perde, tül). Ev dekorasyon/züccaciye markalarının online sitelerinin iletişimi

Yapı malzemeleri, sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, hidrofor, kazan, jeneratör, boya, duvar kağıdı, vitrifiye, armatür, seramik, hazır mutfak, elektrik, enerji, tüp vb.

Önemli Not: Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için “O07 Elektronik & Beyaz Eşya” kategorisini tercih ediniz.

O05- EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları, tuvalet kâğıdı, peçete.

O06- OTOMOTİV VE OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/HİZMETLERİ

Her tür binek otomobil, mopet, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

O07- ELEKTRONİK, BEYAZ VE DAYANIKLI EŞYA

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf / film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar.

Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

O08- MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli, bir veya birden fazla markayı bulduran ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

O09- BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler.

O10- TELEKOMÜNİKASYON MARKALARI VE HİZMETLERİ

Telekom operatörleri, internet servis sağlayıcıları, arama motorları ve tüm iletişim sağlayıcıları Telekom operatörlerinin bireysel tüm tarife/teklif kampanyaları, kapsama iletişimleri, sadakat programı iletişimleri ile Telekom operatörlerinin markalı hizmetleri bu kapsamdadır

O11- KÜLTÜR, SANAT, SPOR, ETKİNLİK

Her türlü kültür sanat, konser, festival, sinema, sinema salonları, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve dernek / vakıfların yapmış olduğu ticari iletişim ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve outdoor spor araçları vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

O12-MEDYA, YAYIN, DİJİTAL PLATFORMLAR

Mecra olarak basın, televizyon, radyo, gazete, dergi, kitap, web siteleri (yaşam biçimi, haber, iş vb.), karasal ve dijital yayın yapan tüm televizyon ve radyo program ve istasyonları, OTT'ler (dijital yayın platformları: BluTV, Puhu TV, Netflix gibi) Tüm içerik tanıtımları: film, dizi, yarışma programı vs.

O13- TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devremülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

O14- PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri.

Not: Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

O15- KURUMSAL İMAJ

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahili /harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü/konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

O16- TOPLUMSAL SORUMLULUK

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb.

O17- VİRAL FİLM

Viral film alt kategorisinde belirli bir dijital medya yatırım desteği olsa dahi, kişilerin beğeni, konuşma ve paylaşımları ile büyük kitlelere ulaşmayı başarmış, “viral” olarak adlandırılacak filmler yarışacaktır.

O18- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

O19-ÖZEL GÜNLER

Bu kategori özel günlerin iletişim fırsatlarını değerlendiren, duygusal bağ ve/veya satış için yepyeni bir potansiyel yaratabilen markalar içindir. Resmi ve dini bayramlar, anneler günü, babalar günü, sevgililer günü gibi özel günler, Dünya Kupası, Olimpiyat vb.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmeleri için reklam filmi:

Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

RADYO VE SES

- Özellikle radyoda yayınlanmak üzere üretilmiş ya da bu mecraaya özgü unsurlar içeren çalışmalar yarışabilir. TV reklam filmlerinin söz düzenleri, müzikleri ve cıngılları ile söz düzeni ve cıngılın uzun veya kısa versiyonları bu dalda yarışmaya katılamaz.
- Radyo kategorisi sadece tekil başvurulara açıktır.
- Bu kategoride radyo spotunun ses dosyasına ek olarak 2 dk süreyi aşmayacak bir vaka videosu ya da proje tablosu (presentation board) yüklenebilir.
- Bir iş yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapabilir.

Önemli Not: Kategori detayları için “Film, TV & Sinema” ya da “Online Film” kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

R01- HIZLI TÜKETİM

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik ve kişisel bakım; ev bakım ve temizlik ürünleri.

R02- FİNANS

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, sanal para servisleri ve borsa işleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve faktoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri finansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

R03- PERAKENDE-MODA- E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler.

İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri.

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

R04-ELEKTRONİK- DEKORASYON

Her türlü elektronik cihaz ve bu cihazlarla kullanılan ürünler. Cep telefonu, bilgisayar, tablet, TV, ev sinema sistemleri, video, radyo, müzik seti, fotoğraf makinesi, fotoğraf/ film malzemeleri, müzik aletleri, video ve ses ortamları, bellek diskleri, pil, fotokopi makinesi, bilgisayar oyunları, bilgisayar yazılım ve aksesuarları, modem, yazıcılar, faks, santral, hesap makinesi, yazar kasa ve diğer elektronik cihazlar.

Beyaz eşya ürünleri, buzdolabı, dondurucu, elektrikli mutfak aletleri, elektrikli süpürge, çamaşır/kurutucu makineler, bulaşık makinesi, beyaz eşya bayileri. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Beyaz eşya ve elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofras setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları.

Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, emlak pazarlama, (İnternet üzerinden emlak pazarlama için “B03 Perakende, Satış, E-Ticaret” kategorisine bakınız) sıhhi tesisat, ısıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boyaları, halı.

Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir.

R05-İLETİŞİM- BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet.

R06- OTOMOTİV-ULAŞIM- TURİZM

Her tür binek otomobil, moped, motosiklet, kamyon, pikap, minibüs, otobüs. Otomotiv yan sanayi ürünleri, lastik, motor yağı, akaryakıt, akü, aksesuarlar, otomotiv servis hizmeti, otomotiv bayii, navigasyon sistemleri/hizmetleri. Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

Tatil köyü, otel, tur, devremülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

R07- İMAJ VE TOPLUMSAL SORUMLULUK

Belli bir ürün ya da sunulan bir hizmete vurgu yapmayan, markaya ya da kurum imajına katkıda bulunmayı hedefleyen iletişim çalışmaları. Kurum için, kuruma ilişkin, dolaylı ya da dolaysız olarak kurumu dahili /harici paydaşlara ya da topluma tanıtıcı çalışmalar, iyi niyet gösterme, hayır işlerini ve kamusal duyarlılıkları destekleme amacını güden, finansal çevreleri etkilemeye, kuruma insan kaynakları çekmeye yönelik, farkındalık yaratıcı imaj kaynaklı hedeflere göre hazırlanan ya da kurumun belli bir konudaki görüşünü /konumunu ortaya koyan belli bir görüşe karşı çıkan, savunuyu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayınlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman /relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

Ticari veya ticari olmayan kuruluşların kamu hizmeti işlevi taşıyan, sosyal bir soruna çözüm arayan kampanyaları başvurabilir. Sağlık, eğitim, sanat ve kültürel hizmetler, çevre ve yerel hizmetler vb.

R08- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmeleri için radyo spotu:

Radyo Spotunun yayınlanmış hali & 20 saniyelik hali

- MP3, 56 kbps, Stereo formatında yüklenmelidir.

2- Seçici Kurul değerlendirmeleri için vaka videosu (varsa):

Vaka videosunun zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde en fazla 120 saniyelik versiyonda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

Not: Eğer işinizi sunum tablosu ile anlatmaya ihtiyaç duyuyorsanız aşağıdaki formatta yükleme yapmalısınız;

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px olmalıdır. Dosya boyutu en fazla 2 MB olmalıdır.

REKLAMDA TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTLİĞİ

Bu kategori toplumda kadın ve erkeklere eşit bakılmasını teşvik eden veya cinsiyet eşitsizliğine karşı iletişim ve aksiyonları olan markalar içindir. Başvuran markanın sadece 8 Mart gibi özel günleri kutlama noktasında kalmaması beklenmektedir. Marka cinsiyetçi kalıpların dışına çıkma veya cinsiyet rollerine dair toplumda var olan çeşitliliği iletişimine yansıtma cesaretini göstermelidir (kadın ve erkekleri cinsiyetçi toplumsal kalıplara zıt veya o güne kadar hiç görülmemiş şekilde kullanma).

Önemli Not: Bu kategoriye mecra bağımsız yukarıdaki açıklamaya uyan her iş başvurabilir.

TASARIM

- Bu kategoride yarışan çalışmalar hayata geçirilmiş/uygulanmış olmalıdır; eskiz aşamasında ya da prototip/hazırlık aşamasında olan ürün ya da hizmetler için gerçekleştirilen projeler kabul edilmeyecektir.
- Tasarım kategorisine kreatif, dijital ve tasarım ajanslarının yanı sıra şahıs şirketi olmak kaydıyla bireysel başvurular da yapılabilir.
- Tasarım bölümlerinde sektörel kategori ayrımı gözetilmez.
- Bu kategoriye başvurular tekildir. Örneğin TA-Kimlik Tasarımı kategorisinin altında yer alan kategorilerden sadece bir tanesine başvuruda bulunabilirsiniz.

Önemli Not: Kristal Elma yarışması çoklu katılıma olanak sağlamaktadır. Çoklu katılımın söz konusu olduğu durumlarda ödül başvuruda bulunana takdim edilir. Yaratıma katkı sağlayanlar diledikleri takdirde üretim maliyetini karşılamak suretiyle kazanılan ödülün bir kopyasına sahip olabilirler.

TA-KİMLİK TASARIMI

TA01 – YENİ MARKA KİMLİĞİ

Daha önceden adına bir kimlik tasarlanmamış bir kuruluş, marka veya hizmet için tasarlanmış kimlikler katılabilir. Kimliğin işin sektörüne, kapsamına bağlı olarak birden fazla alan, çeşitli medya üzerinde yayılımı örneklendirmelidir.

TA02 – GÜNCELLENEN MARKA KİMLİĞİ

Mevcut bir kuruluş, marka veya hizmet için kimliği iyileştirmek, güncellemek amacıyla tasarlanmış kimlik tasarımları başvurabilir. Kimliğin, işin sektörüne, kapsamına bağlı olarak birden fazla alan, çeşitli medya üzerinde yayılımı örneklendirilmelidir.

TA03 – LOGO

Tek veya logo aileleri katılabilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TA01, TA02, TA03 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

TB-TİPOGRAFİ

TB01 – TASARIMDA TİPOGRAFİ KULLANIMI

Merkezinde tipografik unsurlarla gerçekleştirilmiş, bir fikir/uygulama olan işler, harflerle oluşturulmuş grafik düzenlemeler medya bağımsız katılımında bulunabilir.

TB02- FONT TASARIMI

Bir proje için üretilmiş veya tasarımcının genel kullanıma açık tasarlamış olduğu font veya font aileleri katılabilir. Font kapsamında tasarlanan karakter seti, fontun kullanıldığı cümle ve paragraf örneklemeleri ile birlikte gönderilmelidir. Fontun denenebilir online linki opsiyonel olarak iletilebilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TB01 ve TB02 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

TC-FOTOĞRAF

TC01 – FOTOĞRAF

Herhangi bir mecrada ticari, kültürel, sosyal bir iletişim için kullanılmış fotoğraflar başvurabilir. Katılım seri olmayan tekil fotoğraflar için uygundur.

TC02 – DİZİ FOTOĞRAF

Herhangi bir mecrada ticari, kültürel, sosyal bir iletişim için kullanılmış dizi olarak planlanmış fotoğraflar başvurabilir.

TC03 – FOTOMANİPÜLASYON

Belli bir amaç için çekilmiş özgün bir fotoğrafa yeni bir görüntü oluşturacak şekilde yapılan müdahalelerin değerlendirileceği işler başvurabilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TC01, TC02, TC03 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

Önemli Not: Tekil olarak TC01 kategorisine başvuru yapmış bir iş TC02'nin içinde seri olarak yer alamaz.

TD-AFİŞ

TD01 – AFİŞ

Bir marka, kurum veya hizmet adına duyuru, tanıtım amacıyla afiş formatında tasarlanmış işler katılabilir.

TD02 – DİZİ AFİŞ

Bir marka, kurum veya hizmet adına duyuru, tanıtım amacıyla afiş formatında tasarlanmış dizi işler katılabilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TD01 ve TD02 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

Önemli Not: Tekil olarak TD01 kategorisine başvuru yapmış bir iş TD02'nin içinde seri olarak yer alamaz.

TE-YAYIN TASARIMI

TE01 – KİTAP KAPAĞI

Yayınlanmış, çoğaltılmış kitap kapağı tasarımları başvurabilir.

TE02 - KİTAP

Yayınlanmış, çoğaltılmış kitap tasarımları başvurabilir.

TE03 – DİZİ YAYIN

Yayınlanmış, çoğaltılmış dizi kitap, dergi, gazete gibi süreli yayın tasarımları başvurabilir.

TE04– FAALİYET VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU

Bir kuruluş, marka veya hizmet için tasarlanmış yıllık faaliyet ve sürdürülebilirlik raporları katılabilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TE01, TE02, TE03 ve TE04 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

Önemli Not: Tekil olarak TE01 veya TE02 kategorisine başvuru yapmış bir iş TE03'ün içinde seri olarak yer alamaz.

Önemli Not: Tekil olarak TE01'e başvuru yapmış bir iş TE02 kategorisine başvuramaz.

TF-AMBALAJ TASARIMI

TF01 – AMBALAJ GRAFİK TASARIMI

Bir ürün ambalajının görünen yüzeyinin tasarlandığı çalışmalar başvurabilir.

TF02 – AMBALAJ TASARIMI

Bir ürünün ambalajının üç boyutlu formunun ve görünen yüzeyinin tasarlandığı çalışmalar başvurabilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TF01, TF02 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

Önemli Not: Ambalajın tasarımı farklı disiplinden bir tasarımcıyla gerçekleştirildiği durumlarda (örn: bir endüstriyel tasarımcı + grafik tasarımcı) başvuru ortak gerçekleştirilebilir.

TG-İLLÜSTRASYON (NAZAN ERKMEN ÖZEL ÖDÜLÜ)

Bir marka, kurum, hizmet veya yayın adına özel illüstre edilmiş çalışmalar katılabilir. Başvuru, illüstrasyonun kullanıldığı medyanın açıkça anlaşılacağı şekilde gerçekleştirilmelidir.

TH – KARAKTER

Bir markayı, projeyi, bir hikayedeki kişiyi figürize eden, canlandıran karakter tasarımları başvurabilir. 2 veya 3 boyutlu, anime edilmiş veya edilmemiş tüm çalışmalar katılabilir. Başvuru, üretildiği marka ile olan ilişkisi ve uygulandıkları alanın açıkça anlaşılacağı şekilde sağlanmalıdır.

TI-WEB SİTESİ

İnternet üzerinde yazı, grafik, resim, ses ve hareketli görüntülerden oluşan dokümanları bir marka, kurum veya hizmet için kurulan web sitesi üzerinden hizmete sunan çalışmalar katılabilir. Web sitesinin genel tasarımıyla birlikte, site için tasarlanan görsel öğelerin, yazılımda planlanan kullanıcı deneyimini sağlama becerisi üzerinden değerlendirilir.

TJ – MİKRO SİTE

Bir marka, kurum veya hizmet için kurulan mevcut bir web sitesinden ayrı bir varlık olarak işlev görmesi veya çevrimdışı bir etkinliği tamamlaması amaçlanarak tasarlanmış tek bir web sayfası veya küçük bir sayfa kümesinin genel görsel tasarımı ve tasarlanan öğelerin, yazılımda planlanan kullanıcı deneyimini sağlama becerisi üzerinden değerlendirilir.

TK – MOBİL UYGULAMA

Bir marka, kurum veya hizmet için kurulan mobil uygulamanın genel görsel tasarımı ve tasarlanan öğelerin, yazılımda planlanan kullanıcı deneyimini sağlama becerisi üzerinden değerlendirilir. Bu başlık altında, akıllı telefon, tablet bilgisayar ve akıllı saat gibi mobil cihazlarda çalışması için hazırlanmış tüm işler katılımda bulunabilir.

TL – ANİMASYON

TL01 – 2D

İki boyutlu görüntü oluşturan animasyonlar.

TL02 – 3D

Üç boyutlu görüntü oluşturan animasyonlar.

TL03 – DİJİTAL TANITIM EKРАНLARI

Çeşitli formatlarda tanıtım ekranları için tasarlanmış hareketli görüntüler.

Önemli Not: Aynı iş ile TL01, TL02 ve TL03 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

TM- SOSYAL MEDYA

Tasarım yoluyla sosyal medya kullanıcılarının katılımını, etkileşimi sağlayan işler katılımda bulunabilir.

TN-OYUN

TN01 – OYUN

Eğlence veya eğitim, egzersiz veya deneysel amaçlarla bir oyun oluşturmak için planlanmış bir kurgunun tasarlandığı, görsel tasarımıyla oynanabilirliğe katkısı olan çalışmalar başvurabilir.

TN02 – DİJİTAL OYUN

Eğlence veya eğitim, egzersiz veya deneysel amaçlarla bir oyun oluşturmak için planlanmış bir kurgunun tasarlandığı, görsel tasarımıyla oynanabilirliğe katkısı olan, dijital medyada yaşayan çalışmalar katılabilir.

Önemli Not: Aynı iş ile TN01 ve TN02 kategorilerinden yalnızca 1 tanesine başvurabilirsiniz.

TO- VERİ GÖRSELLEŞTİRME

Tasarım yoluyla bilgiyi net ve etkili bir şekilde ileten, karmaşık verilerin görselleştirildiği, konumlandığı medyanın gereksinimlerine bağlı olarak, yazı, grafik, resim, ses, hareketli görüntüler ve çeşitli yeni teknoloji uygulamalarından oluşan bir sisteme dönüşen çalışmalar katılımında bulunabilir.

TP-TASARIMDA METİN KULLANIMI

Bir tasarımın ayrılmaz bir parçası olarak yazılmış, tasarımla birlikte bir yapı kuran yaratıcı metinler değerlendirilir.

TR – TASARIMDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Tasarımda sürdürülebilir yaklaşımı odak noktasına alan, uzun vadeli devamlılığı, mutlak kendine yeterliliği ve atık üretmemeyi hedeflemiş, sosyal, ekonomik ve ekolojik tasarımlar ve süreçlerin izlendiği işler değerlendirilir.

Önemli Not:Bu kategori başvuru almaz, jüri tüm kategoriler üzerinden katılan işler arasından ödüllendirilmeye değer iş görürse bir ya da birden fazla işe bu özel ödülü verebilir. Ödüllendirilmeye değer iş görülmezse de ödül vermek zorunlu değildir.

TS – ENSTALASYON

Bir iletişim kampanyasının kapsamı dahilinde üretilmiş veya uzantısı olan enstalasyonlar başvurabilir.

TT- ETKİNLİK TASARIMI

Çevrimiçi veya çevrimdışı düzenlenen etkinlikler için şekillendirilen görsel dil ile etkinlik organizasyonunu geliştiren çalışmalar değerlendirilecektir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Kreatif görsel aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px, dosya boyutu en fazla 2MB

2-Vaka Videosu aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Vaka videosunun zorunlu ya da tavsiye edildiği kategorilerde en fazla 120 saniye ve 20 saniyelik versiyonlarda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali

- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

Not: Eğer işinizi sunum tablosu ile anlatmaya ihtiyaç duyuyorsanız aşağıdaki formatta yükleme yapmalısınız;

- 72 dpi çözünürlükte, JPEG, RGB formatında, yatay görsellerde genişlik 1920 px, dikey görsellerde ise yükseklik 1080 px olmalıdır. Dosya boyutu en fazla 2MB olmalıdır.

UYGULAMADA MÜKEMMELLİK - YAPIM / YÖNETİM

- Uygulamada Mükemmellik ödülleri kategorilerinde sektör ayrımı gözetilmez.
- Bu kategoride yalnızca Kristal Elma verilir.
- Kristal Elma yarışmasında yaratıma katkı sağlayanlar diledikleri takdirde üretim maliyetini karşılamak suretiyle kazanılan ödülün bir kopyasına sahip olabilirler.
- Uygulamada Mükemmellik (Yapım / Yönetim) alt kategorilerinin bazılarında ajanslar ve bireysel başvurular için kısıtlamalar bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda alt kategorilere göre katılım durumunu inceleyebilirsiniz.

KATEGORİ	PRODÜKSİYON ŞİRKETLERİ	KREATİF/ DİJİTAL AJANSLAR	KASTING AJANSLARI	BİREYSEL BAŞVURU
A- En İyi Animasyon	✓	✓	X	X
K- En İyi Kast	✓	✓	✓	X
RFY- En İyi Reklam Film Yapımı	✓	X	X	✓
RY- En İyi Reklam Film Yönetmeni	✓	X	X	✓
S- En İyi Seslendirme	✓	✓	X	X
SS- Ses Tasarımı	✓	✓	X	X
SYF- En İyi Sanat Yönetimi-Film	✓	✓	X	X

KR- En İyi Kurgu	✓	X	X	✓
GY- En İyi Görüntü Yönetmeni	✓	X	X	✓

A- En İyi Animasyon

İstenilen marka mesajının animasyon, hareketli grafik kullanarak aktarılması. Kanal markalaşması, markalı film, reklamlar, ürün videoları, markalı program, grafik kaplamalar, film jeneriği, projeksiyonlar, diğer video içerikleri, kurumsal imaj filmleri, vb.

K- En İyi Kast

TV, sinemalar ve dijital reklamlarda iz bırakan oyuncular veya oyunculuk.

RFY- En İyi Reklam Filmi Yapımı

TV ve sinemalarda yayınlanan reklam filmleri.

RY- En İyi Reklam Filmi Yönetmeni

TV, sinemalar ve dijital kanallarda yayınlanan reklam filmleri.

S- En İyi Seslendirme

Tüm mecralarda seslendirmedeki yorumuyla ürüne /hizmete fark katan çalışmalar.

ST- Ses Tasarımı

Kullanıcı veya seyredenlerin deneyimini artıran ses veya müzik kullanımı. Başvurular, kısıtlı kalmamak kaydıyla, web siteleri, video oyunlar, app'ler, filmler, kanal tanıtımları, ses logoları, ortam ve enstalasyonlar vb.

SYF- En İyi Sanat Yönetimi – Film

TV, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan özgün, yenilikçi, sanat yönetimiyle fark yaratan reklam filmleri.

KR- En İyi Kurgu

Filmin ana fikrini ve duygusunu çalıştıracak yapının kurulması, oyunculuk, resim ve müzik seçimlerinde bütünlük, seyircinin dikkatini yönlendirebilme becerisi, ritmin akıcılığı, film zamanının verimli ve etkili kullanımı dikkate alınmalıdır.

GY- En İyi Görüntü Yönetmeni

Hikâyenin görsel anlatımının yaratıcılığı, üretim tasarımının bütünlüğü ve uyumunun öncelikle gözetilmesi gerekir.Sahnelerin kompozisyonu,ışıklandırması,kamera açıları ve hareketleri,renk düzenleme değerlendirmeye alınmalıdır.Görsel özgünlüğüne özellikle dikkat edilmelidir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1. Seçici kurul değerlendirmeleri için reklam filmi:

Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- **Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:**

HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses

UYGULAMADA MÜKEMMELLİK - MÜZİK

- Uygulamada Mükemmellik ödülleri kategorilerinde sektör ayrımı gözetilmez.
- Bu kategoride yalnızca Kristal Elma verilir.
- Kristal Elma yarışmasında yaratıma katkı sağlayanlar diledikleri takdirde üretim maliyetini karşılamak suretiyle kazanılan ödülün bir kopyasına sahip olabilirler.
- Bu kategoriye bireysel olarak besteciler/müzisyenler ve müzik prodüksiyon başvurabilir; kreatif/dijital ajanslar tarafından yapılan başvurular kabul edilmeyecektir.
- Bu kategoriye kreatif /dijital ajanslar başvuruda bulunamaz.
- Uygulamada Mükemmellik - Müzik kategorisinin altında yer alan alt kategorilerden yalnızca bir tanesine başvuruda bulunulabilir.
- Uygulamada Mükemmellik - Müzik alt kategorilerinin bazılarında ajanslar ve bireysel başvurular için kısıtlamalar bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda alt kategorilere göre katılım durumunu inceleyebilirsiniz.

KATEGORİ	MÜZİK PRODÜKSİYON ŞİRKETLERİ	KREATİF/ DİJİTAL AJANSLAR	BİREYSEL BAŞVURU
RMJ- En İyi Reklam Müziği/ Jingle	✓	X	✓
RMF- En İyi Reklam Müziği/Orijinal Film Müziği	✓	X	✓
RMA- En İyi Reklam Müziği/ Adaptasyon	✓	X	✓
RMS En iyi Reklam Müziği / Reklam Şarkısı	✓	X	✓

RMJ - En İyi Reklam Müziği /Jingle

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan, kampanyayı destekleyen özgün sözlü yada sözsüz sinyal / sound logo.

RMF - En İyi Reklam Müziği /Orijinal Film Müziği

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan, bir marka için özel olarak bestelenmiş, sahnelerin altını çizen, filmin duygusunu yansıtan, sinematik bir yaklaşım ile reklam filminde anlatılan hikayeyi destekleyen müzik kompozisyonu. (soundtrack/score)

RMA - En İyi Reklam Müziği Adaptasyon

Mevcut bir bestenin yeniden düzenlenerek marka için kullanımı. Bir bestenin marka için özgün söz yazılarak kullanımı. Var olan bestenin yeni bir fikir doğrultusunda düzenlenmesi. Marka için “cover” olarak kullanılan müzik çalışmaları da bu kategoride değerlendirilecektir.

RMS - En iyi Reklam Müziği / Reklam Şarkısı

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan, bir marka için özel olarak yazılmış / bestelenmiş sözlü-sözsüz reklam müziği.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

- Bu kategoride reklam müziğinin ses dosyasına ek olarak reklam filminin de yüklenmesi tavsiye edilir.

1. Seçici kurul değerlendirmeleri için ses dosyası:

Yayınlanmış & 20 saniyelik kısa hali:

- 192 kbps stereo, MP3 formatında kopyası.

2. Seçici Kurul değerlendirmeleri için reklam filmi (varsa):

Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filminin yayınlanmış ve 20 saniyelik hali aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

- **Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:**

HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, Standart 8 Mbps 192 kbps ses
