

KRİSTAL ELMA 2023 KATEGORİ AÇIKLAMALARI

AÇIKHAVA

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.

Açık hava ana kategorisi, Sektörel ve Özel olmak üzere ikiye ayrılır.

AA- SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden 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 Özel günler

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.

AA05 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.

AA06 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, vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/ hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AO- ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerde birden fazla kategori seçilerek başvuru yapılabilecektir. Başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir.

AO01 Açık hava Kampanyası

Bu alt kategoride başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Aynı kampanya için birden çok açık hava mecrasının kullanıldığı çalışmalar bu kategoride yarışır. Farklı açık hava uygulamaları ayrı görseller olarak sisteme yüklenerek başvuru yapılmalıdır.

AO02 Etkileşimli Açık hava

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.

AO03 Ambient

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

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:

- Dosya yükleme alanındaki **Case/Kanıt** bölümüne yüklemeniz gerekmektedir.
- 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB

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

- Dosya yükleme alanındaki **Case/Kanıt** bölümüne yüklemeniz gerekmektedir.
- En fazla 120 saniye, HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

BASIN

Basın ana kategorisi, Sektörel ve Özel olmak üzere ikiye ayrılır.

BB- SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

Birden fazla basın ilanı bir kampanyanın parçaları olsa dahi, bir başvuruda yalnızca bir kreatif görsel kullanılmalıdır. Birden fazla kreatif görsel içeren işlerin **Basın- Özel Kategoriler altındaki Basın Kampanyası** kategorisine başvurusu önerilir.

BB01 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.

BB02 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.

BB03 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.

BB04 Kurumsal İmaj ve Özel Günler

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.

BB05 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.

BB06 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, vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/ hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

BO- ÖZEL KATEGORİLER

Seri ilanlar bu kategoriden başvuru yapılabilir.

BO01 Basın Kampanyası

Bu alt kategoride başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Aynı kampanya için birden çok basın ilanının kullanıldığı çalışmalar bu kategoride yarışır. Farklı basın uygulamaları ayrı görseller olarak sisteme yüklenerek başvuru yapılmalıdır.

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:

- Dosya yükleme alanındaki **Case/Kanıt** bölümüne yüklemeniz gerekmektedir.
- 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB

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

- Dosya yükleme alanındaki **Case/Kanıt** bölümüne yüklemeniz gerekmektedir.
- En fazla 120 saniye, HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

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, vb.

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 reklamdandır 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 dakika 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:

- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- 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;

- Dosya yükleme alanındaki **Case/Kanıt** bölümüne yüklemeniz gerekmektedir

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.

CRAFT

CEARM – ELİ ACIMAN REKLAM METNİ

EARM – ELİ ACIMAN REKLAM METNİ ÖDÜLÜ

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

CM – CRAFT – MÜZİK

- Craft 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/müzişyenler ve müzik prodüksiyon başvurabilir; kreatif/dijital ajanslar tarafından yapılan başvurular kabul edilmeyecektir.
- Bu kategoriye kreatif /dijital ajanslar başvuruda bulunamaz.
- Craft - Müzik kategorisinin altında yer alan alt kategorilerden yalnızca bir tanesine başvuruda bulunulabilir.
- Craft - 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	✓
RMŞ En iyi Reklam Müziği / Reklam Şarkısı	✓	X	✓

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.

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 hikâyeyi destekleyen müzik kompozisyonu. (soundtrack/score)

RMJ - En İyi Reklam Müziği /Jingle

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

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):

- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.

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

CRAFT- YAPIM / YÖNETİM

- Craft 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.
- Craft- 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 Filmi Yapımı	✓	X	X	✓
RY- En İyi Reklam Filmi 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	✓

CYYPA – CRAFT – YAPIM/YÖNETİM- PA

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.

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.

U- En İyi Ünlü Kullanımı

TV, sinemalar ve online reklamlarda, seçilmiş olan ünlünün yapımda yaratıcı kullanımı

CYYP – CRAFT – YAPIM/YÖNETİM – P

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.

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.

RFY- En İyi Reklam Filmi Yapımı

TV ve sinemalarda yayınlanan reklam filmleri.

RFYO- En İyi Reklam Filmi Yönetmeni

TV, sinemalar ve dijital kanallarda yayınlanan reklam filmleri.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1. Seçici kurul değerlendirmeleri için reklam filmi:

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

- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- **Yayınlanmış hali & 20 saniyelik kısa hali:**

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

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 taşımalıdır.

D01- SOCIAL

Sosyal mecraların reklam ve pazarlama faaliyetleri özelinde kullanımı konularını içerir. Etkileşim ve sosyal etki konuları bu tanım altında farklı kategorilerde listelenecektir.

Sosyal Sorumluluk ve Özel Günler kategorilerinden birini seçtiyseniz, Social'ın altındaki diğer kategorilere **başvurmamanız** gerekmektedir.

D0101 Yaratıcı Etkileşim İçerikleri

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.

D0102 Gerçek Zamanlı Aksiyon

Bu kategori, bir olaya, kültürel fenomene veya başka bir markaya gerçek zamanlı olarak alakalı, yaratıcı ve etkileyici, markanın değerlerini özünde barındırarak yanıt veren uygulamaları ödüllendirir.

D0103 Influencer & Ünlü İletişimi

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

D0104 Topluluk Yönetimi

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

D0105 Sosyal Sorumluluk

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

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

D0106 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.

Önemli Not: Özel Günler kampanyaları sadece bu kategoride değerlendirilir, başka kategoride yarışamaz.

D0107 Platformun Yaratıcı Kullanımı

Bir mecra, reklam alanı veya platformun, özellik veya kısıtlarının, markanın iletişimi adına platformun biçim ve işlevine uygun olarak tasarlandığı özgün reklam uygulamaları ödüllendirilir.

D02- INNOVATION & DATA & TECHNOLOGY

Reklam amaçlı teknoloji üretimi, uyarlanması ve uygulanması, veri ve verinin yaratıcı alanlarda kullanımı, özgün marka inovasyonu konularını ele alan kategoriler bu tanım altında listelenecektir.

D0201 VR/AR Teknoloji Projeleri & Other Realms (Blockchain)

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.

Bir marka kampanya, içerik veya aktivasyonunun blockchain bazlı mecra veya konseptlerde (Metaverse, defi, NFT, gamification, social) yaratıcı şekilde konumlanması ve uygulanması da bu kategori altında değerlendirilir.

D0202 Verinin Yaratıcı Kullanımı

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

D0203 Mobilin Yaratıcı Kullanımı

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.

D0204 Oyun İçi Reklam (In Game Adv.)

Bir marka kampanyası, içerik veya aktivasyonunun oyun veya oyun içi bir senaryoya/kampanyaya/deneyime yaratıcı şekilde uygulanması, uyarlanması ödüllendirilir.

D0205 Performansın Yaratıcı Kullanımı

Özellikle performans kampanyaları yöneten ajanslar, Google, Facebook, TikTok gibi platformlarda ürettikleri inovatif performans kampanya fikirleriyle bu kategoriye başvurabilirler. Satış, lead, üyelik, reklamın hatırlanma oranı, izlenme ve tıklanma oranı üzerinden değerlendirme yapılacaktır.

D03 – KAMPANYALAR

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

Önemli Not: Bu kategoriye case (vaka) videosu ile başvurulması önerilir.

D0301 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.

D0302 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.

D0303 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.

D0304 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.

D0305 Sosyal 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.

D0306 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, vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/ hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

D0307 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-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:**
- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.

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 2 MB olmalıdır.

ENTEĞRE KAMPANYALAR

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

EE- SEKTÖREL KATEGORİLER

EE01 Banka, Sigorta ve Finansal Hizmetler

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.

EE02 Elektronik, Beyaz ve Dayanıklı 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.

EE03 Ev, Konut, Mobilya, Dekorasyon ve Yapı Malzemeleri

Her tür züccaciye ve ev dekorasyon ürünü: Tencere, tabak, bardak, çatal bıçak, vb.

Mutfak ve sofrta ürünleri. Cam, porselen vs. malzemeden 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.

EE04 Ev Temizlik Ürünleri

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

EE05 Hızlı Tüketim (Yiyecek & İçecek)

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler / atıştırma malzemeleri, margarin, tereyağı, sıvı yağlar, sade/meyveli yoğurtlar, peynir, makarna, her türlü işlenmiş et/balık ürünleri, şarküteri, tavuk, balık, et, salça, sos, çorba, konserve, reçel, kahvaltılık. 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.

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

EE06 Kozmetik, Kişisel Bakım ve Güzellik & Moda ve Aksesuar

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.

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

EE07 Medya, Yayın, Dijital Platformlar & Kültür- Sanat

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 vb.

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.

EE08 Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri/Hizmetleri & Turizm ve Taşımacılık

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.

EE09 Perakende, Satış ve Pazar Yeri

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.

EE10 Telekomünikasyon Markaları ve Hizmetleri

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.

EE11 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, savunu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

EE12 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.

EE13 Diğer

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

EE14 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 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

- Dosya yükleme alanındaki **Case** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- 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:**
- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.

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.

FİLM (TV & SİNEMA VE ONLINE FİLM)

- Bu kategoriye belli bir medya planı doğrultusunda TV & Sinema mecralarında yayınlanmış reklam filmleri başvurulabilir. 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. Birden fazla film içeren işlerin **Film- Özel Kategoriler altındaki Film Kampanyası ve/veya Episodic** kategorilerine başvurması önerilir.

- Online kategorisinde yarışan bir çalışmanın bire bir kopyasıyla TV& Sinema 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.

Film TV&Sinema ana kategorisi, Sektörel ve Özel olmak üzere ikiye ayrılır.

FF- TV & SİNEMA SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

FF01 Banka, Sigorta ve Finansal Hizmetler

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.

FF02 Elektronik, Beyaz ve Dayanıklı 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.

FF03 Ev, Konut, Mobilya, Dekorasyon ve Yapı Malzemeleri

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, vitriye, armatür, seramik, hazır mutfak, elektrik, enerji, tüp vb.

FF04 Ev Temizlik Ürünleri

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

FF05 Hızlı Tüketim (Yiyecek & İçecek)

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.

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

FF06 Kozmetik, Kişisel Bakım ve Güzellik & Moda Ve Aksesuar

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.

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 bulunduran ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

FF07 Medya, Yayın, Dijital Platformlar & Kültür-Sanat

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 vb.

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.

FF08 Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri/Hizmetleri & Turizm Ve Taşımacılık

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.

FF09 Perakende, Satış ve Pazar Yeri

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.

FF10 Telekomünikasyon Markaları ve Hizmetleri

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.

FF11 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, savunu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

FF12 Toplumsal Sorumluluk

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

FF13 Diğer

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

FF14 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.

OF- ONLINE FİLM SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

OF01 Banka, Sigorta ve Finansal Hizmetler

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 başvuru olabilirler.

OF02 Elektronik, Beyaz ve Dayanıkl 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.

OF03 Ev, Konut, Mobilya, Dekorasyon ve Yapı Malzemeleri

Her tür züccaciye ve ev dekorasyon ürünü: Tencere, tabak, bardak, çatal bıçak, vb. Mutfak ve sofr ürünleri. Cam, porselen vs. malzemeden 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.

OF04 Ev Temizlik Ürünleri

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

OF05 Hızlı Tüketim (Yiyecek & İçecek)

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.

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

OF06 Kozmetik, Kişisel Bakım ve Güzellik & Moda ve Aksesuar

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.

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 bulunduran ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir.

OF07 Medya, Yayın, Dijital Platformlar & Kültür- Sanat

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

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.

OF08 Otomotiv ve Otomotiv Ürünleri/Hizmetleri & Turizm ve Taşımacılık

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.

OF09 Perakende, Satış ve Pazar Yeri

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.

OF10 Telekomünikasyon Markaları ve Hizmetleri

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.

OF11 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, savununu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

OF12 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.

OF13 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.

OF14 Diğer

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

FO – ÖZEL KATEGORİLER

Film Özel Kategoriler’de başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir.

Not: Long veya Short Form kategorilerinden yalnızca birine başvuru yapabilirsiniz.

FO01 Film Kampanyası

Aynı kampanya için birden çok filmin bulunduğu çalışmalar bu kategoride yarışır.

FO02 Episodic

Bu kategoride, birden çok ve birbiriyle bağlantısı olan, hikayesinde devamlılığı olan video içerikleri değerlendirilir.

FO03 Markalı İçerik

Marka için üretilmiş olsa dahi içeriğin odak noktasında marka/ürün/hizmetin bulunmadığı, marka entegrasyonunun bu içeriğe yaratıcı bir şekilde gerçekleştirildiği filmler başvurabilir.

FO04 Viral

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.

FO05 Vertical (Tiktok, Ig Video)

Bu kategoride, özellikle Tiktok ve Instagram gibi sosyal mecralar için özel olarak üretilmiş, dikey video içerikleri değerlendirilir.

FO06 Long Form (120 sn’den uzun)

Bu kategoride 120 saniyeden uzun video içerikleri değerlendirilir.

FO07 Short (15 Sn’den Kısa)

Bu kategoride 15 saniyeden kısa video içerikleri değerlendirilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Seçici kurul değerlendirmelerinde kullanılacak reklam filmi:

- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.

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?

MK- MEDYA KAMPANYALARI - SEKTÖREL KATEGORİLER

MK01 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.

MK02 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.

MK03 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.

MK04 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.

MK05 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.

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.

MK06 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; 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.

MM – MEDYA KULLANIMI

MM01 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.

MM02 Radyo ve Ses Kullanımı

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

MM03 Sosyal Medya Platform Kullanımı

Bir toplulukla/tüketicilerle ilişkiler oluşturmak ve/veya geliştirmek için sosyal medyayı, blogları, video paylaşım sitelerini vb. barındırılan çalışmalar bu kategoriye başvurabilir.

Önemli Not: Bu kategoriye girilen işler sosyal platformlarda planlanmalı ve yürütülmelidir.

MM04 Mobil Medya Kullanımı

Akıllı telefonlar, tabletler, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, mobil oyunlar ve uygulamalar vb. dahil olmak üzere mobil teknoloji kullanarak yapılan işler bu kategoriye başvurabilir.

MM05 Dijital Mecra Kullanımı

Dijital mecralarda gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile buluşmasında farklılık, bir yenilik yaratması beklenmektedir. Bu kategoriye başvuran işler; çevrimiçi platformlar ile ilgili teknolojilerin bir medya kampanyası olarak dijital ortamda kullanılmasını içerir. Bunlar, web siteleri, mikro siteler, oyunlar, arama motorları, afiş reklamları ve anlık mesajlaşmayı içerebilir, ancak bunlarla sınırlı değildir. Sosyal medya kanalları özelinde yürütülen kampanyalar sosyal medya platform kullanımı kategorisine başvurmalıdır.

MM06 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.

MM07 Ev Dışı (Outdoor & Indoor) Kullanımı

Açıkhavada 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 açıkhava reklam alanlarındaki farklı kullanımlar ile mağaza veya AVM içinde yer alan indoor reklam alanlarının farklı kullanımını kapsamaktadır.)

MM08 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.)

MM09 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.)

MO- ÖZEL KATEGORİLER

MO01 Medyanın Entegre 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).

MO02 Medya Planında Verinin Kullanımı

Kişiselleştirmeyi, etkileşimi ve her türlü veri odaklı teknolojiyi içerebilir. Verilerin veya veriye dayalı yöntemlerin kullanılması yoluyla yaratıcı bir kampanyayı mesajı nasıl geliştirildiğini ortaya koymalıdır. Müşteri deneyimini ve/veya kampanya sonucunu ölçümlenebilir şekilde iyileştirmelidir.

Veri kullanılan işlerde, projede mutlaka veri bazlı içgörü ve/veya hedefleme olduğunu ve bu sayede 'doğru tüketiciyi' yakaladığını ve 'sonuçlara' ulaştığını belirten bir unsur olmalı. Verinin derinlemesine analizi ile dizayn edilen reklamların, doğru hedef kitleye, doğru içeriğin yakınında, doğru ve değişken kreatif stratejileri ile daha yüksek geri dönüş oranları elde etmek amacıyla gösterildiği reklam modellerini içerebilir.

MO03 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.

MO04 Teknoloji Kullanımı

Bu kategoriye başvuran işler, bir medya kampanyasını yürütmek veya desteklemek için mevcut veya yeni teknolojiyi kullanılmalıdır. AI, AR, VR, robotik, gadget'lar ve elektronik, giyilebilir ve etkileşimli teknoloji vb. dahil ancak bunlarla sınırlı değildir.

Önemli Not: Erken aşama teknoloji kullanımlarını içermez.

MO05 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.

MO06 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).

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

- Dosya yükleme alanındaki **Case** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- 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.

RADYO VE SES

- Özellikle radyoda yayınlanmak üzere üretilmiş ya da bu mecraya özgü unsurlar içeren çalışmalar yarışabilir. TV reklam filmlerinin söz düzenleri, müzikleri ve jingle'ları ile söz düzeni ve jingle'ları uzun veya kısa versiyonları bu dalda yarışmaya katılamaz.
- Bu kategoride radyo spotunun ses dosyasına ek olarak 2 dakika süreyi aşmayacak bir vaka videosu ya da proje tablosu (presentation board) yüklenebilir.
- Birden fazla ses dosyası bir kampanyanın parçası olsa dahi, bir başvuruda yalnızca bir ses dosyası kullanılmalıdır. Birden fazla ses içeren işlerin **Radyo ve Ses - Özel Kategoriler altındaki Ses Kampanyası** kategorisine başvurması önerilir.

RS – SEKTÖREL KATEGORİLER

Bir iş yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapabilir.

RS01 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.

RS02 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.

RS03 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.

RS04 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.

RS05 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.

RS06 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.

RS07 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.

RSO – ÖZEL KATEGORİLER

RSO01 – Radyo ve Ses Kampanyası

Bu alt kategoride başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Aynı kampanya için birden çok radyo spotunun ve/veya online radyo entegrasyonlarının kullanıldığı çalışmalar bu kategoride yarışır. Farklı uygulamaların hepsi ayrı ayrı sisteme yüklenerek başvuru yapılmalıdır.

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

- Dosya yükleme alanındaki **Case** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- 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.
SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

1-Case (vaka) videosu yükleyecekseniz:

Vaka videosu en fazla 120 saniye ve 20 saniyelik versiyonlarda ve aşağıdaki formatta yüklenmelidir.

Max. 120 saniyelik hali & 20 saniyelik hali

- Dosya yükleme alanındaki **Case** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak 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:**
- Dosya yükleme alanındaki **Film** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.

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.

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.

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.

T01-KİMLİK TASARIMI

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.

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.

T02-TİPOGRAFI

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

T03-FOTOĞRAF

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

T04-YAYIN TASARIMI

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

T05-AFİŞ TASARIMI

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

T06-AMBALAJ TASARIMI

Bir ürün ambalajının görünen yüzeyinin tasarlandığı çalışmalar başvurabilir.

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

T07-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.

T08-UI & UX TASARIMI (WEB SİTESİ, MOBİL APP, VB.)

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.

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.

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.

T09 – OYUN

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

T10- 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 katılımda bulunabilir.

T11 – ENSTALASYON VE ETKİNLİK TASARIMI

Bir iletişim kampanyasının kapsamı dahilinde üretilmiş veya uzantısı olan enstalasyonlar başvurabilir. Çevrimiçi veya çevrimdışı düzenlenen etkinlikler için şekillendirilen görsel dil ile etkinlik organizasyonunu geliştiren çalışmalar değerlendirilecektir.

T12- HAREKETLİ GÖRÜNTÜ TASARIMI

İki boyutlu, üç boyutlu görüntü oluşturan animasyonlar veya çeşitli formatlarda tanıtım ekranları için tasarlanmış hareketli görüntüler.

T13- LOGO

Tek veya logo aileleri katılabilir.

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

- Dosya yükleme alanındaki **Case** ve **20 Saniye** alanlarına ayrı ayrı yüklemeniz gerekmektedir.
- HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

Not: Eğer işinizi sunum tablosu ile anlatmaya ihtiyac 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.