

KRİSTAL ELMA 2024 KATEGORİ AÇIKLAMALARI

A- 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.

Açık hava ve Basın kategorilerine birebir aynı işin uyarlaması katılamaz.

AS- SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

AS01 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.

AS02 Dayanıklı Tüketim

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AS03 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.

AS04 Hizmet

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

AS05 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. 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.

AS06 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.

AS07 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; B2B, medya, yayın, eğlence, sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi, oyuncak, kırtasiye malzemeleri; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, bahis siteleri vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AS08 Perakende, E-Ticaret , Moda ve Aksesuar

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.

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.

AO- ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden 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 – Büyük

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

AO04 Ambient – Küçük

Geleneksel olmayan 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 **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** bölümüne yüklemeniz gerekmektedir.
- En fazla 120 saniye, HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264 formatında, 8 Mbps olarak yüklenmelidir.

B- BASIN

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

Açık hava ve Basın kategorilerine birebir aynı işin uyarlaması katılamaz.

BS- 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 başvurması önerilir.

BS01 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.

BS02 Dayanıklı Tüketim

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

BS03 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.

BS04 Hizmet

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

BS05 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, savunu yapmak için hazırlanan iletişim çalışmaları. Özel günlere yönelik yayımlanan çalışmalar, kutlamalar, sponsorluk, ödüller, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir. 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.

BS06 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.

BS07 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; B2B, medya, yayın, eğlence, sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi, oyuncak, kırtasiye malzemeleri; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, bahis siteleri vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

BS08 Perakende, E-Ticaret , Moda ve Aksesuar

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.

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.

BO- ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir. Başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir. Seri ilanlar bu kategoriden başvuru yapabilir.

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

BY - BÖLGE YARIŞMASI

BYB- BASIN

- Basın (BYB) Sektörel alt kategorileri içinden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

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

BYB1 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.

BYB2 Dayanıklı Tüketim

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

BYB3 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.

BYB4 Hizmet

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

BYB5 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. 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.

BYB6 Sosyal Sorumluluk

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

BYB7 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; B2B, medya, yayın, eğlence, sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi, oyuncak, kırtasiye malzemeleri; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, bahis siteleri vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

BYB8 Perakende, E-Ticaret , Moda ve Aksesuar

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.

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.

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 dakika süreyi aşmayacak proje videosu yüklenebilir.

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

BYF- FİLM

Bu kategoriye belli bir medya planı doğrultusunda TV & Sinema mecralarında yayınlanmış reklam filmleri veya online mecralarda yayınlanmak üzere brieflenmiş, kurgulanmış, planlanmış ve yayınlanmış filmler yarışabilir.

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 uygulama kanıt fotoğrafları:

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

5- Seçici kurul değerlendirmeleri için ilgili vaka videosu;

- Dosya yükleme alanındaki **Case** 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/müziyenler 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.

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 / Sound Logo	✓	X	✓

- Craft - Müzik alt kategorilerinin bazılarında ajanslar ve bireysel başvurular için kısıtlamalar bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda alt kategorilere göre katılım durumunu inceleyebilirsiniz.

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 veya marka kimliğini pekiştiren özgün sözlü ya da sözsüz jingle veya reklam şarkısı.

RMS - En İyi Reklam Müziği / Sound Logo

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan, bir marka için özel olarak yazılmış / bestelenmiş sözlü-sözsüz sinyal / sound logo

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	✓
RFYO- En İyi Reklam Filmi Yönetmeni	✓	X	X	✓
S- En İyi Seslendirme	✓	✓	X	X
ST- 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	✓
U- En İyi Ünlü Kullanımı	✓	✓	✓	X

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.

CYYP – 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

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

D - DİJİTAL

- 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 amacını taşımalıdır.

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

DS – SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

DS01 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.

DS02 Dayanıklı Tüketim

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

DS03 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.

DS04 Hizmet

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

DS05 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. 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.

DS06 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.

DS07 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; B2B, medya, yayın, eğlence, sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi, oyuncak, kırtasiye malzemeleri; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, bahis siteleri vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

DS08 Perakende, E-Ticaret , Moda ve Aksesuar

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.

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.

DO – ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir. Başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir.

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

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

DO1 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.

DO2 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.)

DO3 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 yaklaşım başlıkları değerlendirme içerisindedir.

DO4 Teknoloji Projeleri

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, gamefication, social) yaratıcı şekilde konumlanması ve uygulanması da bu kategori altında değerlendirilir.

Yaratıcılığın (hem fikir hem de uygulama anlamında) teknoloji ile doğru şekilde kaynaştırılmış olması değerlendirme kriteridir.

Bir marka kampanya, içerik veya aktivasyonunun blockchain bazlı mecra veya konseptlerde (Metaverse, defi, NFT, gamification, social) yaratıcı şekilde konumlanması ve uygulanması, AR – VR projeleri, Instagram filtreleri vs. bu kategori altında değerlendirilir.

DO5 Yapay Zeka (AI) Projeleri

Yapay zekayı markanın iletişim stratejisine ve kampanyaya yaratıcı bir şekilde entegre etmiş, hem fikre hem de uygulamaya yapay zekayı doğru şekilde kaynaştırmış projeler bu kategori altından değerlendirilir.

DO6 Verinin Yaratıcı Kullanımı

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.

DO7 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.

DO8 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.

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.

E - ENTEGRE KAMPANYALAR

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

ES- SEKTÖREL KATEGORİLER

ES01 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.

ES02 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.

ES03 Ev, Konut, Mobilya, Dekorasyon ve Yapı Malzemeleri

Her tür züccaciye ve ev dekorasyon ürünü: Tencere, tabak, bardak, çatal bıçak, vb. Mutfak ve sofr a ürünleri. Cam, porselen vs. malzemed en 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, vitri fiye, armatür, seramik, hazır mutfak, elektrik, enerji, tüp vb.

ES04 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.

ES05 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-fistik 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.

ES06 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.

ES07 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.

ES08 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.

ES09 Çoklu Perakende 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.

ES10 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.

ES11 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, ödüller, sponsorluklar, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

ES12 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.

ES13 Diğer

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

ES14 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.

F - FİLM (TV & SİNEMA VE ONLINE FİLM)

Film ana kategorisi, “TV-Sinema” ve “Online Film” olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir film TV-Sinema’den veya Online Film kategorilerinden yalnızca birinden başvuru yapabilir. Eğer bir film TV’de yayınlandıktan sonra online mecrada da yayınlandıysa, TV-Sinema’dan başvurması önerilir. Eğer bir film online mecrada yayınlandıktan sonra TV’de gösterildiyse, Online Film’den başvurması önerilir.

Online kategorisinde yarışan bir çalışmanın bire bir kopyasıyla TV& Sinema kategoriye başvurulamaz.

- **TV & Sinema:** 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.
- **Online Film:** Online mecralarda yayınlanmak üzere brieflenmiş, kurgulanmış, planlanmış ve yayınlanmış filmler yarışabilir. Online’da yayınlandıktan sonra TV’de kullanılan filmlerin Online Film kategorisinden yarışması beklenir.
- Bu kategoride yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilir. (Örneğin; Banka, Sigorta, Finansal Hizmetlerden katılan bir başvuru Kurumsal İmaj ve/veya Sosyal Sorumluluk alt kategorilerinden katılamaz.)
- Yarışmaya her bir film için tekil başvuru yapılır.
- 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.

Film ana kategorisi, Sektörel ve Özel olmak üzere ikiye ayrılır. Sektörel'in altında TV&Sinema ve Online Film bulunmaktadır. Özel'de mecra ve sektör ayrımı yoktur.

FS- TV & SİNEMA SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

FS01 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.

FS02 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.

FS03 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. malzemenin her tür ev dekorasyon ürünü. Her tür mobilya, halı ve ev tekstili (nevresim, örtü, perde, tü). 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.

FS04 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.

FS05 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.

FS06 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.

FS07 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.

FS08 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.

FS09 Çoklu Perakende 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.

FS10 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.

FS11 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, ödüller, sponsorluklar, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

FS12 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.

FS13 Diğer

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

FS14 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.

OFS- ONLINE FİLM SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

OFS01 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.

OFS02 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.

OFS03 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.

OFS04 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.

OFS05 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.

OFS06 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.

OFS07 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.

OFS08 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.

OFS09 Çoklu Perakende 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.

OFS10 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.

OFS11 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, ödüller, sponsorluklar, yıldönümleri, şirket birleşmeleri, lansman/relansman kampanyaları kategoriye dahildir.

OFS12 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.

OFS13 Diğer

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

OFS14 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.

FO – FİLM (TV&SİNEMA, ONLINE FİLM) ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilir. Başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir.

FO01 Film Kampanyası

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

FO02 Markalı İçerik

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

Birden çok ve birbiriyle bağlantısı olan, hikayesinde devamlılığı olan video içerikleri (Episodic) de bu kategoride değerlendirilir.

FO03 Vertical (Tiktok, Ig Video)

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

FO04 Long Form (180 saniyeden uzun)

Bu kategoride 180 saniyeden uzun video içerikleri değerlendirilir.

FO05 Short Form (15 saniyeden 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

M - 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?

MS- MEDYA KAMPANYALARI - SEKTÖREL KATEGORİLER

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

MS01 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.

MS02 Dayanıklı Tüketim

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

MS03 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.

MS04 Hizmet

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

MS05 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. 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.

MS06 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.

MS07 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; B2B, medya, yayın, eğlence, sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi, oyuncak, kırtasiye malzemeleri; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, bahis siteleri vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

MS08 Perakende, E-Ticaret , Moda ve Aksesuar

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.

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.

MO – ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir. Başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir.

MO01 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.

MO02 Radyo ve Ses Kullanımı

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

MO03 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 başvurulmalıdır.

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

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

MO04 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.

MO05 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.)

MO06 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.)

MO07 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.)

MO08 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).

MO09 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.

MO10 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.

R - RADYO VE SES

- Özellikle radyoda yayınlanmak üzere üretilmiş ya da bu mecraaya 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

Sektörel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

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

Ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

RS03 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.

RS04 Hizmet

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

RS05 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. 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.

RS06 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.

RS07 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; B2B, medya, yayın, eğlence, sağlık ve sağlık ürünleri, kültür ve sanat, spor, hobi, oyuncak, kırtasiye malzemeleri; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif, eğitim, yarışma, bahis siteleri vb. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

RS08 Perakende, E-Ticaret , Moda ve Aksesuar

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.

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.

RO – ÖZEL KATEGORİLER

Özel kategorilerden yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir. Başvurular sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilecektir.

RO01 – 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.

RTCE - 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.

T - 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 mecca 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 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.