

KRİSTAL ELMA 2018 KATEGORİ AÇIKLAMALARI

AÇIKHAVA

Açık hava kategorisi ev dışı pazarlama iletişimi çalışmalarındaki yaratıcılığı ödüllendirir. Kamuya açık alanlarda/mekanlarda tüketiciye dokunarak marka deneyimine katkı sağlayan kirler değerlendirilecektir. Bu kategoride yarışan çalışmaların açık hava mecrası için yaratılmış olması gerekmektedir. Poster, Billboard alt kategorisinde basın ilanlarının birebir açık hava uygulamaları kabul edilmeyecektir. Poster billboard (AA) kategorisinde, yalnızca bir alt kategoriden başvuru yapılabilecektir.

Önemli Not: Kategori detayları için “Film ya da Basın” kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

AA- POSTER, BILLBOARD

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; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

AA04 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

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

AA05 Diğer

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

AB- ETKİLEŞİMLİ & DİJİTAL AÇIKHAVA

AB01 Etkileşimli & Dijital Açık hava

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

AC- BÜYÜK VE KÜÇÜK ÖLÇEK AMBIENT

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

AC01 Hızlı Tüketim

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

AC02 Dayanıklı Tüketim

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

AC03 Hizmet

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

AC04 Kurumsal İmaj ve Toplumsal Sorumluluk

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

AC05 Diğer

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

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

- 1. Seçici kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel:** 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 1920 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 1080 piksel boy.
- 2. Sektör askı süreci için kreatif görsel:** 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 310 piksel boy.
- 3. Seçici Kurul değerlendirmeleri için uygulama kanıt fotoğrafları:** Çalışmanın mecradaki kullanımını belgeleyen fotoğraflar, 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.
- 4. Askı süreci için uygulama kanıt fotoğrafları:** Çalışmanın mecradaki kullanımını belgeleyen fotoğraflar, 552 x 310 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

Önemli Not: Birden fazla Poster/Billboard çalışması bir kampanyanın parçaları olsa dahi, sadece başvuru ile ilgili görsel sisteme yüklenmelidir.

BASIN

Bu kategoride yalnızca **bir** alt kategori **seçerek** başvurabilirsiniz. (**Örneğin;** yiyeceklerden katılan bir başvuru kurumsal imaj, bankacılık ya da bir başka alt kategoriden yarışmaya katılamaz.) İki veya daha fazla kategoriden giriş yapan işler, **Seçici Kurul** kararıyla tek kategoride değerlendirilecektir. Başvurular tekildir. Kampanya bütünlüğü taşıyan ilanlar da bu kategoride değerlendirilecek olup, yarışmaya tekil olarak dahil edilmelidir. Seçici Kurul, kampanya bütünlüğü taşıyan ilanları birleştirerek ödüllendirecektir.

B01 – YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler /atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvıyağlar, 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B02 – İÇECEKLER

Her türlü alkolsüz içecek, meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B03- KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

Önemli Not: Bu kategoride yer almayan ürünler için “F14- Diğer” kategorisini tercih ediniz.

B04- EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofraya setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, emlak pazarlama, (İnternet üzerinden emlak pazarlama için “F13 Perakende, Satış, E-Ticaret” kategorisine bakınız) sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boya, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı

sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

Önemli Not: Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için “F07 Elektronik & Beyaz Eşya” kategorisini tercih ediniz.

B05- EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları, tuvalet kâğıdı, peçete. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B06- OTOMOTİV VE OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/HİZMETLERİ

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

B07- ELEKTRONİK VE BEYAZ 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. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hede eyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B08- MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B09- BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, 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 nansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve nansal hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı hede eyen her türlü hizmet de bu kategoriye

başvurabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

B10- TEKNOLOJİ HİZMETLERİ

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B11- KÜLTÜR, SANAT, SPOR, MEDYA, YAYIN, EĞLENCE

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve dernek / vakıfların yapmış olduğu ticari iletişim ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık (Dijital TV platformları için “F10 Teknoloji Hizmetleri” kategorisine bakınız), internet portallerinin tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B12- TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B13- PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B14- 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

B15- 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.

Önemli Not: Tüm sosyal içerikli film çalışmaları bu kategoride değerlendirilir. Bu kategoriye başvuran çalışmalar başka herhangi bir kategoriye başvuramaz.

B16 – DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

Sisteme Yüklenmesi Gereken Dosyalar

Önemli Not: Birden fazla basın ilanı bir kampanyanın parçaları olsa dahi, sadece başvuru ile ilgili görsel sisteme yüklenmelidir.

1. Seçici Kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel: 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 1920 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 1080 piksel boy.

2. Sektör askı süreci için kreatif görsel: 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 310 piksel boy.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

BÖLGE YARIŞMASI

BYB- BASIN

BYBA Hızlı Tüketim

Gıda; çikolata, şekerleme, çerez; içecekler, kozmetik, kişisel bakım/güzellik; ev temizlik ürünleri. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

BYBB Dayanıklı Tüketim

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; ev, konut, mobilya, dekorasyon; elektronik ve beyaz eşya. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

BYBC Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık. Bu başlık altında yer alan hizmetler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

BYBD Kurumsal İmaj

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

BYBE Toplumsal Sorumluluk

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

BYBF Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen reklamlar; Perakende satış, e-ticaret; Sağlık ve sağlık ürünleri, Kültür ve sanat, spor, hobi; Moda ve aksesuar; Oyuncak; Hobi, kırtasiye malzemeleri; Diğer; Evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; Prezervatif; eğitim, yarışma, vd. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da 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. 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 dilendiği takdirde 2dk süreyi aşmayacak proje videosu yüklenebilir.

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

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Bu kategoride, kreatif görsel değerlendirmeler için iki farklı formatta sisteme yüklenmelidir.

1. **Seçici kurul değerlendirmeleri için kreatif görsel:** 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 1920 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 1080 piksel boy.

2. **Sektör askı süreci için kreatif görsel:** 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 310 piksel boy.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

Önemli Not: Birden fazla basın ilanı bir kampanyanın parçaları olsa dahi, sadece başvuru ile ilgili görsel sisteme yüklenmelidir

DİJİTAL, SOSYAL MEDYA VE AKTİVASYON

D01- WEB SİTESİ

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

D01A01 Web Sitesi/Ürün
D01A02 Web Sitesi/Hizmet

D02 – SOSYAL MEDYA

YARATICI ETKİLEŞİM İÇERİKLERİ

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

D02A01 Yaratıcı etkileşim içerikleri – Ürün
D02A02 Yaratıcı etkileşim içerikleri – Hizmet

GERÇEK ZAMANLI AKSİYON

Sosyal mecralarda yer alan popüler bir gündemi ve/veya markanın takipçilerinin marka ile anlık iletişimini baz alan, markanın sahip olduğu hesaplar tarafından hızlı bir şekilde aksiyon alınarak yaratıcı bir şekilde gündeme veya konuya dahil olmasını ve belirli bir etki yaratmasını sağlayan çalışmalar başvurabilir. **(Markanın güncel konuya ya da gündeme nasıl dahil olduğu, konuşma yarattığı ve etkisini genişlettiği, yaratıcı bir şekilde rakiplerinden ayrıldığı değerlendirilecektir.)**

D02B01 Gerçek Zamanlı Aksiyon- Ürün
D02B02 Gerçek Zamanlı Aksiyon – Hizmet

INFLUENCER İLETİŞİMİ

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

D02C01 Influencer iletişimi – Ürün
D02C02 Influencer iletişimi – Hizmet

MARKALI İÇERİK

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

D02D01 Markalı içerik-Ürün
D02D02 Markalı içerik – Hizmet

TOPLULUK YÖNETİMİ

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

D02E01 Topluluk yönetimi – Ürün
D02E02 Topluluk yönetimi – Hizmet

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. Sosyal sorumluluk kampanyaları sadece bu kategoride değerlendirilir, başka kategoride yarışamaz.

D02F01 Sosyal sorumluluk iletişimi – Markalar
D02F02 Sosyal sorumluluk iletişimi – Kar Amacı Gütmeyen

D03 – DİJİTAL KAMPANYA

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

Önemli Not: Bu kategoriye vaka videosu /proje filmi ile başvurmak zorunludur.

D0301 Hızlı Tüketim

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

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

D0302 Dayanıklı Tüketim

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

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

D0303 Hizmet

Bankacılık, sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri, medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık.

Önemli Not: Kategori ayrıntıları için Fil – TV, Sinema kategorisindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

D0304 Diğer

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

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

D04 – EN YARATICI KULLANIM

Bu kategoride yer alan alt kategorilerde sadece Kristal Elma ödülü verilir.

D0401 Dijital Platformların en yaratıcı şekilde kullanımı

Bu kategoriye farklı dijital platformların (facebook, Instagram, snapchat, facebook vb...) içerisinden en yaratıcı ve farklı, çığır açan, fark yaratan projeler başvurabilir.

D0402 Mobilin en yaratıcı şekilde kullanımı

Mobil platformların, uygulamaların, reklamların, kampanyaların içerisinden en yaratıcı, fark yaratan, kategorisini tanımlayan ve çığır açan projeler başvurabilir.

D0403 Verinin en yaratıcı şekilde kullanımı

Dijital projeler için kullanıcı, marka ya da platform verilerinin en yaratıcı, fark yaratan, kategorisini tanımlayan ve çığır açan şekilde kullanıldığı projeler başvurabilir.

D0404 Dijital reklamların en yaratıcı şekilde kullanımı

Dijital reklam formatlarının, platform kullanımı, içerik kalitesi, hikâye anlatımı, etkileşim anlamında en yaratıcı, fark yaratan, kategorisini tanımlayan ve çığır açan uygulamalar başvurabilir.

D0405 Ortak üretimin en yaratıcı şekilde kullanımı

Tüketicilerin marka için içerik ürettiği kampanyalar, hikâye anlatımı, yaratıcılık ve katılım etkisi anlamında değerlendirilir. Kategorisini tanımlayan ve fark yaratan projesi ödüllendirilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Önemli Not: Başvuru formuna vaka videosu / proje filminin URL'si mutlaka girilmelidir. Projenin linki dışında yüklenecek malzemeler için;

- 1. Seçici kurul değerlendirmeleri için vaka videosu / proje filmi:** Reklam filminin kendisi; HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.
- 2. Vaka videosu / proje filmini hatırlatıcı görsel:** 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.
- 3. Sektör askı süreci için vaka videosu / proje filmi:** 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

ENTEĞRE KAMPANYALAR

Entegre kampanyalar kategorisinde yarışan başvurular bir fikri, belli bir medya planı ve bütçesi doğrultusunda hedef kitleye en az üç farklı mecraı kullanarak bütünsel bir mükemmellik içerisinde hedef kitlesine sunar. Bir kampanya yalnızca **bir** alt kategoriden başvurabilir.

E01- HIZLI TÜKETİM

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

E02- DAYANIKLI TÜKETİM

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

E03- HİZMET

Bankacılık, sigorta v e finansal hizmetler; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık başvurabilir.

E04 ÇOK MECRALI PROMOSYON KAMPANYASI

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

E05- DİĞER

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen çalışmalar; 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.; promosyon; kurumsal imaj; toplumsal sorumluluk başvurabilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Entegre kampanya kategorisinde proje videosu 1920 x 1080 MP4 H.264 MP3 ses formatında ve maksimum 2dk olmalıdır. Ayrıca, kampanyanın taşıyıcı 3 mecrasındaki kreatif uygulamalardan birer örnek de başvuru sırasında yüklenmelidir.

FİLM- TV & Sinema

Bu kategoriye belli bir medya planı doğrultusunda TV/Sinema mecralarında yayınlanmış reklam filmleri başvurabilir. Bu kategoride yalnızca **bir** alt kategoriden **başvuru yapılabilir**. (**Örneğin**; yiyeceklerden katılan bir başvuru kurumsal imaj, bankacılık ya da bir başka alt kategoriden katılamaz.) İki veya daha fazla kategoriden giriş yapan işler **Seçici Kurul** kararıyla tek kategoride değerlendirilecektir. Yarışmaya her bir film için tekil başvuru yapılır. Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı filmleri bütünlüştürerek, kampanya ödülü verebilir. Dijital TV platformları üzerinden yayınlanan reklam filmleri de bu kategori altında değerlendirilir. 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

F01 – YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler / atıştırmalıklar, margarin, tereyağı, sıvıyağlar, 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F02 – İÇECEKLER

Her türlü alkolsüz içecek, meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F03- KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

Önemli Not: Bu kategoride yer almayan ürünler için “F14- Diğer” kategorisini tercih ediniz.

F04- EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofraya setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, emlak pazarlama, (İnternet üzerinden emlak pazarlama için “F13 Perakende, Satış, E-Ticaret” kategorisine bakınız) sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boya, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı

sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

Önemli Not: Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için “F07 Elektronik & Beyaz Eşya” kategorisini tercih ediniz.

F05- EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları, tuvalet kâğıdı, peçete. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

F06- OTOMOTİV VE OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/HİZMETLERİ

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

F07- ELEKTRONİK VE BEYAZ 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. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı **hedefleyen** her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

F08- MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F09- BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, 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 nansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve **finansal** hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı **hedefleyen** her türlü hizmet de bu kategoriye

başvurabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

F10- TEKNOLOJİ HİZMETLERİ

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F11- KÜLTÜR, SANAT, SPOR, MEDYA, YAYIN, EĞLENCE

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve dernek/vakıfların yapmış olduğu ticari iletişim ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık (Dijital TV platformları için “F10 Teknoloji Hizmetleri” kategorisine bakınız), internet portallerinin tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F12- TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F13- PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F14- 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

F15- 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.

Önemli Not: Tüm sosyal içerikli film çalışmaları bu kategoride değerlendirilir.

F16- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Önemli Not: Online Film kategorisinde yarışan bir çalışmanın bire bir kopyasıyla bu kategoriye başvurulamaz.

1. **Seçici Kurul değerlendirmeleri:** Reklam filminin kendisi teknik özellikler: HD 1920 x 1080 piksel, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses formatında.

2. **Reklam filmini hatırlatıcı görsel:** 1920 x 1080 piksel boyutunda, 72 dpi çözünürlük, JPEG RGB formatında.

3. **Sektör askı süreci:** Reklam filminin kendisi teknik özellikler: 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses formatında.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

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?

Dijital ile ilgili bölümlerde, yaratılan içeriğe değil, dijital mecra veya sosyal platformun nasıl kullanıldığına bakılarak değerlendirme yapılacaktır.

MA- MEDYA KULLANIMI

Bu kategorilerdeki işler, reklamı yapılan ürün/hizmet/sector göz önüne alınmaksızın, mecranın yenilikçi ve yaratıcı kullanımına ve bu mecradaki yenilikçi ve yaratıcı uygulamalara göre değerlendirilecektir.

MA01 TV Kullanımı

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

MA02 Radyo Kullanımı

Radyoda gerçekleştirilen uygulamanın standart kullanımların dışında olması, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir kullanımla buluşması beklenir. (Dijital radyo/müzik servislerindeki kullanımlar bu kategorinin dışında tutulacaktır.)

MA03 Basın Uygulaması

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

MA04 Sinema Uygulaması

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

MA05 Sponsorluk Uygulaması

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

MA06 Özel Etkinlik Kullanımı

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

MA07 Ev dışı (Outdoor & Indoor) Kullanımı

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

MA08 Ambient Mecra Kullanımı

Geleneksel olmayan büyük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenmektedir. (Daha büyük ölçekte, 3 boyutlu ve standart olmayan büyüklükte kullanımlar, gişeler, bilet turnikeleri, zeminde medya çalışmaları, diğer dış mekân kullanımları, bina ve sokaklardaki duvarların kullanımı.)

Geleneksel olmayan küçük ölçekli indoor/outdoor kullanımlarının, marka mesajının tüketici ile yenilikçi ve yaratıcı bir uygulamayla buluşmasını sağlaması beklenir. (Barlar ve restoranlardaki küçük ölçekte kullanımlar, bardaklar, paspaslar, servis kağıtları, benzin pompaları, kapı askıları, tabelalar, çıkartmalar, el ilanları.)

MA09 Sosyal/Video Platform Kullanımı

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

MA10 Mobil Medya Kullanımı

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

MA11 En Yenilikçi Teknoloji/Dijital Medya Kullanımı

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

MA12 Markalı İçerik Kullanımı

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

MB- YEREL MEDYA

MB01 Yerel Medya Kullanımı

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

MC- VERİDEN BESLENEN YARATICILIK

MC01 Verinin Kullanımı

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

MD- ENTEGRE KAMPANYA

MD01 En İyi Entegre Medya Kullanımı

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

ME- ÜRÜN VE HİZMET

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

ME01 Hızlı Tüketim

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

ME02 Dayanıklı Tüketim

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

ME03 Hizmet

Bankacılık, sigorta ve finansal hizmetler; teknoloji hizmetleri, medya, yayın, eğlence; turizm ve taşımacılık.

ME04 Medyada Mükemmellik

ME0401 Medya İlgörüsü ve Medya Stratejisinde Mükemmellik

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

ME0402 Medya Planlamada Mükemmellik

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

ME0403 Medya Uygulamasında Mükemmellik

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

ME05 Diğer

Başka herhangi bir kategori tanımına girmeyen çalışmalar; 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.; promosyon, kurumsal imaj; toplumsal sorumluluk.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Medya Kategorisi'nde Proje Filmi ve Proje Tablosu (Presentation Board) yüklenmesi zorunludur. Proje filmi en fazla 120 sn uzunluğunda olmalıdır.

1. **Seçici kurul değerlendirmeleri için proje filmi:** En fazla 120 sn süreli, HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

2. **Proje filmini hatırlatıcı görsel:** 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

3. **Sektör askı süreci için proje filmi:** 552 x 310 piksel, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

4. **Seçici kurul değerlendirmeleri için proje tablosu:** A2 boyutunda, 72 dpi, JPEG, RGB.

5. **Sektör askı süreci için proje tablosu:** 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 310 piksel boy.

Örnek proje tablosu (presentation board) için başvuru sisteminde “sisteme yüklenecek malzemeler” alanına bakınız.

ÖNEMLİ NOT: PROJE FİLMİNİN İÇERİĞİNDE YA DA PROJE TABLOSUNUN ÜZERİNDE BAŞVURAN YA DA KATKIDA BULUNAN AJANSLARIN İSİMLERİ HİÇBİR ŞEKİLDE BULUNMAMALIDIR.

ONLINE FILM

Bu kategoriye sadece online mecralarında yayınlanmış reklam filmleri başvurulabilir. Yarışmaya her bir online film için tekil başvuru yapılır. Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıdığı kanaatine vardığı filmleri bütünlüştürerek, kampanya ödülü verebilir. TV ya da sinema mecraları için üretilmiş filmlerin birebir olarak online platformlara yüklenmiş versiyonları bu kategoriye başvuramaz. Sanal gerçeklik ve etkileşimli filmler de bu kategoride yarışabilir. Kampanya bütünlüğü taşıyan online reklam filmleri de bu kategoride değerlendirilecek olup, yarışmaya tekil olarak dahil edilmelidir. Seçici kurul, kampanya bütünlüğü taşıyan filmleri birleştirerek ödüllendirilebilir.

Önemli notlar:

- Bu kategoride yarışan filmlerin her halükârda video platformlarından herhangi birinde yayınlanmış örneğinin URL'i başvuru formunda belirtilmelidir.
- Viral kategorisinde yarışan çalışmalar diğer kategorilere başvuramaz.
- Viral film kategorisi dışındaki kategorilerde proje filmi kabul edilmez. Proje filminin süresi maksimum 180 sn olmalıdır.

001 – YİYECEKLER

Yetişkin, çocuk ve bebekler için üretilen her türlü paketlenmiş yiyecek. Tuzlu yiyecekler / atıştırma malzemeleri, margarin, tereyağı, sıvıyağlar, 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

002 – İÇECEKLER

Her türlü alkolsüz içecek, meyve suları, gazlı içecekler, kahve, çay, karışım tozları, süt, ayran, su vd. Diyet çayları bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

003- KOZMETİK, KİŞİSEL BAKIM/GÜZELLİK

Her türlü kozmetik ve güzellik ürünleri. Sabun, şampuan, tıraş bıçağı, diş macunu, parfüm, kozmetikler, kolonya, deodorantlar, yüz/cilt bakım kremleri, güneş yağları, elektrikli kişisel bakım aletleri. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

Önemli Not: Bu kategoride yer almayan ürünler için "F14- Diğer" kategorisine bakınız.

004 -EV, KONUT, MOBİLYA, DEKORASYON

Beyaz eşya ile elektronik cihazlar hariç ev ve mutfak araç ve gereçleri, pişiriciler, dikiş makinesi, sofraya setleri, cam ve porselen eşya, çatal-bıçak takımları. Yapı ve yapı malzemeleri, konut yapım, emlak pazarlama, (İnternet üzerinden emlak pazarlama

için “F13 Perakende, Satış, E-Ticaret” kategorisine bakınız) sıhhi tesisat, yalıtım malzemeleri, ısıtma/soğutma/iklimlendirme cihazları, klimalar, kombi, hidrofor, kazan, jeneratör, armatür, seramik, hazır mutfak. Mobilya ve dekorasyon ürünleri, her türlü mobilya ve aksesuar, ev tekstili, mobilya, uyku setleri, yataklar, bazalar, duvar/cephe boyaıarı, halı. Bu kategoride bulunan başlıklar ile ilgili içerik ve satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

Önemli Not: Beyaz eşya, elektrikli mutfak aletleri için “F07 Elektronik & Beyaz Eşya” kategorisini tercih ediniz.

005- EV TEMİZLİK ÜRÜNLERİ

Her türlü ev temizlik ve bakım ürünü. Çamaşır, bulaşık, banyo, ev temizlik ürünleri, deterjanlar, haşere ilaçları, mutfak kağıt havluları, tuvalet kâğıdı, peçete. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

006- OTOMOTİV VE OTOMOTİV ÜRÜNLERİ/HİZMETLERİ

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

Otomotiv sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

007- ELEKTRONİK VE BEYAZ 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. Elektronik ve beyaz eşya sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı **hedefleyen** her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

008- MODA VE AKSESUAR

Kumaş, jean, deri, hazır ve spor giyim, iplik, düğme, fermuar, her tür ayakkabı, kravat, kemer, çanta, saat, gözlük, takı vd. Moda ve aksesuar sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

009- BANKA, SİGORTA VE FİNANSAL HİZMETLER

Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık, tüm tüketici kredileri, kredi kartları ve banka kartları, dijital ve mobil bankacılık hizmetleri ve diğer bankacılık hizmetleri, bilanço, her tür sigorta hizmetleri, emeklilik sistemleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve

factoring hizmetleri. Geleneksel bankacılık kanallarını kullanmadan fon transferi, kişisel mali yeterlilik ve benzeri nansal hizmetler sunanlar da bu kategoriye başvurabilirler. Ayrıca, bankacılık, sigorta ve **finansal** hizmetler sektörü içerikli ve bu sektörlerde satışlara katkı sağlamayı **hedefleyen** her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

O10- TEKNOLOJİ HİZMETLERİ

Sabit, mobil, dijital yayıncılık / servis sağlayıcıları. Cep telefonu operatörleri ve internet servis sağlayıcılar tarafından sunulan her türlü hizmet. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

O11- KÜLTÜR, SANAT, SPOR, MEDYA, YAYIN, EĞLENCE

Her türlü kültür sanat, konser, film, müzik, kitap, yayınevi kuruluşları ve dernek / vakıfların yapmış olduğu ticari iletişim ve sponsorluk iletişimleri, konser salonu, müze, sergi açılışları, film festivalleri, spor salonları ve araçları, bisiklet vb. Kültür ve sanat, spor ve hobi içerikli ve bu alanlarda satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Mecra olarak basın, televizyon, radyo, sinema, gazete, dergi, kitap, ansiklopedi, katalog, televizyon ve radyo program ve istasyonları, sinema salonları, dijital yayıncılık (Dijital TV platformları için “F10 Teknoloji Hizmetleri” kategorisine bakınız), internet portallerinin tanıtımı. Her türlü eğlence faaliyetinin tanıtımı. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

O12- TURİZM VE TAŞIMACILIK

Tatil köyü, otel, tur, devre mülk, tematik parklar, ulaşım (deniz, hava, kara) şirketleri, kargo şirketleri, araba kiralama, ülke reklamları. Turizm/taşımacılık sektörü içerikli ve bu sektörde satışlara katkı sağlamayı hedefleyen her türlü hizmet de bu kategoriye başvurabilir. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

O13- PERAKENDE, SATIŞ, E-TİCARET

Farklı marka ve ürünlerin perakende olarak birlikte satıldığı noktalar, alışveriş merkezleri, zincir mağazalar, süpermarket, hipermarket ve restoranlar, kafe ve barlar, fast-food zincirleri, kahve zincirleri, teknomarketler, yapı marketleri, outletler. İnternette var olan, satış ya da hizmet sunan marka ve kuruluşlar. Mobil telefon ya da bilgisayar tabanlı e-ticaret, yemek siteleri, online açık artırma, internet televizyonları, bahis siteleri. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

O14- 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

O15- 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. Bu başlık altında yer alan ürünler için hazırlanan promosyon amaçlı çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

Önemli Not: Tüm sosyal içerikli film çalışmaları bu kategoride değerlendirilir. Bu kategoriye başvuran çalışmalar başka herhangi bir kategoriye başvuramaz.

O16- VİRAL FİLM

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

Önemli Not: Online film kategorilerine başvuran işler, bu kategoride değerlendirmeye alınmaz. Projeler sektör ayrımı gözetmeksizin değerlendirilir. Başvurularda orijinal filme ek olarak proje filmi de eklenebilir.

O17- DİĞER

Oyuncak, evcil hayvanlara yönelik ürün ve hizmetler, kırtasiye malzemeleri, prezervatif ve başka herhangi kategori tanımına girmeyen iletişim çalışmaları. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Önemli Not: Film - TV ve Sinema kategorisinde yarışan bir çalışmanın bire bir kopyasıyla bu kategoriye başvurulamaz.

1. **Seçici kurul değerlendirmeleri için reklam filmi:** reklam filminin kendisi; HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

2. **Reklam filmini hatırlatıcı görsel:** 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

3. **Sektör Askı süreci için reklam filmi:** 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

Başvuru formuna reklam filminin URL'i mutlaka girilmelidir.

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 dilendiği takdirde 2dk süreyi aşmayacak proje videosu yüklenebilir. Bir iş yalnızca 1 alt kategoriden başvuru yapabilir.

Önemli Not: Kategori detayları için “Film ya da Basın” kategorilerindeki yaklaşımlar esas alınabilir.

R01- HIZLI TÜKETİM

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

R02- DAYANIKLI TÜKETİM

Otomotiv ve otomotiv ürünleri/hizmetleri; ev araç ve gereçleri; yapı ve yapı malzemeleri; dekorasyon; elektronik. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

R03 – HİZMET

Bankacılık; sigortacılık ve diğer finansal hizmetler, bilişim teknolojileri; medya ve yayın, turizm, eğlence, taşımacılık. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir.

R04 – KURUMSAL İMAJ VE TOPLUMSAL SORUMLULUK

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

R05 – DİĞER

Başka herhangi bir kategori tanımına **girmeyenler**; perakende satış, fast food, internet markaları; sağlık, spor; kültür ve sanat; oyuncak; hobi, kırtasiye malzemeleri; moda ve aksesuar; evcil hayvanların beslenmesine yönelik ürünler; prezervatif; kargo; eğitim, yarışma, sosyal sorumluluk vd. Bu başlık altında yer alan ürünlerin/ hizmetlerin promosyon amaçlı çalışmaları da başvurabilir

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Bu kategoride radyo spotunun ses dosyasına ek olarak hedef-yöntem-sonuç ilişkilerini açıklayan bir proje filmi ya da proje tablosu (presentation board) yüklenebilir.

1. Seçici kurul değerlendirmeleri için: Radyo spotunun 192 kbps, stereo MP3 formatında kopyası.

2. Askı süreci için: Ses dosyasının siyah arka fon 552 x 310 piksel, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses ile formatlanmış kopyası.

İSTEK ÜZERİNE: Bu kategoriye başvuranlar dilerlerse proje filmi ya da proje tablosu yükleyebilirler.

3. Seçici Kurul değerlendirmeleri için proje filmi (varsa): HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

4. Proje filmini hatırlatıcı görsel: 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

5. Sektör askı süreci için: Proje filminin 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses formatlı kopyası.

VEYA

6. Seçici Kurul değerlendirmeleri için proje tablosu: 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

7. Sektör askı süreci için: Proje tablosunun 552 x 310 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB kopyası.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

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 başvuruda bulunulabilir.

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

TA- ÇOK AMAÇLI MARKALAŞMA ÇALIŞMALARI

TA01 Yeni veya Yenilenen Marka Kimliği

Ticari, kurumsal, STK ürün ya da hizmetleri için yeni marka kimliği yaratımı.

TB- İLETİŞİM TASARIMI

TB01 Afiş

Promosyon ve marka iletişimi için kullanılan afişlerin tasarımı. Söz konusu çalışma başka bir mecrada kullanım için yaratılıp afiş formatına uyarlanmış olmamalıdır. Ticari olduğu kadar ticari olmayan çalışmalar da bu kategoriye başvurabilir.

TB02 Promosyon Malzemesi

Marka iletişimine katkıda bulunan ve onu ileriye taşıyan ürünlerin marka hedef kitleleriyle doğrudan örtüşerek kullanımı. Örnek: çeşitli giysiler, promosyonel hediye ya da numuneler, gerilla pazarlama aksesuarları, promosyonlu ürün veya markalı eşyalar vb.

TB03 Faaliyet Raporları & Diğer Kurumsal İletişim

Grafikler, şemalar, infografik çalışmalar ve genel olarak bilginin tasarım kullanılarak aktarılması.

TB04 Alternatif Mecralar

Markanın tanırımı ve bir ürün ya da hizmetin satış/pazarlama faaliyetlerini desteklemek için kullanılan mecra alternatifleri. Basın/medya kitleri, bilgisayar oyunları, CD, DVD, plak kılıfları, antet, kartvizit vb.

TB05 Kitap Tasarımı

Basılmış kitapların kapak ve sayfa tasarımları. Başvuranlar kapak ya da kitabın tüm tasarımının seçici kurul tarafından değerlendirmeye alınması seçeneğinden birini işaretlemelidir.

TB06 Takvimler, Davetiyeler & Tebrik Kartları

Basılı olarak kullanıma sunulan takvimler, davetiyeler, kartpostallar, biletler, tebrik kartları, vb.

TC- DİJİTAL & ETKİLEŞİMLİ TASARIM

TC01 Web Sitesi Tasarımı

Bir marka için geliştirilen web sitesi, e-ticaret sitesi, mikro site ya da herhangi bir dijital uygulamanın işlev ve kullanımına katkıda bulunan tasarımsal detaylar. Bu kategoride işlevsellikten ziyade tasarımsal unsurlar öne çıkarılarak kullanıcıya sunulan işlevsel deneyim değerlendirilecektir.

TC02 Mobil Uygulama (App)

Reklamveren veya ajansların tanıtımı için geliştirilen app tasarımı.

TC03 UX / Arayüz Tasarımı & Kullanıcı Deneyimi

Dijital ürün ya da hizmet kullanımında duygusal ve davranışsal deneyimi artıran, ürün ya da hizmetin kullanımını kolaylaştıran arayüz tasarımları bu kategoride değerlendirilir.

TC04 Diğer Dijital Çözümler

Bu bölümdeki alt kategorilerde yer almayan diğer dijital tasarımlar. E-bültenler, bannerlar, pazarlama içerikli e-postalar, butonlar, zengin online medya, vb.

TD- MARKA ORTAMI & DENEYİM TASARIMI

Zaman ve mecra içerisinde anlatılan marka hikayesi veya mesajının yarattığı kişisel deneyim. Başvurular hedef kitlenin kendilerine sunulan deneyimi neden dikkate değer, anlamlı ve hatırlanabilir bulduğunu ortaya koymalıdır. Bu kategorideki başvuruların canlı deneyimlerin gösterildiği ve insanların nasıl eyleme geçirildiğini sunan bir vaka filmi hazırlamaları tavsiye edilir. Aynı çalışma ile bu bölümdeki en fazla 3 alt kategoriye başvurulabilir.

TD01 Perakende Deneyim Tasarımı

Perakende ortamında yeni ya da geliştirilmiş tasarım ve yapım. Satılan ürün veya hizmet ile ilgili işlevsellik, marka değerlerinin sunumu ve satış kolaylığı gibi konular değerlendirilecektir. Bu bölümdeki başvurular perakende ortamında (genel /özel ürünlerin satıldığı mağazalar, bankalar, galeriler, portatif mağazalar, seyyar/mevsimsel teşhir noktaları vb) kalıcı ya da satış noktalarını içerebilir.

Bir ürünün satışını kısa sürede artırmak için gerçekleştirilen iletişim çalışmaları (afiş, raf alanlarındaki iletişim, QR kod entegrasyonu, vb); satışları kısa sürede artırmak için geliştirilen görsel mağazacılık & perakende aparatları (ürün teşhirleri, perakende aparatları, karton POS, mağazaiçi teşhir, görsel düzenleme/teşhir vb); satış sonrası malzemeleri de (alışveriş poşetleri, hediye paketleri, mağazaiçi kataloglar, vb.) bu kategoride yarışabilir.

TD02 Canlı Etkinlikler

Etkinliğin gerçekleştirildi alandan ziyade kullanılan öyküleme ve hikâye anlatımı unsurları. Etkinlikler arasında sportif müsabakalar, promosyonel organizasyonlar, festivaller olabilir. Odak unsurları arasında program, film içeriği, ses, ışık, misafirler, senaryo, performans, sunucular ve ürün kullanımı gibi etkinlik içerisindeki holistik gezintinin parçaları sayılabilir.

TE- AMBALAJ TASARIMI

Aşağıda belirtilen ürünlerin satışı ve teşhiri için kullanılan ambalaj. Başvurularda fiili ambalaj numunelerinin de gönderilmesi tavsiye edilir. Bunun mümkün ya da pratik olmadığı durumlarda JPG formatında görseller yeterlidir. Aynı çalışma ile en fazla 3 kategoriye başvurmak mümkündür.

TE01 Ambalaj Çalışmaları

Her türlü gıda, alkollü alkolsüz içecek, kozmetik, moda ve her türlü ürün için ambalaj, markalar için özel gün ya da dönemler için geliştirilen ambalaj çalışmaları. Genel veya belli bir konuya dikkat çekmek amacıyla kaynak ve/veya enerji kullanımını optimize eden, temiz üretim metotlarına duyarlı ambalaj biçimleri de bu kategoriye başvurabilir.

TF- TASARIMDA MÜKEMMELLİK

Başvurularda, marka ruhu ve ürün mesajlarını yansıtmaya çalışmalarında tasarımsal becerinin iletişim ve kullanıcı deneyimine katkısı değerlendirilecektir. Uygulama becerisinin kendisinden ziyade, kampanya mesajı veya ürün üzerinde yarattığı artırıcı etki seçici kurulun odak noktası olacaktır.

TF01 Logo Tasarımı

Bir marka ya da kurumsal kimliğin yaratımı ya da hatırlanmasına katkı sağlayan ve tüketici tarafından anında algılanmasını teşvik eden bir logo ya da alametifarikanın basit uygulaması.

TF02 Tipografi

Baskılı mecra, editoryal, online içerik ve dijital tasarımda uygulanan marka iletişim ya da hedeflenen mesajda kullanılan yazı karakteri.

TF03 – Prof. Dr. Nazan Erkmən İllüstrasyon Özel Ödülü

Markanın iletişimi ya da hedeflediği mesajın aktarımı için baskılı mecra, editoryal, ambalaj, online içerik ve dijital tasarımda ve diğer iletişim tasarımlarında kullanılan en iyi illüstrasyon.

TF04 Fotoğraf / Rötüş

Fotoğraf, çizim veya diğer görsellerin kreatif uygulaması. Başvurularda sınırlı kalmamak kaydıyla albüm çizimleri, ambalaj, yayın ve posterler örnek olarak gösterilebilir.

TF05 Karakter

Marka veya oyunlar için dijital ortamda tasarlanmış (**vektör** veya 3D modellenmiş) her türlü karakter tasarımı.

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Bu kategoride, değerlendirmeler için kreatif görsel 2 farklı formatta sisteme yüklenmelidir. Ek olarak hedef-yöntem-sonuç ilişkilerini açıklayan bir proje filmi ya da proje tablosu (presentation board) eklenmesi tavsiye edilir.

Örnek proje tablosu (presentation board) için başvuru sisteminde “sisteme yüklenecek malzemeler” alanına bakınız.

1. **Seçici kurul değerlendirmeleri için ekran görüntüleri** (3 adet): 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 1920 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 1080 piksel boy.

2. **Sektör askı süreci için ekran görüntüleri** (3 adet): 72 dpi, JPEG, RGB. Yatay konumlandırmalar için maksimum 552 piksel en, dikey konumlandırmalar için maksimum 310 piksel boy.

VE

4. **Seçici Kurul değerlendirmeleri için proje filmi**(varsa): HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

5. **Proje filmini hatırlatıcı görsel**: 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

6. **Sektör askı süreci için**: proje filminin 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses formatlı kopyası.

VEYA

7. **Seçici Kurul değerlendirmeleri için proje tablosu**: 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

8. **Sektör askı süreci için**: proje tablosunun 552 x 310 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB kopyası.

Bu kategoriye başvurular **tekildir**.

UYGULAMADA MÜKEMMELLİK

Uygulamada Mükemmellik alt kategorilerinin bazılarında kreatif/dijital ajanslar için kısıtlamalar bulunmaktadır:

- RFY En İyi Reklam Film Yönetmeni, RMJ En İyi Reklam Müziği/Jingle, RMF En İyi Reklam Müziği/Film Müziği, RMD En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi (Aranjman/Remake) dallarında sanatçıların veya film/müzik yapım/produksiyon şirketlerinin
- RFY En İyi Reklam Film Yapımı alt kategorisine yapım/produksiyon şirketinin
- K En İyi Kast ve A En İyi Animasyon alt kategorilerinde ajansın veya yapım şirketinin
- S En İyi Seslendirme ve ST En İyi Ses Tasarımı, alt kategorilerinde ajansın veya dublaj manerliği şirketinin

başvuruda bulunması gerekmektedir.

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. **Uygulamada Mükemmellik kategorisi tekil başvurulara açıktır.**

YY- YAPIM YÖNETİM

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.

Önemli Not: Bu kategoriye produksiyon şirketlerinin yanı sıra kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

K En İyi Kast

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

Önemli Not: Bu kategoriye produksiyon şirketlerinin yanı sıra kasting ajansları ve kreatif/dijital ajanslar da başvurabilir.

RFY En İyi Reklam Film Yapımı

TV ve sinemalarda yayınlanan reklam filmleri.

Önemli Not: Bu kategoriye sadece bireysel olarak yapımcılar ve produksiyon şirketleri başvurabilir; kreatif/dijital ajansların başvuruları kabul edilmeyecektir.

RY En İyi Reklam Film Yönetmeni

TV, sinemalar ve dijital kanallarda yayınlanan reklam filmleri.

Önemli Not: Bu kategoriye sadece bireysel olarak yönetmenler ve prodüksiyon şirketleri başvurabilir; kreatif /dijital ajansların başvuruları kabul edilmeyecektir.

S En İyi Seslendirme

Tüm mecralarda seslendirmedeki yorumuyla ürüne /hizmete fark katan çalışmalar.

Önemli Not: Bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra, kreatif /dijital ajanslar da başvurabilir.

SS 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.

Önemli Not: Bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra, kreatif /dijital ajanslar da başvurabilir.

SYF En İyi Sanat Yönetimi – Film

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

Önemli Not: Bu kategoriye prodüksiyon şirketlerinin yanı sıra, kreatif /dijital ajanslar da başvurabilir.

M- MÜZİK

Bu kategoriye bireysel olarak besteciler/müzisyenler ve müzik prodüksiyon başvurabilir; kreatif/dijital ajanslar tarafından yapılan başvurular kabul edilmeyecektir.

RMJ En İyi Reklam Müziği /Jingle

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan özgün jingleler.

RMF En İyi Reklam Müziği /Film Müziği

TV, radyo, sinema ve dijital kanallarda yayınlanan veya kullanılan, bir marka için özel olarak yazılmış /bestelenmiş sözlü /sözsüz reklam müzikleri (soundtrack).

RMD En İyi Reklam Müziği Düzenlemesi

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.

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

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

1. Seçici kurul değerlendirmeleri için: Ses dosyasının 192 kbps, stereo MP3 formatında kopyası.

2. Askı süreci için: Ses dosyasının siyah arka fon 552 x 310 piksel, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses ile formatlanmış kopyası.

VE

3. Seçici Kurul değerlendirmeleri için reklam filmi (varsa): HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

4. Reklam filmi hatırlatıcı görsel: 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

5. Askı süreci için: Reklam filminin 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses formatlı kopyası.

Bu kategoriye başvurular **tekildir** ve **kreatif /dijital ajanslar başvuruda bulunamaz.**

SİSTEME YÜKLENECEK MALZEMELER

Bu kategoride, reklam filmi değerlendirmeleri için iki farklı formatta sisteme yüklenmelidir.

1. Seçici kurul değerlendirmeleri için reklam filmi: reklam filminin kendisi; HD 1920 x 1080, MP4 H.264, 8 Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

2. Reklam filmi hatırlatıcı görsel: 1920 x 1080 piksel, 72 dpi, JPEG, RGB.

3. Sektör Askı süreci için reklam filmi: 552 x 310 piksel çözünürlük, MP4 H.264, 1Mbps, MP3 192 kbps stereo ses.

Bu kategoriye başvurular **tekildir.**

