

Formulaire d'inscription 2019

Première étape : aperçu de la campagne

Titre de la campagne

Nom de l'entreprise (annonceur)

Nom de l'agence

Personne contact

No de téléphone du contact

Courriel du contact

SECTEURS

Services financiers et assurances

Pharmaceutique et services de santé

Technologies et télécommunications

Détail

Publications, loisirs, médias, services
touristiques et transport

OBNL

CATÉGORIES

Meilleure campagne, marketing numérique

Meilleure campagne, communication, créativité, publicité et médias

Meilleure stratégie marketing, recherche et analytique

Meilleure campagne, marketing relationnel et expérience client

Date *

** La campagne doit avoir eu lieu entre le 1er septembre
2017 et le 31 mars 2019.*

JJ-MM-AAAA

Deuxième étape : l'équipe impliquée dans la campagne

Nom complet

Entreprise

Prénom

Nom

Titre

Implication

Nom complet

Entreprise

Prénom

Nom

Titre

Implication

Nom complet

Entreprise

Prénom

Nom

Titre

Implication

Autres

Nom complet, entreprise, titre, implication

Troisième étape : description de la campagne

Résumé de la campagne (250 mots)

Voici votre chance d'impressionner les juges avec un résumé de la campagne. C'est le moment de présenter tous les faits saillants de la campagne et de donner toutes les autres informations contextuelles.

Quels étaient les objectifs? (150 mots)

Décrire les objectifs de la campagne. Énoncer clairement et de façon mesurable les objectifs auxquels vos résultats peuvent être directement liés. Pour évaluer votre campagne et déterminer si elle a été couronnée de succès, les juges devront se référer à ce qui suit.

Description de la stratégie (300 mots)

La stratégie devrait donner un aperçu de votre processus de planification. Expliquer le processus qui vous a amené aux principales conclusions. Par exemple : le développement du marché cible, le choix des chaînes, des canaux et des techniques mises en place pour créer un engagement envers le client. Les juges doivent connaître la raison d'être de chaque décision. Cette section devrait également souligner le rôle des données dans la campagne. C'est le début de votre histoire. Le premier chapitre doit être captivant.

Décrire la solution créative (300 mots)

C'est l'occasion de soutenir le volet créatif de votre campagne, avec exemples à l'appui. Comment la créativité a-t-elle donné vie à la stratégie ? Présentez aux juges un aperçu de l'exécution en expliquant les décisions prises et en établissant toujours un lien entre le créatif et la stratégie. C'est ici que vous pouvez présenter un aperçu de la direction artistique et de l'innovation technique. Une créativité audacieuse et innovatrice qui s'aligne sur la stratégie et qui permet de joindre le public cible, c'est ce que les juges recherchent.

Expliquer pourquoi la campagne a été couronnée de succès (300 mots)

Mettre en évidence les principales réalisations qui correspondent à chacun des objectifs. Quel a été l'impact positif de la campagne ? Quels défis avez-vous relevés et quelles seront les retombées à long terme de votre campagne ? Assurez-vous de montrer aux juges les résultats relatifs aux objectifs que vous vous êtes fixés.

Résultats pour les juges seulement

Présenter ici tous les résultats et les données témoignant de la réussite de votre campagne. Ces informations sont confidentielles et ne seront partagées qu'avec les juges lors de l'évaluation.

Quatrième étape : fichiers à l'appui

Site Web

Si le site Web de votre campagne est en ligne, veuillez ajouter l'URL ici.

Lien vers les fichiers de soutien (Images, vidéos, etc.)

SVP faire parvenir les documents de soutien en indiquant clairement le nom de la campagne à direction@amqmarketing.ca.

Nom des fichiers envoyés

SVP indiquer le nom des fichiers envoyés.

Matériel imprimé

SVP indiquer quel matériel imprimé vous ferez parvenir.

SVP faire parvenir votre matériel imprimé à l'adresse suivante :

Kopel

Attention : AMQ

3360, 2e Rue, Saint-Hubert (Québec) J3Y 8Y7

Bonne chance!

[Payer l'inscription au concours](#)