

Garanti – MMA

Yılın Mobil Girişimcisi Yarışması Katılım Kriterleri

Aşağıdaki soruları cevaplayarak hazırlayacağınız dosyayı mobilgirisimci@garanti.com.tr adresine göndermenizi rica ederiz.

- **Strateji (25%):** Lütfen belirlediğiniz kategorinin, seçtiğiniz kriter ile olan ilgisini açık olarak ifade ediniz. Jüriler iş ve/veya pazar rekabetinin mobil strateji ile beraber uyumlu olup olmadığını değerlendiriyor olacaklar. Sunum referanslarınızı, yaratıcılığınızı, demografik hedeflerinizi, teknoloji eğilimlerinizi diğer stratejik alanlarda olduğu gibi kampanyayı merkez olarak dikkatlice açıklayınız.

Bu soruları dikkate alınız:

- Stratejik amacınız nedir? (Yükselmiş Pazar payı, marka farkındalığı, zaman bazlı marka, satışlar ve yönetimleri)
 - Planlanmış hedef kitleniz kimlerdir?
 - Yaratıcılığınız ve medya stratejiniz nelerdir?
 - İçerik – kampanyanın ilk yılı mı? Eğer değilse; stratejiniz geçmiş sonuçlara ve yeni teknolojiye göre adapte edildi mi?
- **Uygulama (25%):** Lütfen kampanyanın nasıl uygulandığını ve başarı seviyesini anlatan bir açıklama yapınız.

Bu soruları dikkate alınız:

- Hedeflere ulaşmada teknoloji nasıl etkili oldu?
 - Tüm pazarlama stratejisi içinde mobil bileşenler ya da etkinleştirilen teknolojiler nasıl entegre edildi?
 - Kampanya mobil kanalları nasıl ve ne kadar ileri seviyede kullandı?
 - Kampanyada mobil kanal kullanımı diğer kanallardan farklı olarak nasıl bir avantaj getirmektedir?
 - Bu kampanyada mobil kanal tercihinizin hedeflediğiniz kitle ile örtüşüyor muydu? Açıklayınız.
 - Mobile harcanan kampanya bütçesinin yüzdesi nedir?
 - Kampanya markette nasıl bir etki yarattı?
- **Yaratıcılık (25%):** Tüketicinin dahil edilmesi, mobil kanalın özgün kullanımı, yaratıcılık dinamikleri ve kampanyanın genel kapsamı kriterler arasında olacaktır. Pazarlama materyallerinin örnekleri ve örnek olaylar, sunum sırasında uygulama perspektifinden

bakılarak anlatılmalı ve düşünölmelidir. Üçüncü bir parti tarafından olmak koşulu ile bir video sunumunu fazlasıyla teşvik ediyoruz. Videonuzun mümkün olduğunca proje amacından uzaklaşmadan jüriler tarafından değeriendirebileceği özgün bir şekilde hazırlanmasına dikkat ediniz.

Bu soruları dikkate alınız:

Kampanyanın arama sonuç sayfasına ya da FTP site ile linki olan her yaratıcı elementine giden aktif URL; ya da çoklu aktif URL'ler (her URL bir virgöl ile ayrı olacak biçimde) olmalıdır. Eğer linkler verilecekse, lütfen sitelerin kullanılabilir olmasına özen gösteriniz. Bozuk linkler diskalifiye kriterleri altında yer almaktadır.

- Oturum açma bilgisi – eğer uygulanabilirse
 - Kullanıcı adı
 - Şifre
- Ek talimatlar (Örnek: “XYZ kampanya sekmesine tıklayınız”)
- Mecburi değil ancak şiddetle tavsiye edilir: Kısa bir örnek olay (2-3 dakikalık) videosu, ya da kısa yazılı, yaratılan fikri ve güncel interaktif deneyimi anlatan bir örnek olay hazırlayınız (maksimum 2 sayfa),
- Sunum formuna direkt olarak video yükleyemezsiniz. Yaratıcı örnekler URL ile ulaşılabilir olmalı ya da jüriler tarafından puanlanmamış ya da görölmemiş olmalıdır. Tavsiye edilen format:
- Youtube (içine yerleştirilmiş video ya da direkt link) ya da vimeo tarafından sağlanmış, ya da diğer içine yerleştirilmiş araçlar.
- Flash video (yaratıcı bir URL'nin içine gömülmüş)
- Quicktime (.mov ya da m4v)

Sonuçlar (25%): Her sunumda, projenizin başarısını destekleyici iddiaları niteliksel ve niceliksel data olarak belirtmeniz beklenmektedir.

Bu soruları dikkate alınız:

- Kampanya hedeflerine ve amaçlarına ulaştı mı?
- Kampanyanın market içinde bir etkisi var mı?
- Kampanyanın yenilikçiliđi nedir?
- Mobil kanalın gelecekteki kullanımında, düşündüğünüz iş kolunda kampanyanızın yaratacağı etkiler nelerdir?
- Tüketiciler kampanyanızı kullanmayı nasıl kabul ettiler?

Not: Verilmiş olan bilgiler, MMA gizliliği ve jüriler tarafından korunacaktır ve sunumun sahibinden bizzat izin alınmadıkça yayınlanmayacaktır.