



INFORMATIONS GÉNÉRALES

Nom de la société :

Nom de la campagne :

Période de la campagne : du _____ (date) au _____ (date)

Cible visée (sexe, âge, objectif santé poursuivi et raison) :

OBJECTIF(S) POURSUIVI(S) ⁽¹⁾: (cocher la (les) case(s) correspondante(s))

Accroître la notoriété de la société

Accroître la notoriété du produit

Soutenir les ventes du produit, améliorer sa distribution

Améliorer la compréhension du produit

Améliorer l'image du produit

Soutenir la marque centrale (umbrella)

Elargir la cible à laquelle s'adresse le produit

Expliquer l'utilisation du produit

Informé sur la pathologie

Rassurer le public visé sur le produit

Stimuler l'essai du produit

Fournir des informations qualitatives sur le produit

Autre:

1 Chaque objectif poursuivi mentionné doit pouvoir être mesuré à l'aide de résultats. Merci de bien vouloir en tenir compte.



DESCRIPTIF DES ACTIONS MENÉES ET DE LEUR AMPLEUR ⁽²⁾:

MESURE DES RÉSULTATS ⁽³⁾:

Chiffres IQVIA et/ou ventes laboratoires

Etude de notoriété

Enquête

Mesures d'audience

Impact de la campagne

Autre:

CATÉGORIE(S)

SOLLICITÉE(S) ⁽⁴⁾: cocher la

(les) case(s) correspondante(s)

Créativité

Efficience ⁽⁵⁾

Bon usage

PERSONNE DE CONTACT DANS LE CADRE DU CONCOURS

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse e-mail: _____

Tel. direct: _____

2 Décrire ici les différents canaux de communication utilisés dans le cadre de la campagne et la période couverte par ces médias (ex : campagne TV durant 1 mois, campagne radio durant 3 mois, etc.)

3 Toute mesure susceptible de démontrer l'atteinte des objectifs poursuivis par la campagne.

4 La définition précise des catégories est mentionnée dans le règlement du Concours. A noter qu'il est autorisé d'inscrire une même campagne dans plusieurs catégories si cela s'avère pertinent.

5 En cas d'inscription dans la catégorie « Efficience », la société participante fournira impérativement et au minimum les données chiffrées suivantes : évolution en unités et en valeur (units/value) – parts de marché (market share) – évolution des parts de marché. En l'absence de ces résultats, les Organisateurs se réservent le droit de refuser l'inscription de ladite campagne au sein de la catégorie « Efficience ».

PIÈCES À SOUMETTRE

- Fichiers audio/vidéo/digitaux e.a. ⁽⁶⁾ – L'ensemble du matériel peut être intégré dans une présentation PowerPoint globale
- Visa et/ou copie de l'agrément du responsable de la communication/publicité interne à la société
- Données concernant les performances de la campagne (mesures de résultats, chiffres, enquêtes, etc.) – A fournir impérativement en cas d'inscription dans la catégorie « **Effcience** »
- Logo de la société et packshot du produit

6 Pour une campagne menée en Flandre et en Wallonie, il convient d'envoyer les fichiers dans les 2 langues.

A envoyer via

WeTransfer

à **info@bachi.be**

**en mentionnant le nom de
la société participante et de
ladite campagne**

PRIVACY (à compléter par la personne soumettant le dossier)

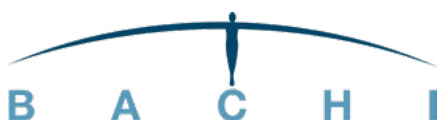
La société participante autorise les Organismes à utiliser les données communiquées ci-dessus et à les partager avec les votants dans le cadre du Concours (cf. article 8 du Règlement – Données privées) (merci de cocher la case)

Les données chiffrées seront en tout état de cause traitées de manière **confidentielle** tant par les Organismes que par le jury d'experts, ces derniers étant liés par un accord de confidentialité.

Nom et prénom:

Date:

Signature:



**Roularta
HealthCare**



**smart it
systems**
an IQVIA business