

## Algemene informatie

Naam bedrijf:

Naam campagne:

Periode campagne: van

(datum) tot

(datum)

Doelgroep (geslacht, leeftijd, nagestreefd gezondheidsdoel en reden):

**DOELSTELLING(EN):** aanvinken wat van toepassing is

Elke vermelde doelstelling moet gemeten kunnen worden aan de hand van resultaten!

- Naambekendheid bedrijf vergroten
- Naambekendheid product vergroten
- Productverkoop ondersteunen, distributie verbeteren
- Productinzicht verbeteren
- Product imago verbeteren
- Centraal merk ondersteunen (umbrella)
- Doelpubliek voor product uitbreiden
- Gebruik product toelichten
- Informatie rond pathologie verstrekken
- Doelgroep rond het product geruststellen
- Uittesten product stimuleren
- Kwalitatieve informatie omtrent product verstrekken
- Andere:

## BESCHRIJVING GEVOERDE ACTIES EN IMPACT:

Beschrijf hier de verschillende communicatiekanalen die in het kader van de campagne werden benut en de periode van media-aandacht (bv: televisiecampagne gedurende 1 maand, radiocampagne gedurende 3 maanden, enz.)

## METEN VAN DE RESULTATEN: aanvinken wat van toepassing is

Elke maatregel die kan aantonen dat de doelstellingen van de campagne zijn bereikt.

IQVIA-cijfers en/of verkoop laboratoria

Studie rond naambekendheid

Enquête

Kijk- en luistercijfers

Impact van de campagne / Omzet in de betrokken periode

Andere:

## INGESCHREVEN IN CATEGORIEËN <sup>(1)</sup>:

aanvinken wat van toepassing is

Innovatie

Efficiëntie <sup>(2)</sup>

Correct gebruik

<sup>(1)</sup> Eenzelfde campagne mag in **verschillende** categorieën worden ingeschreven indien relevant.

<sup>(2)</sup> In geval van inschrijving in de categorie "Efficiëntie" **moet** het deelnemende bedrijf **ten minste** de volgende gegevens verstrekken: verkoopcijfers in eenheden en waarde (units/value) en evolutie – marktaandeel (market share) en evolutie – investeringsniveau voor de campagne (split tussen kosten voor media en creatie) en kost per contact. Bij gebrek aan deze resultaten behouden de organisatoren zich het recht om de inschrijving van de campagne in de categorie "Efficiëntie" te weigeren.

## IN TE DIENEN DOCUMENTEN

- Audio/video/digitale bestanden e.a. <sup>(3)</sup> – Alle materiaal kan in een globale PowerPoint presentatie worden opgenomen
- Visa en/of kopie goedkeuring communicatie- reclame-verantwoordelijke binnen bedrijf
- Gegevens betreffende de resultaten van de campagne (gemeten resultaten, cijfers, enquêtes, enz.)
- Logo van het bedrijf en packshot van het product
- Mediaplan van de campagne (communicatiemiddelen/ periode/doelpubliek)

<sup>(3)</sup> Voor een campagne gevoerd in Vlaanderen én Wallonië: gelieve het dossier in beide landstalen door te sturen.

Doorsturen via

**WeTransfer**

naar **info@bachi.be**

met vermelding van de naam van het deelnemend bedrijf en de naam van de campagne

### MOET WORDEN VERSTREKT IN GEVAL VAN INSCHRIJVING IN DE CATEGORIE "EFFICIËNTIE" <sup>(4)</sup>

- Verkoopcijfers in eenheden (units) + evolutie
- Verkoopcijfers in waarde (value) + evolutie
- Market share + evolutie
- Investering/Budget voor de campagne (split tussen kosten voor media en creatie)
- Kost/contact
- Brand awareness + evolutie
- Bewijs dat de doelgroep is bereikt (-> relevantie van het gekozen communicatiemiddel t.o.v. de doelgroep van de campagne)

<sup>(4)</sup> Bij gebrek aan deze gegevens behouden de organisatoren zich het recht om de inschrijving van de campagne in de categorie "Efficiëntie" te weigeren.

## PRIVACY (in te vullen door wie het dossier indient)

Het deelnemend bedrijf stemt in met het gebruik van onderstaande gegevens door de organisatoren om ze in het kader van de wedstrijd aan de stemmers door te spelen (cf. artikel 8 van het Reglement – Persoonsgegevens) (gelieve aan te vinken)

Alle gegevens over de resultaten van de campagne worden in ieder geval **vertrouwelijk** behandeld door zowel de organisatoren als de vakjury, die gebonden zijn door een vertrouwelijkheidsovereenkomst.

Contactpersoon in het kader van de wedstrijd:

E-mailadres:

Rechtstreeks tel. nr.:

Datum:

Handtekening:

