

SMARTIES

The Smarties™ China 2016 中国无线营销大奖

案例征集截止日期：2016年7月15日
颁奖典礼：2016年9月1日 上海

The SMARTIES™ 介绍

- **The Smarties™** 品牌商标由“MMA无线营销联盟”拥有，是世界上唯一一个表彰无线营销创新和发展的全球性奖项。自2005年开始，The Smarties™无线营销大奖评选活动每年在全世界各地国家进行初选，经过北美洲、拉丁美洲、亚洲、欧洲、非洲区域性中选后，聚集美国纽约庆祝无线营销全球大奖的诞生。
- **The Smarties™ China**中国无线营销大奖，是“MMA无线营销联盟”落地中国后举办的评奖活动，联盟希望通过此奖项将中国的优秀无线营销案例和制作介绍给全世界，已成功举办四届。

参赛须知

- 案例征集截止日期：2016年7月15日
- 参赛案例要求：
 - ① 参赛案例须为2015年5月1日至2016年6月30日期间，在中国大陆地区实际执行并实施完毕的营销活动。
 - ② 参赛案例内容和数据必须真实有效。
 - ③ 一个案例最多只可申报2个奖项类别。
- 对于决赛入围和获奖案例，主办方有权在本次大奖相关活动中使用和公开其内容，包括但不限于新闻发布，案例展示等
- 案例提交方式：请将完整填写的“案例申报表”和相应的辅助材料，以及“参赛费确认表”，邮件至china.events@mmaglobal.com
- 参赛费用：MMA会员 800元/件，非MMA会员 1,200元/件。参赛者提交“参赛费确认表”后，主办方会开具发票快递给参赛者。**在2016年7月15日24点前完成付款的案例才可进入初审。**（详情请见参赛费确认表）

奖项类别

案例类：三大类别十二个奖项，设金奖、银奖、铜奖

营销策略

- 品牌影响力
- 互动营销
- 客户关系管理(CRM)
- 社会影响力

媒体策略

- 跨媒体整合
- 跨移动整合
- 移动终点站
- 移动社交

技术应用

- 移动技术创新
- 广告形式创新
- 电商创新
- O2O创新

*：参赛案例如果提供第三方监测的效果数据，可加分。

公司类：两个奖项

年度最佳营销公司

年度最佳广告主

注：公司类奖项由终审评委根据入围和获奖案例决出获奖者

案例大类一：营销策略

- 此大类的参赛案例必须呈现一套完整的移动营销策略，阐述如何利用移动媒体达到品牌营销目的，说明该策略的创新之处与其所产生的实际成效，在整个案例中必须凸显移动媒体的角色和能力。
- 此大类包括以下4个类别：

类别名称	类别说明
品牌影响力	参赛案例必须是以提高品牌的知名度、强化品牌影响力为主要目的。需要具体说明如何策划并执行一个完整的移动营销活动，如何让消费者产生正向的品牌体验。
互动营销	参赛案例必须以“互动”作为移动营销的主要目标，能够在整个营销过程中让消费者与品牌有更深入的互动沟通，能够引导消费者参与品牌相关活动。
客户关系管理（CRM）	参赛案例必须通过移动媒体与消费者建立稳健的品牌关系，能够发掘潜在客户，或提高既有客户的忠诚度，达到增强消费者粘度的目标。
社会影响力	参赛案例必须通过移动媒体向非盈利组织（如慈善机构）或政府单位提供公众服务，从而对社会群体产生一定的影响力，有助于推进社会发展变革。

案例大类二：媒体策略

- 此大类的参赛案例必须体现移动媒体在某个整合营销活动扮演重要的核心媒体策略，或者体现多个移动媒体渠道间整合交互的策略功效，最终为营销活动带来更多创新方式，并提升广告主的投资回报率。
- 此大类包括以下5个类别：

类别名称	类别说明
跨媒体整合	参赛案例必须是一个整合多类媒体的营销活动（移动，线上和线下），贯彻执行完整的跨媒体的整合策略，而移动媒体在其中担任了不可或缺的角色，与其他媒体联动最终达成营销活动的目标。
跨移动整合	参赛案例必须是一个综合移动广告平台、移动媒体渠道配合移动技术在营销活动实现了一个完整的跨移动整合策略，案例必须利用了3种（或以上）移动营销工具（例如：APP，移动网站，视频，展示类广告，搜索，LBS，二维码，AR等等），最终的活动结果带来令人惊艳的创新和卓越的成果。
移动App/网站	参赛作品必须是一个基于手机或平板电脑开发的APP或网站，作为某个移动营销活动中的重要元素，是所有媒介/渠道的终点站，提供关于产品或品牌的信息、娱乐或服务等内容及功能，给予消费者丰富深刻的用户体验。
移动社交	参赛案例必须以移动社交网络为重点，通过一对一方式或社群渠道展开营销活动，推动并实现营销目的。

案例大类三：技术应用

- 此大类的参赛案例必须体现对移动技术或移动媒体的创造性应用，用以丰富用户体验、增强品牌与消费者的互动，或驱动销售。
- 此大类包括以下4个类别

类别名称	类别说明
移动技术创新	参赛案例必须实现创新的移动技术或应用，或是在既有移动技术的基础上，发展出创新的移动应用，帮助广告主实现营销目的。
广告形式创新	参赛案例必须着重于移动广告形式在技术和创意上的创新表达，不局限于原生广告、视频、富媒体等，该广告形式作为某个移动营销活动中的亮点，能够有效地强化品牌形象，甚至丰富用户体验，加深品牌与消费者的连结。
电商创新	参赛案例必须是要在移动终端促成消费者购物行为的商务案例。报奖案例必须说明如何利用移动技术或功能，或通过独特创新的移动营销策略，最终引导消费者产生购买行为。
O2O创新	参赛案例必须是以手机作为核心，连接线上和线下资源，为消费者提供实时便捷的服务和丰富的体验，促进销售，帮助广告主有效提升ROI。

案例提交内容概要

案例提交内容包括：

- 案例名称
- 活动周期
- 广告主
- 品牌
- 广告代理公司
- 活动目标/挑战（不超过500字）
- 活动创意/策略（不超过1000字）
- 操作/执行（不超过1000字）
- 活动效果（不超过500字）
- 辅助材料（以下两项请至少提供一项）：
 1. PDF（仅可提供1个文件，必须包括网站/App/活动截图，文件大小不超过10M，**不得出现参赛公司名称或logo等醒目标志**）
 2. 视频/网站（仅可提供1个文件，**不得出现参赛公司名称或logo等醒目标志**）

详细要求请见各类别的“案例申报表”



感谢您的支持和参与！

如有疑问敬请电话Lily Zhao: 13818839717

提交案例请发送邮件至china.events@mmaglobal.com