



E-MAIL CAMPAGNE AWARD 2021: PROCEDURE & CASE FORMAT

Win jij die prestigieuze e-mailaward dit jaar? Dan kom je in het rijtje met grote namen als Albert Heijn, Wehkamp, Friesland Campina, Hans Anders en Tempo-Team.

Om de jurering eerlijk, eenvoudig en overzichtelijk te houden, vragen we je de case in te dienen aan de hand van het hieronder uitgewerkte vaste format. Zorg ervoor dat je dit aanhoudt; als je inzending hier niet aan voldoet, zal deze door de jury NIET in behandeling worden genomen.

Uit alle ingezonden cases nomineert de jury er drie die kans maken op de E-mail Campagne Award 2021. Als je case wordt genomineerd, nodigen wij je uit voor de jurydag op 7 september 2021 om de case in een gesprek met de jury toe te lichten. Wij nodigen je ook uit voor de DDMA EMAIL SUMMIT op 30 september 2021. Daar kun je je campagne aan het publiek presenteren. Op die dag maakt de jury bekend welke campagne de winnaar is.

In dit document vind je de volgende zaken:

- ✓ Algemene richtlijnen waar je inzending aan moet voldoen
- ✓ Format voor de campagne-inzending
- ✓ Jurycriteria
- ✓ Planning + communicatiemomenten

Wij bedanken je voor het indienen van jouw campagne en wensen je heel veel succes!

ALGEMENE RICHTLIJNEN

- Deadline voor het insturen van de campagne is uiterlijk 14 juni voor 17.00 uur. Stuur de inzending naar: <mailto:evenementen@ddma.nl>.
- Na deze datum is het NIET meer mogelijk je campagne te jureren.
- Stuur je inzending in Word of in PDF in en houd je aan onderstaand format.
- Er geldt een maximum van totaal 6 pagina's, inclusief afbeeldingen. Binnen deze 6 pagina's geldt een maximum van één pagina aan screenshots of afbeeldingen (zie 3.d.). Er mogen maximaal 5 url's worden vermeld waar de jury campagne-uitingen of visuals kan bekijken. Blijf kort en bondig, hanteer zoveel mogelijk bullets en/of opsommingen. Campagnebeschrijvingen die meer dan 6 pagina's beslaan, worden **niet** meegenomen in de jurering.
- De inzending betreft een duidelijk e-mailgerelateerde communicatie- of marketingcampagne die in Nederland (en eventueel daarbuiten) in de periode vanaf 1 juli 2020 actief is (geweest). De periode moet lang genoeg zijn om concrete en goed onderbouwde resultaten op te nemen in de casebeschrijving.
- De campagne wordt ingezonden met toestemming van de adverteerder/opdrachtgever.
- De adverteerder/opdrachtgever voert tijdens de jurydag het gesprek met de jury en staat op het podium tijdens de Email Summit 2021.
- De adverteerder/opdrachtgever neemt de E-mail Campagne Award 2021 in ontvangst, *niet* het bureau.



FORMAT VOOR DE CAMPAGNE-INZENDING

NB: volg dit format, ervan afwijken kan leiden tot uitsluiting van deelname.

1. INTRODUCTIE

- a. Naam van de campagne (titel)
- b. Naam van de organisatie (opdrachtgever)
- c. Betrokken bureau of bureaus
- d. Gegevens contactpersoon; volledige NAW-gegevens incl. telefoonnummer (bij voorkeur mobiel nummer!) en e-mailadres. Geef hierbij expliciet aan met wie er gecommuniceerd mag worden vanuit de jury en/of de organisatie van de DDMA Email Summit
- e. Goedkeuring aan de DDMA de case te publiceren (evt. in aangepaste vorm)
- f. Periode/timing dat de campagne liep/van toepassing was

2. INHOUD

- a. Geef een beschrijving van de probleemstelling van de campagne
- b. Geef een beschrijving van de campagne en de kanalen die zijn ingezet
- c. Geef een heldere, specifieke en concrete beschrijving van de doelstelling(en). Be SMART!
- d. Geef een korte en duidelijke beschrijving van de doelgroep en toepassing van data
- e. Geef aan welke rol e-mailmarketing speelt in de totale communicatiemix van de campagne
- f. Beschrijf hoe de organisatie rondom e-mailmarketing eruitziet. Wat deed je/jullie zelf en wat deed het bureau? Wat was het beschikbare budget voor deze campagne?
- g. Hebben andere media direct of indirect bijgedragen aan het succes van de e-mailcampagne?
- h. In hoeverre is de e-mailcampagne onderdeel van de communicatiestrategie/campagne en wat is de bijdrage van e-mail aan het geheel?

3. RESULTATEN & CONCLUSIE

- a. Uitgebreide beschrijving van de resultaten. Relateer deze aan de doelstellingen. Hoe concreter en uitgebreider, hoe beter de jury de campagne kan beoordelen. Denk hierbij aan: e-mailmetrics, financiële KPI's, andere KPI's zoals klantsentiment, conversie en attributie naar andere kanalen.
- b. Geef een uitgebreide beschrijving van de tests die vooraf en tijdens de looptijd van de campagne zijn uitgevoerd incl. de resultaten
- c. Vermeld de doelstelling in relatie tot het resultaat; in hoeverre is deze behaald?
- d. Neem screenshots en URL's op van de belangrijkste onderdelen van de campagne, zoals de e-mail(s) en/of de landingspagina(s)
- e. Welke conclusies zijn er getrokken?

4. LEER- EN VERBETERPUNTEN

Geef een kort overzicht van de leer- en verbeterpunten. Wat zou je volgende keer anders doen en waarom?

5. EXTRA INPUT

Voeg hier informatie toe die je verder van belang acht voor beoordeling van de campagne.



JURY CRITERIA E-MAIL CAMPAGNE AWARD 2021

1. Hoe effectief is de e-mailcampagne?

De jury beoordeelt of de campagnedoelstellingen zijn behaald. In alle gevallen wordt dit gerelateerd aan de inspanning die er tegenover stond (de efficiency van de campagne). Hierbij kijkt de jury kritisch naar inzet en efficiëntie van het budget, inzet van personeel en kosten per lead of contact. Op deze manier kan de jury een eerlijke en gebalanceerde vergelijking maken tussen grotere campagnes met een hoog budget enerzijds en kleinere efficiënte campagnes anderzijds.

2. Wat is de bijdrage van het kanaal e-mail aan de campagne?

Heeft het kanaal e-mail een substantiële bijdrage geleverd aan het totaalresultaat? Zou de campagne ook succesvol zijn geweest als het kanaal e-mail *niet* was ingezet?

3. Hoe klantgericht en gebruiksvriendelijk is de campagne?

De jury kijkt naar gebruiksvriendelijkheid en *usability* van de e-mailcampagne en bijbehorende webpagina's, formulieren en (klantgerichte) functionaliteiten.

4. Hoe creatief is de campagne in tekst en beeld?

De jury beoordeelt het gehele campagneconcept (in relatie tot de doelstelling), ook voor wat betreft *look & feel* en *tone of voice*.

5. Hoe wordt beschikbare en/of verzamelde data ingezet?

De jury kijkt naar de mate en wijze waarop gegevens uit de database(s) zijn verzameld en ingezet ten behoeve van selectie, segmentatie en personalisatie.

6. Welke activiteiten zijn uitgevoerd ten behoeve van respons optimalisatie?

De jury is benieuwd naar uitgevoerde testen en de onderbouwing van de daaruit voortkomende conclusies. Welke impact hebben die uitkomsten gehad op het verdere verloop van de campagne?

7. Welke learnings zijn opgedaan bij het uitvoeren van de campagne?

Wat zijn de belangrijkste conclusies die zijn getrokken uit de resultaten van de campagne? Wat zou je herhalen en wat zou je niet meer doen? En waarom?

8. Hoe vernieuwend is de campagne?

De jury beoordeelt in hoeverre de e-mailcampagne innovatief is, buiten de gebaande paden treedt en gebruikmaakt van vernieuwende elementen.

9. Wat is de kwaliteit van de campagnebeschrijving?

De jury bekijkt of de beschrijving van de campagne duidelijk, helder, en compact is. Zijn de resultaten goed en logisch weergegeven, in correct Nederlands, en roept de beschrijving geen vragen op?



COMMUNICATIE EN PLANNING

Voor de duidelijkheid zie je hieronder wanneer wat van je verwacht wordt en wanneer je wat van ons kunt verwachten. Zo weet je goed waar je aan toe bent en wanneer je genomineerd bent!

- **14 juni 2021 voor 17.00 uur:**
DEADLINE aanleveren e-mailcampagne bij evenementen@ddma.nl.
- **30 juni 2021**
Genomineerden e-mailcampagnes worden bekend gemaakt
- **7 september 2021**
Jurydag DDMA kantoor in Amsterdam
- **30 september 2021**
Presentaties van alle genomineerden voor de E-mail Campagne Award.
Later op de dag volgt de uitreiking E-mail Campagne Award 2021 tijdens de DDMA EMAIL SUMMIT 2021.

We bedanken je nogmaals voor het inzenden van jouw campagnebeschrijving en wensen je heel veel succes!