

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CAMPAIGN – B2B



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

In der Kategorie Campaign werden die Konzeption und der wirksame Einsatz von Content und Storytelling bei zeitlich begrenzten Kommunikationsprojekten bewertet. Diese Kampagnen bestehen aus mehreren Bestandteilen und ist keine Einzelmaßnahme. Das können auch Werbekampagnen sein, die über ausreichend Content-Bausteine verfügen, die inhaltlich und redaktionell aufbereitet sind. Idealerweise verfolgen diese jeweils ein konkret nachweisbares Ziel und sind in die übergeordnete Marketingkommunikation eingebettet.

25 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die zugrundeliegende kreative Idee der Kampagne? (Zielgruppen-Fit, Marken-Fit etc.)

1 2 3 4

FRAGE 2

Wie beurteilen Sie den Einsatz von Content Elementen innerhalb der Kampagne? (Aufbereitung, Umsetzung)

1 2 3 4

25 %

FRAGE 3

Wie beurteilen Sie den cross-medialen Einsatz und Distribution der Kampagne? (Kanalstrategie, Paid/Owned/Earned)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 4

Wie bewerten Sie den Erfolg der Kampagne?

1 2 3 4

20 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie die Authentizität und die Einbettung in das Gesamtkonzept der Kampagne?

1 2 3 4

10 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:

BCM 2017 – BEWERTUNGSBOGEN

CAMPAIGN – B2C



best of
content marketing

Nummer der Einreichung:
(auf Rückseite)

Unbedingt ausfüllen!

BITTE BEWERTEN SIE NACH SCHULNOTEN VON 1 („SEHR GUT“) BIS 4 („AUSREICHEND“)

In der Kategorie Campaign werden die Konzeption und der wirksame Einsatz von Content und Storytelling bei zeitlich begrenzten Kommunikationsprojekten bewertet. Diese Kampagnen bestehen aus mehreren Bestandteilen und ist keine Einzelmaßnahme. Das können auch Werbekampagnen sein, die über ausreichend Content-Bausteine verfügen, die inhaltlich und redaktionell aufbereitet sind. Idealerweise verfolgen diese jeweils ein konkret nachweisbares Ziel und sind in die übergeordnete Marketingkommunikation eingebettet.

25 %

FRAGE 1

Wie beurteilen Sie die zugrundeliegende kreative Idee der Kampagne? (Zielgruppen-Fit, Marken-Fit etc.)

1 2 3 4

FRAGE 2

Wie beurteilen Sie den Einsatz von Content Elementen innerhalb der Kampagne? (Aufbereitung, Umsetzung)

1 2 3 4

25 %

FRAGE 3

Wie beurteilen Sie den cross-medialen Einsatz und Distribution der Kampagne? (Kanalstrategie, Paid/Owned/Earned)

1 2 3 4

20 %

FRAGE 4

Wie bewerten Sie den Erfolg der Kampagne?

1 2 3 4

20 %

FRAGE 5

Wie beurteilen Sie die Authentizität und die Einbettung in das Gesamtkonzept der Kampagne?

1 2 3 4

10 %

BITTE FORMULIEREN SIE IN ZWEI SÄTZEN IHREN GESAMTEINDRUCK DER EINREICHUNG:
