

## Inschrijfprocedure B2B Marketing & Communicatie Award 2011

De B2B Marketing Award Nederland heeft tot doel bewezen effectieve marketing en communicatiecampagnes in de business-to-business markt te onderscheiden. Een daartoe aangestelde Jury zal de inzendingen beoordelen. Deze Jury vraagt bewezen feiten en geen beweringen.

Gelieve het formulier in te vullen en uw Powerpoint presentatie per email te sturen naar: [ingrid@spotonvision.com](mailto:ingrid@spotonvision.com) onder vermelding van B2B Marketing Award.

Voor meer informatie kunt u ook contact opnemen met Ingrid Archer via telefoonnummer 06 212 905 99.

**Laatste inzenddatum: vrijdag 18 februari 2011**

### Overzicht deadlines

15 november 2010:	inschrijving open
18 februari 2011:	inschrijving gesloten
1 maart 2011:	shortlist bekend
15 maart 2011:	genomineerden presenteren cases / zaal mag meestemmen / jury reikt de Awards uit

### De jury let vooral op de volgende zaken:

- Er is aantoonbaar een duurzaam concurrentievoordeel opgebouwd
- Er is sprake van een consistente en lange termijn (marketing&communicatie)strategie
- Deze strategie is consistent uitgewerkt (segmentatie, positionering + marketing mix)
- De inspanningen op marketing & communicatiegebied hebben aantoonbaar tot positieve resultaten en gezonde 'return on marketing investments' geleid (de accountability eis)
- Indien relevant voor de markt waarin uw onderneming werkzaam is: De strategie levert een bijdrage aan het streven naar maatschappelijk verantwoord ondernemen
- Is er een heldere doelgroepkeuze en een duidelijke merkpositionering
- Is er een onderscheidende wijze van communiceren
- Is er sprake van een crossmediale aanpak (online + offline)

### Hoe bewijst u de Jury dat u de winnaar bent?

De jury wil graag erg enthousiast gemaakt worden over de ingebrachte case. Wat is daar voor nodig? Er vallen tal van zaken te bedenken, maar uiteindelijk gaat het om de essentie:

- De case is (bijzonder) inspirerend omdat op een vernieuwende en/of creatieve wijze oplossingen zijn gevonden
- Er is aantoonbaar aan de accountability eis voldaan

### Wat als u nog vragen en twijfels heeft?

Lees uw case nog eens zorgvuldig door. Vraag een collega of vakgenoot met u mee te lezen. Wordt u dit jaar niet genomineerd, neem dan contact op met Ingrid Archer. Zij kan namens de jury aangeven waarom u niet genomineerd werd, en kan u jurytips doorgeven om bij een volgende B2B Marketing & Communicatie Award een nog beter project in te dienen.

### De 7 Spelregels

1. Inzendingen moeten gebeuren namens een bedrijf of organisatie in Nederland en worden ingediend via het inschrijfformulier. Media, Marketing, Communicatie, PR of Reclamebureau's zijn dus uitgesloten van deze competitie. Daarvoor zijn al vele andere prijzen in in het leven geroepen.
2. Cases die helder, eenvoudig, duidelijk en beknopt zijn opgesteld, krijgen al snel meer sympathie dan cases die het maximum aantal toegestane woorden overschrijden, veel zoekwerk vereisen, niet-consistente informatie bevatten, onduidelijke of niet-relevante cijfers bevatten en slordig zijn opgesteld.
3. Doelstellingen moeten SMART zijn: Specifiek, Meetbaar, Ambitieuw, Realistisch en Tijdbegrensd zijn. Zorg ervoor dat de jury kan beoordelen of de resultaten en de doelstellingen vergelijkbaar zijn. Haal commerciële en communicatiedoelstellingen niet door elkaar!
4. Er is slechts 1 categorie: B2B Marketing & Communicatie, dwz dat beide facetten van een activiteit / campagne aan de orde moeten komen, de marketingkant en de communicatiekant
5. Laat zien dat je met jouw project of campagne een duidelijke visie op jouw vakgebied hebt, gericht op tastbaar resultaat.
6. De jury beoordeelt op: vernieuwend, verfrissend en onderscheidend vermogen in B2B.
7. In B2B kan het gaan vaak om complexe producten of diensten, zorg ervoor dat je niet teveel jargon gebruikt en in eenvoudige bewoordingen uitlegt wat de uitdaging en oplossing is geweest.

### De Jury voor de B2B Marketing & Communicatie Award 2011

- **Ment Kuiper** (tevens voorzitter van de jury), oprichter NextMarketeer, tevens ondernemer en docent
- **Elly Langeveld**, Country Marketing Manager bij Xerox
- **Ludo Voorn**, directeur Marketing Zwitserleven

### Voor de winnaars

- De genomineerden worden uitgenodigd om **tijdens het B2B marketing forum de case te presenteren**.
- Bovendien ontvangen de winnaars van de B2B Marketing & Communicatie Award een **opleidingscheque** aangeboden door LECTRIC/NextMarketeer, ter waarde van 2.500 euro.
- De winnaar van de B2B Marketing & Communicatie Award ontvangt ook nog een extra prijzenpakket, aangeboden door spotONvision, **te weten een gratis in-huis masterclass over een in overleg te bepalen marketing-onderwerp**, ter waarde van 2000 euro.
- Daarnaast ontvangt de winnaar van de B2B Communicatie Award een extra prijzenpakket, aangeboden door LEWIS PR, **te weten een presentatie of mediatraining**, ter waarde van 2000 euro.

### Inschrijfformulier

Naam bedrijf inzender: .....  
Naam product/dienst: .....  
Titel van de case/campagne: .....  
Naam contactpersoon: .....

Postcode: ..... Plaats: .....  
Telefoon: ..... Mobiel: .....  
E-mail: .....

Evt. betrokken marketing- of communicatiebureaus:  
.....

De bijgevoegde case ging van start op en eindigde op:  
.....

### Case-informatie

In maximaal 15 powerpoint slides; de Jury hanteert deze richtlijn strikt.

Beschrijf in de case de volgende elementen:

1. Wat was de uitdaging?
2. Wat was de oplossing/aanpak?
3. Wat was het resultaat? en
4. Wat waren de lessons learned?
5. Waarom verdient deze case een B2B Marketing & Communicatie Award? (in maximaal 1 slide)

### Over de te verstrekken informatie

Laat niets weg wat belangrijk kan zijn.

Bv. informatie over andere marketingactiviteiten die hun weerslag kunnen hebben op het kernbetoog. Of ook wijzigingen in product-, distributie- en prijsbeleid, veranderingen in de omgevingsfactoren, met name activiteiten van de concurrentie en hun marketingacties.

### Doelstellingen en resultaat

Alleen indien doelstellingen en resultaten voldoende bewezen op elkaar aansluiten, is er kans dat u genomineerd zal worden.

### Doelgroep

Vermeld de doelgroep. Geef zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve omschrijving.

### Belangrijk! Beweer niet. Bewijs.

- Nulmetingen zijn hierbij goud waard.
- Geef voor alle kwantitatieve gegevens duidelijke bronvermelding.
- Geef voor langlopende campagne minstens twee meetpunten

### Criteria waarop wordt gelet

Inschrijfprocedure B2B Marketing & Communicatie Award Nederland 2011 – November 2010  
copyright spotONvision, [www.spotonvision.com](http://www.spotonvision.com)

Denk bij het opstellen van de case aan het **SMART** maken van de onderdelen.  
Houd rekening met de **Accountability** en **Inspiratie**-voorwaarden van de jurering.

**Succes!**

**Namens spotONvision en de Jury**

#### **De kleine lettertjes:**

De inzending is alleen geldig indien het **officiële inschrijfformulier** wordt gebruikt en volledig ingevuld.

Alleen campagnes of projecten kunnen meedingen die in 2010 nog actueel waren. Dit mag ook bijvoorbeeld een campagne zijn die al in 2007 startte, zolang deze nog steeds actueel was in 2010. **Alle vormen van marketing en communicatie** dingen mee: alle above- en below-the-line media: Lead Generatie campagnes, Product launches, Social Media campagnes, Online PR.

De ingestuurde case bestaat uit maximaal **15 pagina's in powerpoint**. Plus eventueel maximaal twee pagina's als bijlage voor bijvoorbeeld cijfergegevens. Alle pagina's dienen genummerd te zijn. Cases die niet aan deze criteria beantwoorden worden systematisch teruggestuurd naar de afzender met reden van weigering. Deze laatste krijgt een week om zijn dossier in de juiste vorm in te dienen.

Na de Juryzitting voor Fase 1 (18 februari 2011) worden de namen van de **nominees** bekend gemaakt. Ze worden telefonisch en schriftelijk/via mail op de hoogte gebracht door de voorzitter van de jury en moeten bereid zijn aanvullende informatie te verstrekken indien gewenst.

De uitslag van de jury staat **niet ter discussie**, er kan niet over worden gecorrespondeerd. Uiteraard worden de cases vertrouwelijk behandeld en niet zonder instemming van betrokkenen verder verspreid dan de jury en de organisatie van de Awards.

De deelnemer gaat ermee akkoord om, indien de ingediende case genomineerd wordt, deze case -indien gevraagd- te **presenteren** en / of voor publicatie beschikbaar te stellen aan de organisatie van de Award.