

MIXX Hrvatska 2021

Nakon izazovne godine, važno je osvrnuti se na značajne trenutke u njoj – a nakon 2020. posebno je važno proslaviti pobjede. Radili ste vrijedno i mnogo, a MIXX će ove godine odati počast najboljim projektima i dodijeliti statue koje će vas uvijek podsjećati na vaše snage u neizvjesnim trenucima, stoga u nastavku pročitajte kako sudjelovati.

Natjecanje MIXX izrađeno je po međunarodnoj licenci IAB-a, a u sklopu njega dodjeljuju se nagrade najboljim digitalnim kampanjama i digitalnim alatima/platformama u području tržišnih komunikacija. Kriteriji ocjenjivanja uključuju kreativnost, strategiju, izvedbu i korištenje medija te postignute rezultate. Svi su kriteriji podjednako važni za donošenje konačne ocjene i izbor pobjednika.

Uvjeti

- Moguće je prijaviti radove koji su izvedeni u razdoblju od 1. siječnja 2020. do 20. veljače 2021. godine. Ako je rad realiziran ranije, prijava je moguća pod uvjetom da je kampanja trajala i u navedenom periodu te da rad nije bio prijavljen na neko od ranijih natjecanja MIXX.
- Prijavitelji su radova agencije, izuzev u kategoriji L. Best Publisher Long-form Native, u kojoj prijavitelji mogu biti isključivo izdavači.
- Prijavljeni radovi moraju biti namijenjeni hrvatskom tržištu.
- Prijavljeni radovi ne mogu biti adaptacije inozemnih kampanja, osim ako na njima nije napravljena značajna nadogradnja za potrebe lokalnog tržišta.
- Radovi moraju biti naručeni, odobreni i proizvedeni za oglašivača/naručitelja te javno objavljeni o njegovu trošku u razdoblju označenom u raspisu natječaja na način da, prema kriterijima struke, oblikom i količinom nesumnjivo predstavljaju stvarnu tržišnu aktivnost utemeljenu na poslovnim interesima oglašivača/naručitelja.
- Prijavitelj je odgovoran za ispravnost ispunjene prijave i točnost svih navedenih podataka.

Rokovi

Rok je za prijavu radova **25. travnja 2021. godine.**

Pobjednici će biti proglašeni na dodjeli nagrada koja će se u lipnju 2021. godine održati u Zagrebu.

Nagrade

U svakoj se kategoriji dodjeljuje po jedna nagrada. Radovi koji su prijavljeni u više kategorija mogu osvojiti nagradu samo u jednoj kategoriji, i to onoj u kojoj su ostvarili najveću ocjenu, a iz ostalih se kategorija brišu.

Za osvojene nagrade prijaviteljima se uručuje MIXX statua. Na njoj se nalazi ime rada, ime klijenta i ime agencije prijavitelja. Nije moguće imati više od jednog imena klijenta ili agencije na jednoj statui. Svi pobjednički radovi dobit će po jednu statuu, a u slučaju više prijavitelja istog rada, naknadno je moguće naručiti dodatnu statuu po cijeni od 600 kn + PDV.

Svi finalisti dobivaju certifikat, a imaju mogućnost naručiti statuu po cijeni od 300 kn + PDV. Statua izgleda isto kao pobjednička, samo je manjih dimenzija uz natpis *finalist*.

Organizator, uz suglasnost žirija, zadržava pravo izmjene pravila natjecanja.

Kategorije

Kampanje

A. Brand Awareness Campaign

Kampanje koje za osnovni cilj imaju podizanje svijesti o brendu i njegovim vrijednostima. Prijavom u ovu kategoriju prijavitelj potvrđuje da je u izvedbi kampanje minimalno 20 % ukupnog budžeta (produkcijskog i medijskog) utrošeno na digitalne kanale.

B. Direct Response and Lead Generation Campaign

Kampanje koje za svoj osnovni cilj imaju sljedivu aktivnost korisnika ili generiranja baze kupaca u digitalnim kanalima ili kombinaciji digitalnih (online) i ostalih (offline) kanala.

C. Cross-Media Integration Campaign

Kampanje koje, bez obzira na cilj, uspješno kombiniraju online i offline medije u neodvojivu cjelinu kako bi se ostvario zadani cilj. Vrednuju se kampanje koje u samoj svojoj ideji i provedbi u međuovisnost dovode online i offline segmente kampanje.

D. Best COVID/Earthquake Crisis Campaign

Kampanje koje se sadržajno referiraju na potres ili COVID-19 krizu. U ovoj kategoriji nagrađuju se projekti koji su se uspješno prilagodili novonastaloj situaciji, s naglaskom na korištenje digitalnog kanala.

Alati/Platforme

E. Best Media Strategy

Medijska strategija čija je izvedba omogućila izniman uspjeh u ostvarivanju ciljeva kampanje. Vrednuju se originalne strategije, inovativni formati i posebne opcije medijskih zakupa.

F. Best Branded Content

Kampanje u kojima je kreiran originalan, zabavan ili informativan sadržaj i povezan je s osnovnim atributima brenda, a plasiran kroz digitalne kanale.

G. Best Website

Cjelovite web-stranice ili web-aplikacije koje podrazumijevaju korporativne i kampanjske stranice, mikro stranice ili landing page.

H. Best Mobile App

Mobilne aplikacije bez obzira na platformu. Ne uključuje mobilne web-stranice.

I. Best Social

Aplikacije, stranice, profili i oglasne kampanje na društvenim mrežama i instant messaging servisima.

J. Best Search

Iznimno korištenje taktika pri oglašavanju na pretraživačima.

K. Best Tech & Innovation

Digitalni projekti u kojima je tehnologija upotrijebljena na inovativan način za promociju proizvoda/usluge te projekti koji koriste najnovije dostupne tehnologije.

L. Best Publisher Long-form Native

Digitalni projekti u kojima izdavači samostalno kreiraju i distribuiraju sponzorirani sadržaj na vlastitim stranicama i platformama. Sponzorirani je sadržaj pri tome integriran i asimiliran u dizajn, sadržaj i format stranice ili platforme te označen kao promotivni sadržaj.

Best-in-Show

Nagrada koja se dodjeljuje prvoplasiranom radu s najvišim prosjekom ocjena iz svih kategorija cjelovitih kampanja – **Brand Awareness, Direct Response and Lead Generation, Cross-Media Integration** i **Best COVID/Earthquake Crisis Campaign**. Dobitnik nagrade Best-in-Show ne osvaja nagradu u kategoriji u kojoj je konkurirao, već se ona dodjeljuje prvom sljedećem najbolje ocijenjenom radu u toj kategoriji i briše se iz svih drugih kategorija u kojima je prijavljen.

Žiriranje

Žiriranje se obavlja u dva kruga, a svaki nadgleda organizacijski odbor natjecanja.

Prvi krug

U prvoj selekcijskoj fazi žiri online ocjenjivanjem radova odlučuje o finalistima natjecanja. U prvoj fazi ocjenjuju se samo pisane prijave i kreativna rješenja dostavljena u obliku poveznice, na kojoj moraju biti dostupna tijekom čitavog vremena prijave i žiriranja. Za prvu, selekcijsku fazu nije potrebno izrađivati videosažetak. Prvi krug žiriranja traje od 10. do 13. svibnja 2021. godine.

Drugi krug

U drugom krugu žiri zajedničkim žiriranjem, koje će se održati 1. lipnja 2021. godine, odlučuje o pobjednicima u svim kategorijama. U drugom krugu žiriranja ocjenjuju se pisane prijave, kreativna rješenja dostavljena u obliku poveznice, gdje moraju biti dostupna tijekom čitavog vremena prijave i žiriranja, te videosažetak. Finalisti, koji će o ulasku u finale natjecanja biti obaviješteni e-mailom na elektroničku adresu koju su naveli u prijavi do 14. svibnja 2021. godine, trebaju predati videosažetak do kraja dana 30. svibnja 2021. godine.

Od žiriranja se u obje faze suzdržavaju članovi žirija koji su na bilo koji način povezani s radom o kojem se glasuje.

Bodovanje

Radovi se ocjenjuju po sljedećim komponentama, a svaka od četiri komponente donosi 25 % ukupne ocjene:

A. Strategija

B. Izvedba

C. Kreativnost

D. Rezultati.

U **prvom krugu žiriranja**, u kojem se odlučuje o finalistima natjecanja, svaki član žirija ocjenjuje svaki prijavljeni projekt jednom jedinstvenom ocjenom od 1 do 5. Najviša se i najniža dobivena ocjena članova žirija svakog rada zanemaruju, a prosjek ocjena preostalih članova žirija čini ukupnu ocjenu. Pet (5) radova po kategoriji s najvišom ukupnom ocjenom su finalisti. Minimalni je bodovni prag za finalista 3,0. U slučaju da dva rada imaju istu ocjenu, oba rada idu u finale natjecanja.

U **drugom krugu žiriranja**, u kojem se odlučuje o pobjednicima u svim kategorijama, svaki član žirija ocjenjuje svaku komponentu prijave (strategija, izvedba, kreativnost, rezultati) ocjenama od 1 do 5. Prosjek ocjena svih komponenti čini ukupnu ocjenu prijavljenog rada tog člana žirija. Najviša se i najniža dobivena ocjena članova žirija svakog rada zanemaruju, a prosjek ocjena preostalih članova žirija čini ukupnu ocjenu.

Najbolje plasirani rad u pojedinoj kategoriji mora imati minimalnu prosječnu ocjenu 3,25. U suprotnom se nagrada za tu kategoriju ne dodjeljuje.

Ako više sudionika prijavi isti rad u istoj kategoriji, ocjenjivat će se samo ona prijava koja prema mišljenju organizatora ima potpuniju dokumentaciju.

Prijava radova

Svaka agencija može prijaviti više radova u više kategorija.

Ako je u realizaciji rada sudjelovalo više agencija, prijavitelj treba biti agencija koja je obavila najveći dio izvedbe, uz jasnu naznaku ostalih agencija koje su sudjelovale.

Prijave se prijavljuju pomoću „Prijavnice MIXX 2021“ dostupne na [poveznici](#) i moraju sadržavati tekstualni opis projekta (maksimalno 3,200 znakova) koji definira poslovni izazov, ilustrira učinkovitost rada i ulogu kreativnosti. U opisu je potrebno objasniti poslovno okruženje, ciljeve kampanje, demonstrirati uspješnost, rezultate i ulogu kreativnosti na jasan i koncizan način.

Prijava sadržava 5 komponenti: **Ciljevi, Strategija, Izvedba, Kreativnost, Rezultati.**

Komponenta „Ciljevi“ ne ocjenjuje se, ali je potrebno navesti ih u prijavi, kako bi žiri mogao kvalitetnije evaluirati ostale četiri komponente.

Radovi se ocjenjuju u 4 komponente: **Strategija, Izvedba, Kreativnost, Rezultati**, tako da svaka prijava mora sadržavati objašnjenje prema sljedećem:

1) Strategija

Objasnite poslovni, marketinški i komunikacijski izazov. Opišite uvid (insight) u brend, ciljnu skupinu i samu ideju. Opišite kreativnu i medijsku strategiju i samu ideju. Dobar opis strategije podrazumijeva jasno objašnjenje odabira strategije u odnosu na zadane ciljeve. Koristite brojke koje jasno pozicioniraju promovirano i koje ste koristili za evaluaciju rada.

2) Izvedba

Opišite posebnost aktivacija i isporuke. Opišite raspodjelu budžeta po kanalima koje ste koristili i naglasite sve jedinstvene i zanimljive komponente u kampanji. Objasnite odnos odabira tehnologije, kanala, medija i taktika unutar odabrane strategije. Za alate/platforme: Opišite tehnologije i standarde koje ste koristili u tehnološkom rješenju, pristup i metode kojima ste pozitivno utjecali na korisničko iskustvo i ostale komponente vezane za izvedbu kojima ste osigurali kvalitetu projekta.

3) Kreativnost

Objasnite kreativno rješenje i kreativni uvid (insight) te kako ste do njega došli, zašto je važan za odabrane kanale, ciljnu skupinu ili brend.

Dostavite ključna kreativna rješenja u obliku poveznice na kojoj će ona biti dostupna tijekom čitavog vremena prijave i žiriranja. Ako poveznica ne funkcionira ili se na neki drugi način onemogućiti kvalitetan uvid u producirane materijale, moguća je diskvalifikacija rada.

4) Rezultati

Opišite dobivene rezultate. Objasnite kako ste definirali uspjeh obavljenog posla. Koliko ste uspješno ispunili postavljene ciljeve i kakvi su poslovni rezultati ostvareni za klijenta. Navedite konkretne brojeve koji mogu potvrditi rezultate, kao i izvore podataka.

Finalisti koje će organizator obavijestiti o ulasku u finale do 14. svibnja 2021. godine moraju do kraja dana 30. svibnja 2021. godine na e-mail info@danikomunikacija.com predati poveznicu na videosažetak u trajanju od najviše tri (3) minute u zadanom formatu (.mp4, minimalne rezolucije 1280 x 720, veličine do 500 MB) s opcijom preuzimanja/downloada.

Agencija mora imati sva autorska prava za korištenje svih elemenata u videu.

Videosažetak treba sadržavati glavne elemente iz prethodno predane pismene prijave (npr. navedene rezultate).

Kontakt osoba navedena pri prijavi rada treba biti dostupna telefonski na dan žiriranja, 1. lipnja 2021. godine, u svrhu pojašnjenja potencijalnih nedoumica koje žiri može imati.

Primjeri prijava

Primjeri prošlogodišnjih radova koji su pobijedili na natjecanju dostupni su za pregled na stranicama www.danikomunikacija.com/showcase.

Cijena prijave radova

- Redovni prijavni rok (do 15. travnja 2021): **999,00 kn + PDV**.
- Redovni prijavni rok za članove HURA-e i IAB-a (do 15. travnja 2021): **799,00 kn + PDV**.
- Kasni prijavni rok (do 25. travnja 2021): **1.399,00 kn + PDV**.
- Kasni prijavni rok za članove HURA-e i IAB-a (do 25. travnja 2021): **1.199,00 kn + PDV**.
- Ako se **isti rad prijavljuje u nekoliko kategorija**, za svaku je kategoriju potrebno je izvršiti zasebnu uplatu prema cjeniku.

Izbor članova žirija

Predsjednika i žiri natjecanja MIXX izabire Organizacijski odbor natjecanja.

Organizacijski odbor MIXX-a

U Organizacijskom su odboru natjecanja MIXX Croatia 2021: Anđela Buljan Šiber, Dunja Ivana Ballon, Daniel Ackermann, Mario Frančešević, Jan Jilek i Saša Škorić.

Naknadna diskvalifikacija

Ako se nakon dodjele nagrada ustanovi da je neki od nagrađenih radova plagijat, rad s dokazima ponovo se predočava članovima žirija. Ako oni utvrde da je rad plagijat, rad s dokazima ide na finalno vijećanje Organizacijskom odboru. Ako i Organizacijski odbor utvrdi da je riječ o plagijatu, radu se formalno oduzima nagrada (briše se s popisa nagrađenih radova).

Nagrada se u tom slučaju dodjeljuje sljedećem najbolje plasiranom radu u kategoriji.

Kontakt i informacije

Svima želimo puno uspjeha, a za pomoć ili dodatne informacije prilikom prijave obratite nam se e-mailom na info@danikomunikacija.com ili telefonski na broj 01/5810033. Pravila privatnosti pročitajte na [poveznici](#).