



**BRANDVERSE**  
AWARDS

# İçindekiler

Başvuru .....	3
Bölümler .....	3
Giriş Bilgileri .....	4
Proje Bilgileri .....	5
Sosyal Medya ve Dijital Bölümü .....	5
Film Bölümü .....	10
Medya Bölümü .....	11
PR Bölümü .....	13
Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Bölümü .....	14
Strateji Bölümü .....	15
Marka Deneyimi Bölümü .....	17
Craft Bölümü .....	19
Materyaller .....	20
Künye .....	21
İletişim .....	21

## Başvuru

Brandverse Awards başvurunuz için gereken tüm bilgi, açıklama ve materyalleri bu rehberde göre hazırlayabilirsiniz.

Bu rehberde uygun hazırladığınız başvurunuzu, <https://basvuru.brandverseawards.com/Hesabim> adresinden sisteme üye olduktan sonra, size sunulacak bilgi formuna girmeniz gerekmektedir.

Yarışmanın son başvuru tarihi 12.05.2022 saat 23.59'dur. Son başvuru tarihine kadar kullanıcı hesabınızla sisteme giriş yapıp, başvuru detaylarınızı güncelleyebilirsiniz.

Sosyal Medya ve Dijital Bölüm için başvuru yapılacak kategorinin açıklama kısmında aksi belirtilmediği sürece başvuru esnasında maksimum 2 dakika uzunluğunda case video yüklenmesi gerekmektedir.

## Bölümler

Brandverse Awards aşağıdaki bölümler altında yer alan kategorilerde başvuruları kabul etmektedir. Bölümler altındaki tüm kategorilere <https://www.brandverseawards.com/> üzerinden erilebilirsiniz.

### Sosyal Medya ve Dijital

Marka, kurum ya da kuruluşlar için dijitalde yapılan tüm kampanyalar ve iletişim faaliyetleri bu bölümde değerlendirilir.

Katılımcıların projeleriyle başvuru yapabilecekleri kategorilere ilave olarak SocialBrands Veri Analitiği Ödülleri bölümünde markaların sosyal medya performansları tamamen istatistiksel olarak sosyal medya marka endeksi SocialBrands puanlarına göre değerlendirilir. SocialBrands Veri Analitiği Ödülleri bölümü başvuru gerektirmez.

### Film

Bu bölümde marka, kurum ya da kuruluş için TV, sinema ya da dijital ortamlarda yayınlanmak için çekilen reklam filmleri yarışır. Aynı proje ile birden fazla sektöre başvuru yapılamaz.

### Medya

Markaların medya uygulamalarında gösterdikleri başarı bu bölümde değerlendirilir. Yaratıcı medya çalışmaları, yenilikçi uygulamalar ve ilham verici medya kullanım fikirleri de bu bölümde yarışır.

Sektörel kategorilere başvuru yapacak her proje yalnızca 1 sektöre başvuru yapabilir. Aynı proje ile birden fazla sektöre başvuru yapılamaz.

### PR

Markanın itibarını geliştirmek, markanın/ürünün hedef kitleyle arasında bağ kurmak/güçlendirmek adına yaptığı tüm yaratıcı PR çalışmaları bu bölümde yarışır.

**Sosyal Sorumluluk  
ve Sürdürülebilirlik**

Ticari bir kuruluş ya da kâr amacı gütmeyen kurumlar tarafından, daha iyi bir dünya için, toplumsal ve çevresel sorunların çözümü ve farkındalık için geliştirilen tüm sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik projeleri bu bölüm altındaki kategorilerde yarışır.

**Strateji Bölümü**

Marka adına yapılan tüm iletişim faaliyetleri ve kampanyalarının ardında yer alan, işin başarıya ulaşmasını sağlayan özgün ve etkili marka stratejileri bu bölümde değerlendirilir.

**Marka Deneyimi**

Markaların hedef kitleleriyle yaratıcı ve özgün yöntemlerle buluşmasına olanak sağlayarak müşteriler için deneyim sunan projeler bu bölümde yarışır.

**Craft**

Marka mesajını iletmek için reklamda kullanılan görsel, metin ve müzik gibi öğelerin nasıl kullanıldığı ve yaratıcı çalışmaya sağladığı katkı bu bölümde değerlendirilir.

## Giriş Bilgileri

Brandverse Awards için yapılacak tüm başvurularda bölüm ve kategori fark etmeksizin “Giriş Bilgileri” adımında aşağıdaki bilgiler doldurulmalıdır.

<b>Başlık</b>	Başvurusunu yapmak üzere olduğunuz projeye/işe bir isim yazınız. Bu proje/iş birden fazla kategoriye giriyorsa, burada verdiğiniz başlığın aynısını diğer kategorilere başvururken de kullanınız.
<b>Temsilci Şirket Adı</b>	Başvuruyu dolduran şirketin adını yazınız. Bu alana yazacağınız şirket adı başvuruya ait her şeyden sorumlu şirket olacaktır. Ödeme, faturalaşma gibi süreçler burada adı geçen şirket ile yürütülecektir. Proje ödül/sertifika kazandığında, ödül bu şirkete verilecektir. Bu alana birden fazla şirket adı yazılamaz.
<b>Temsilci Ad Soyad</b>	Projeyi/işi temsil eden kişinin isim ve soyismini yazınız.
<b>Temsilci Telefon</b>	Projeyi/işi temsil eden kişinin iletişim numarasını yazınız. İletişim numarası mobil numara olmalıdır.
<b>Temsilci E-Posta</b>	Projeyi/işi temsil eden kişinin e-posta adresini yazınız.
<b>Temsilci Görevi</b>	Projeyi/işi temsil eden kişinin çalıştığı kurum içindeki görevini (pozisyonunu) yazınız.
<b>Adres</b>	Projeyi/işi temsil eden kişinin çalıştığı kurumun adresini yazınız.

## Proje Bilgileri

Brandverse Awards için yapılacak tüm başvurularda bölüm ve kategori fark etmeksizin ‘Proje Bilgileri’ adımımda aşağıdaki bilgiler doldurulmalıdır.

<b>Reklamveren</b>	İşi görevlendiren marka, kurum veya organizasyonun adını yazınız.
<b>Alt Marka / Ürün / Hizmet</b>	Proje/iş, reklamverene ait bir farklı bir marka, alt marka, ürün veya hizmet için yapıldıysa yazınız. Eğer başvurusu yapılan proje/iş, farklı bir marka, alt marka, ürün veya hizmet ile ilgili değilse bu soruyu boş bırakınız.
<b>Yayın Tarihi</b>	Projenin/işin ilk yayınlandığı tarihi işaretleyiniz. 01.01.2021 – 01.05.2022 tarihleri arasında yapılmış projeler/işler yarışmaya katılabilmektedir.
<b>Bölüm</b>	Projenin/işin yarışmak istediği bölüm seçimini yapınız. Proje/iş birden fazla bölüme katılabilir ancak her bir bölüm katılımı için yeni bir başlık oluşturarak, ayrı bir form doldurmalısınız.
<b>Kategori</b>	Projenin/işin yarışmak istediği kategori seçimini yapınız. Proje/iş birden fazla kategoriye katılabilir ancak her bir kategori katılımı için yeni bir başlık oluşturarak, ayrı bir form doldurmalısınız.

## Sosyal Medya ve Dijital Bölüm

Marka, kurum ya da kuruluşlar için dijitalde yapılan tüm kampanyalar ve iletişim faaliyetleri bu bölümde değerlendirilir. Yazılı Açıklamalar adımımda aşağıdaki başvuru soruları yanıtlanmalıdır.

<b>Proje Özeti</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.
<b>Frekans / Yayın Süresi</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)</small>	Proje/iş/kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.
<b>Kampanya Fikrini Açıklayınız</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.
<b>Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 1.000 karakter)</small>	Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.
<b>Hedef Kitle</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

<b>Hedefleriniz /KPI'larınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.
<b>Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)	Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.
<b>Sonuçlar, ROI, Kanıtlar</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?
<b>Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.
<b>Açıklama</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Varsa proje/iş/kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Sosyal Medya ve Dijital Bölüm İlave Sorular

Sosyal Medya ve Dijital bölüm altındaki kategorilerin sadece bazılarına özel yukarıdaki sorulara ek olarak, yapılan çalışmanın jüri üyeleri tarafından daha iyi anlaşılması için bazı ilave sorular bulunmaktadır.

Bu alanda belirtilen kategorilere yapılacak başvurularda genel sorulara ek olarak aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Dijital PR Çalışması

Dijital PR kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruya da yanıt verilmesi gerekir.

<b>Organik Yayılım ve Kazanılmış Medya</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Çalışmanın organik ve kazanılmış medya (earned media) sonuçlarını açıklayınız.
---	--

### Fikir Önderi Ve Influencer Kampanyası

Fikir Önderi Ve Influencer Kampanyası kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruya da yanıt verilmesi gerekir.

<b>Kampanyada Yer Alan Fikir Önderlerini/Influencerları Yazınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Kampanyada yer alan fikir önderlerini/influencerları sosyal medyadaki rumuzlarıyla (zorunlu) belirterek, ilgili fikir önderini tercih etme sebeplerinizi yazınız.
---	---

## Kurumsal Blog

Kurumsal Blog kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

<b>İlk Yayın/Güncelleme Tarihi</b> * Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)	Web sitesinin ilk yayınlandığı/güncellendiği tarihi yazınız.
<b>Kurumsal Blog URL</b> * Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)	Kurumsal blogunuzun linkini yazınız.
<b>Blog Temasını Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (500 karakter)	Blogunuzun temasını açıklayınız. Birden fazla teması var ise yazınız.
<b>Ziyaretçi Sayınız</b> * Zorunlu alan (500 karakter)	Tekil ziyaretçi sayılarınızı günlük ve aylık olarak yazınız.

## Kurumsal Web Sitesi

Kurumsal Web Sitesi kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

<b>İlk Yayın/Güncelleme Tarihi</b> * Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)	Web sitesinin ilk yayınlandığı / güncellendiği tarihi yazınız.
<b>Kurumsal Web Sitesi URL</b> * Zorunlu alan (En Fazla 100 karakter)	Web sitenizin linkini yazınız.
<b>Web Sitesini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 100 karakter)	Web sitenizin anahtar özelliklerini ve temasını açıklayarak yazınız.

## Küçük Bütçeli Büyük İşler

Küçük Bütçeli Büyük İşler kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

<b>Toplam Kampanya Bütçesini Seçiniz</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Toplam kampanya bütçesini yazınız.
<b>Kampanya Bütçesini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Kampanyanız boyunca medya satın alma dahil olmak üzere kullandığınız bütçeyi detayları ile birlikte açıklayınız.

## Mikrosite Kampanyası

Mikrosite Kampanyası kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Frekans / Yayın Süresi

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Projenin/işin yayınlandığı süreyi yazınız.

### Mikrosite URL

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Mikrosite linkini yazınız.

## Mobil Odaklı Kampanya

Mobil Odaklı Kampanya kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### İlk Yayın/Güncelleme Tarihi

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Mobil odaklı kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.

## Mobil Uygulama

Mobil Uygulama kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### İlk Yayın/Güncelleme Tarihi

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Uygulamanın ilk yayınlandığı veya güncellendiği tarihi yazınız.

### AppStore / GooglePlay Linki

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Uygulamanızın AppStore/GooglePlay linkinleri yazınız.

## Özel Gün Kampanyası

Özel Gün Kampanyası kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Kampanyanın Yapıldığı

### Özel Günü Belirtiniz

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Proje/işin hedeflendiği özel günün ismini yazınız.



## Sayfa Ve Topluluk Yönetimi

Sayfa Ve Topluluk Yönetimi kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki sorunun da yanıtlanması gerekir.

### Topluluk Yönetim Yaklaşımını Açıklayınız

• Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Hedef ve yaklaşımlarınızı yazınız.

## Sosyal CRM Yönetimi

Sosyal CRM Yönetimi kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Sosyal CRM Yönetim Yaklaşımını Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Hedef ve yaklaşımlarınızı yazınız.

### Sosyal CRM Uygulamalarınızdan Örnekler Yazınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Örnek vermek istediğiniz iletişim, medya kullanımı ve uygulamaları belirtiniz.

## Sosyal Medyada Verinin Etkili Kullanımı

Sosyal Medyada Verinin Etkili Kullanımı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Kullandığınız Veriyi ve Projeyi Nasıl Geliştirdiğini Açıklayınız

Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Veriyi nasıl elde ettiğinizi, yorumladığınızı ve kullanımının kampanyanıza/projenize etkisini açıklayınız.

## Yenilikçi Teknolojilerin Etkili Kullanımı

Yenilikçi Teknolojilerin Etkili Kullanımı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Kullandığınız Teknolojileri Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)

Kullandığınız teknolojinin sunduğu fırsatları açıklayınız.

### Teknolojinin Kampanyanıza Sağladıklarını Açıklayınız

Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Teknolojinin kampanya kurgusu ve başarısındaki önemini açıklayınız.

## Film Bölümü

Bu bölümde marka, kurum ya da kuruluş için TV, sinema ya da dijital ortamlarda yayınlanmak için çekilen reklam filmleri yarışır.

Aynı proje ile birden fazla sektöre başvuru yapılamaz.

Film bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

<b>Kampanya Özeti</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.
<b>Frekans / Yayın Süresi</b> * Zorunlu alan (En Fazla 100 karakter)	Proje/iş/kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.
<b>Kampanya Fikrini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.
<b>Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)	Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.
<b>Hedef Kitle</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.
<b>Hedefleriniz /KPI'larınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.
<b>Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)	Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.
<b>Sonuçlar, ROI, Kanıtlar</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?
<b>Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.
<b>Açıklama</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Varsa proje/iş/kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## I Medya Bölümü

Markaların medya uygulamalarında gösterdikleri başarı bu bölümde değerlendirilir. Yaratıcı medya çalışmaları, yenilikçi uygulamalar ve ilham verici medya kullanım fikirleri de bu bölümde yarışır.

Sektörel kategorilere başvuru yapacak her proje yalnızca 1 sektöre başvuru yapabilir. Aynı proje ile birden fazla sektöre başvuru yapılamaz.

Medya bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

<b>Kampanya Özeti</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.
<b>Frekans / Yayın Süresi</b> * Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)	Proje/iş/kampanya yayınlandığı süreyi yazınız.
<b>Kampanya Fikrini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.
<b>Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)	Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.
<b>Hedef Kitle</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.
<b>Hedefleriniz /KPI'larınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.
<b>Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)	Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.
<b>Sonuçlar, ROI, Kanıtlar</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?
<b>Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.
<b>Açıklama</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Varsa proje/iş/kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Medya Bölümü İlave Sorular

Medya bölümü altındaki kategorilerin sadece bazılarına özel yukarıdaki sorulara ek olarak, yapılan çalışmanın jüri üyeleri tarafından daha detaylı anlaşılması için bazı ilave sorular bulunmaktadır. Bu alanda belirtilen kategorilere yapılacak başvurularda genel sorulara ek olarak aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

## Verinin Etkili Kullanımı

Verinin Etkili Kullanımı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Kullandığınız Veriyi ve Projeyi Nasıl Geliştirdiğini Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Veriyi nasıl elde ettiğinizi, yorumladığınızı ve kullanımının kampanyanıza/projenize etkisini açıklayınız.

## Yenilikçi Teknolojilerin Etkili Kullanımı

Yenilikçi Teknolojilerin Etkili Kullanımı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Kullandığınız Teknolojileri Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)

Kullandığınız teknolojinin sunduğu fırsatları açıklayınız.

### Teknolojinin Kampanyanıza Sağladıklarını Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Teknolojinin kampanya kurgusu ve başarısındaki önemini açıklayınız.

## Yerel Kampanyalar

Yerel Kampanyalar kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Markanın Faaliyet Gösterdiği Bölgeyi Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Markanın aktif olarak faaliyet gösterdiği bölge ve pazarla ilgili olarak marka hakkında detaylı bilgi belirtiniz.

## PR Bölümü

Markanın itibarını geliştirmek, markanın/ürünün hedef kitlesiyle arasında bağ kurmak/güçlendirmek adına yaptığı tüm yaratıcı PR çalışmaları bu bölümde yer alır.

PR bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

<b>Kampanya Özeti</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Kampanyanızdan kısaca bahsediniz.
<b>Frekans / Yayın Süresi</b> * Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)	Proje/iş/kampanya yayınlandığı süreyi yazınız.
<b>Kampanya Fikrini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.
<b>Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)	Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.
<b>Hedef Kitle</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.
<b>Hedefleriniz /KPI'larınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.
<b>Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)	Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.
<b>Sonuçlar, ROI, Kanıtlar</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?
<b>Organik Yayılım ve Kazanılmış Medya</b> * Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)	Çalışmanın organik ve kazanılmış medya (earned media) sonuçlarını açıklayınız.
<b>Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.
<b>Açıklama</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik

Ticari bir kuruluş ya da kâr amacı gütmeyen kurumlar tarafından, daha iyi bir dünya için, toplumsal ve çevresel sorunların çözümü ve farkındalık için geliştirilen tüm sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik projeleri bu bölüm altındaki kategorilerde yarışır.

Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

<b>Kampanya Özeti</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.
<b>Frekans / Yayın Süresi</b> * Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)	Proje/iş/kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.
<b>Kampanya Fikrini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Kampanya fikrini açıklayarak yazınız. Bu projeyi hayata geçirmenizi sağlayan kültürel/sosyal/çevresel sorunları ve yaptığınız çalışmanın bu bağlamdaki önemini açıklayınız.
<b>Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En fazla 1.000 karakter)	Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.
<b>Hedef Kitle</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.
<b>Hedefleriniz /KPI'larınızı</b> * Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)	Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.
<b>Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)	Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.
<b>Sonuçlar, ROI, Kanıtlar</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?
<b>Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.
<b>Açıklama</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Varsa proje/iş/kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Strateji Bölümü

Marka adına yapılan tüm iletişim faaliyetleri ve kampanyalarının ardında yer alan, işin başarıya ulaşmasını sağlayan özgün ve etkili marka stratejileri bu bölümde değerlendirilir.

Strateji bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

<b>Kampanya Özeti</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.
<b>Frekans / Yayın Süresi</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)</small>	Proje/iş/kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.
<b>Kampanya Fikrini Açıklayınız</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.
<b>Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)</small>	Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.
<b>Hedef Kitle</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.
<b>Hedefleriniz / KPI'larınız</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)</small>	Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.
<b>Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 1500 karakter)</small>	Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.
<b>Toplam Medya Harcamaları</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)</small>	Toplam medya harcamasıyla beraber kampanyanızın başlangıç yılı bütçesini ve devam eden yıllardaki harcamaları detaylarıyla belirtiniz.
<b>Sonuçlar, ROI, Kanıtlar</b> <small>* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)</small>	Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?
<b>Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?</b> <small>* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)</small>	Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.
<b>Açıklama</b> <small>* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)</small>	Varsa kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Strateji Bölümü İlave Sorular

Strateji bölüm altındaki kategorilerin sadece bazılarına özel yukarıdaki sorulara ek olarak, yapılan çalışmanın jüri üyeleri tarafından daha detaylı anlaşılması için bazı ilave sorular bulunmaktadır.

Bu alanda belirtilen kategorilere yapılacak başvurularda aşağıdaki soruların da başvuru esnasında yanıtlanması gerekir.

## Küçük Bütçeli Büyük İşler

Küçük Bütçeli Büyük İşler kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Toplam Kampanya Bütçesini Seçiniz

\* Zorunlu alan (En Fazla 5000 karakter)

Toplam kampanya bütçesini yazınız.

### Kampanya Bütçesini Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Kampanyanız boyunca medya satın alma dahil olmak üzere kullandığınız bütçeyi detayları ile birlikte açıklayınız.

## Taze Reklamverenler

Taze Reklamverenler kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Toplam Medya Harcamaları

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Toplam medya harcamasını kırımlarıyla belirtiniz.

### İletişim Kanalları Örnekleri

\* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Kullandığınız iletişim kanallarını örnekleriyle açıklayınız.

## Sürdürülebilir Başarı

Sürdürülebilir Başarı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz ve sürekliliğini nasıl sağladınız? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

### Kampanyanın Sürerlilik Unsurlarını Belirtiniz

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Kampanyanın aktif olduğu yıllar boyunca ortak olarak kullanılan unsurları (tema, cingil, slogan vb) belirtiniz.



### Toplam Medya Harcamaları

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Toplam medya harcamasıyla beraber kampanyanızın başlangıç yılı bütçesini ve devam eden yıllardaki harcamaları detaylarıyla belirtiniz.

## Sektörü Geliştiren Stratejiler

Sektörü Geliştiren Stratejiler kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

### Kampanyanın Sektöre Katkılarından Bahsedin.

\* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Bu çalışmanın sektörü hangi açılardan nasıl etkilediğini ve yarattığı sonuçları açıklayın.

## Marka Deneyimi Bölümü

Markaların hedef kitleleriyle yaratıcı ve özgün yöntemlerle buluşmasına olanak sağlayarak müşteriler için deneyim sunan projeler bu bölümde yarışır.

Marka Deneyimi bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

### Kampanya Özeti

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

### Frekans / Yayın Süresi

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Proje/iş/kampanyanın yayınlandığı süreyi yazınız.

### Kampanya Fikrini Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya fikrini açıklayarak yazınız.

### Fikri Uygulama Stratejisini Açıklayınız

\* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)

Fikri nasıl hayata geçirdiniz? Fikri hayata geçirirken kullandığınız iletişim stratejilerini, yaratıcı ve medya stratejilerinizi açıklayınız.

### Hedef Kitle

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

### Hedefleriniz /KPI'larınız

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Algısal ve ölçülebilir hedeflerinizi yazınız.

**Yaptığınız Medya Kullanımını ve Uygulamasını Açıklayınız**

\* Zorunlu alan (En Fazla 1500 karakter)

Hangi medya kanallarını, neden ve nasıl kullandınız? Uyguladığınız interaktif taktikleri belirtiniz.

**Sonuçlar, ROI, Kanıtlar**

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

**Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?**

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız proje/iş/kampanya neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

**Açıklama**

\* Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)

Varsa proje/iş/kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Marka Deneyimi Bölümü İlave Sorular

Strateji bölümü altındaki kategorilerin sadece bazılarına özel yukarıdaki sorulara ek olarak, yapılan çalışmanın jüri üyeleri tarafından daha detaylı anlaşılması için bazı ilave sorular bulunmaktadır.

Bu alanda belirtilen kategorilere yapılacak başvurularda aşağıdaki soruların da başvuru esnasında yanıtlanması gerekir.

## Metaverse Kullanımı

Metaverse Kullanımı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

**Platform**

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Tercih etmiş olduğunuz platformu sebebi ile birlikte yazınız.

**Adres**

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Sandbox veya Decentraland gibi bir platform tercih ettiyseniz arsanızın parselini yazınız.

**Lokasyon Seçimi**

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Sandbox veya Decentraland gibi bir platform tercih ettiyseniz, seçtiğiniz lokasyonu tercih etme sebeplerini belirtiniz.

**Asset**

\* Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)

Kullanmış olduğunuz 3D assetlerin tasarımı hakkında detaylı bilgi veriniz. Tasarımların NFT olarak ilgili marketplacelerden satın alma, stock assetlerin kullanımı ya da doğrudan size ait olup olmadığını açıklayınız.

<b>Oyunlaştırma</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Metaverse'inizde ziyaretçiler için bir oyun kurgusu bulunmakta mıdır? Eğer bulunuyorsa oyun kurgusu size mi aittir? Oyundan bahsediniz.
<b>Realite</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Metaverse'inizi VR/AR/XR teknolojileri ile deneyimlemek mümkün müdür? Kısaca bahsediniz.
<b>Merkeziyetsizlik</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Metaverse'iniz WEB3.0 dinamiklerine hakim, merkeziyetsiz bir ağ üzerine mi inşa edilmiştir?
<b>Etkileşim</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Metaverse'inizde gerçek zamanlı olarak ziyaretçiler kendi aralarında etkileşim sağlayabiliyorlar mı? Eğer sağlayabiliyorlarsa bu etkileşimlerden bahsediniz.
<b>Interoperability</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Metaverse'iniz farklı platform, gerçeklikler ve ağlar tarafından desteklenmekte midir?
<b>Sosyal Yapı</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Metaverse'iniz bir ekonomiye ve kültüre sahip midir? Metaverse'inizdeki mevcut sosyal yapıdan bahsediniz.

## NFT Kullanımı

NFT Kullanımı kategorisine başvuru yapacak işler için başvuru aşamasında aşağıdaki soruların da yanıtlanması gerekir.

<b>Sağladığı Utility'ler</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	NFT sahiplerinin sahip olduğu, olacağı fayda ve ayrıcalıklardan bahsediniz.
<b>Sahip Olduğu Use-Case'ler</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	NFT'lerinizin kullanım alanları ile gerçek hayat ile kurduğu ilişkilerden bahsediniz.
<b>Kullanılan Blokzincir Ağı</b> * Zorunlu alan (En Fazla 500 karakter)	Tercih etmiş olduğunuz blokzincir ağını / ağlarını sebepleri ile birlikte yazınız.
<b>Kontrat Türü</b> * Zorunlu alan (En Fazla 1000 karakter)	Ethereum ağını tercih ettiyseniz tercih etmiş olduğunuz kontratı (ERC721 & ERC1155) sebebi ile belirtiniz.

## Craft Bölümü

Marka mesajını iletmek için reklamda kullanılan görsel, metin ve müzik gibi öğelerin nasıl kullanıldığı ve yaratıcı çalışmaya sağladığı katkı bu bölümde değerlendirilir.

Craft bölümü altındaki kategorilere yapılacak başvurularda Giriş Bilgileri ve Proje Bilgileri alanlarındaki sorulara ilave olarak başvuru sisteminin Yazılı Açıklamalar kısmında aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır.

### Proje Özeti

\* Zorunlu alan (En fazla 100 karakter)

Proje/iş/kampanyanızdan kısaca bahsediniz.

### Frekans / Yayın Süresi

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanyanın hazırlandığı dönem aralığını belirtin.

### Proje Fikrini Açıklayın

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Marka hakkında kısaca bilgi vererek, iletilen brief doğrultusunda geliştirilen proje fikrini açıklayın.

### Hedef Kitle

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Proje/iş/kampanya ile hedeflediğiniz kitleyi yazınız.

### Sonuçlar, ROI, Kanıtlar

\* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)

Elde edilen algısal ve ölçülebilir sonuçlar nelerdir?

### Bu Proje Sizce Neden Ödül Almalı?

\* Zorunlu alan (En fazla 500 karakter)

Başvurusunu yaptığınız çalışma neden ödül almalı? Kısaca açıklayınız.

### Açıklama

\* Zorunlu alan (En fazla 1000 karakter)

Varsa proje/iş/kampanya sonuçlarında etkili olan unsur ve faktörleri yazınız. Boş bırakmanız durumunda 'projede etkili olmuş başka bir unsur yoktur' olarak kabul edilecektir.

## Materyaller

Başvuru aşamasında yüklenen materyaller jürinin projeyi açıkça görüp anlamasına olanak sağlayacak kapsamda olmalıdır.

Materyalleri doğrudan dosya ya da link olarak yükleyebilirsiniz.

Link olarak yapılan paylaşımlar şifre gerektirmemelidir. Sisteme yüklenen dosyalar maksimum 300 MB boyutunda olmalıdır.

## Künye

---

Yarışmaya gönderilen her çalışma için künye formu doldurulmalıdır. Proje/iş/kampanyanın künyesinde yer alması gereken tüm kişileri ve bilgilerini giriniz.

Künyede yer alması gereken bilgiler her bir kişi için Ad Soyad, Çalıştığı Kurum, Görevi ve E-posta bilgileri şeklindedir.

## İletişim

---

Yarışma hakkında ve başvuru aşamasında tüm sorularınız için bizimle iletişime geçebilirsiniz.

E-Posta: [contact@brandverseawards.com](mailto:contact@brandverseawards.com)

Telefon: (0212) 293 80 00



**BRANDVERSE**  
AWARDS