

Guldnyckels nya kategorier

Huvudkategorier

Under respektive huvudkategori tävlar kampanjer som tagits fram för att t ex generera försäljning och/eller förfrågningar, öka eller behålla marknadsandelar, göra undersökningar, skapa trafik, informera och förändra beteenden samt skapa uppmärksamhet.

- A. **Fordon:** Kampanj för tillverkare och återförsäljare av motorfordon, nya eller begagnade, försäljnings- eller leasingkontrakt, delar, tillbehör eller service.
- B. **Telekom-, IT-, el-, olje- och bensinbolag:** Kampanj för telekom/teleoperatörer, satellittele-, kabeltele-operatörer eller internet- och bredbandstjänstleverantörer, tillverkare och försäljare av datorer; maskinvaror, programvaror, tillbehör, IT-tjänster, uppgraderingar, IT-utbildningsprogram samt el-, olje- och bensinbolag.
- C. **Finansiella produkter och tjänster samt försäkringar:** Kampanj för banker, finans- och försäkringsbolag, bankverksamhet, värdepapper, investeringar, lån, fastigheter, kreditkort, kreditinstitut eller andra finansiella produkter eller tjänster inklusive sak-, person- och pensionsförsäkringar.
- D. **Samhällsservice, skolor samt ideella organisationer:** Kampanj för vinstdrivande skolor, offentlig sektor (t ex skolor), politiska grupper, försvarsmakten och landsting samt för icke-vinstdrivande organisationer, såsom hjälporganisationer, kulturinstitutioner och branschorganisationer.
- E. **Friskvård, sjukvård och hälsokost:** Kampanj för läkemedelsföretag, vårdgivare som sjukhus och kliniker, apoteksbolag, olika hälsoaktörer och tillverkare av hälsorelaterade produkter, spa, träningscenter, hälsoklubbar, skönhetssalonger, vårdinrättningar etc. Här ingår inte försäkringsbolag, se i stället C. *Finansiella produkter*.
- F. **Produkttillverkning och distribution:** Kampanj för tillverkare (ej återförsäljare) av produkter (även tex grafisk industri, gäller produkter ej tjänster) inkluderar förpackade varor erbjudanden som livsmedel, drycker, hygienprodukter, industriella produkter.
- G. **Publicering/underhållning/upplevelser:** Kampanj för tryckta eller elektroniska publikationer som böcker, tidningar, nyhetsbrev, e-nyhetsbrev, tidskrifts- och forskningstjänster, TV, radio eller webbplatser. I kategorin ingår även kampanj för film, teater, event, nöjesfält, datorspel och olika typer av lotteriverksamhet.
- H. **Detaljhandel:** Kampanj för detaljhandel och företag som säljer direkt till konsument, som varuhus, specialaffärer, restauranger, katalog- och postorderföretag, medlemsföretag, kundklubbar, e-handel, detaljhandel inom Telecom/IT och TV-shopföretag.
- I. **Resor & transporter:** Kampanjer för flyg, tåg, taxi, hotell, biluthyrning, resepaket, turism, kulturella attraktioner, sport, nöjen och semesteraktiviteter, både on-line och i fysiska butiker.
- J. **Övriga tjänster för konsumenterna och företag:** Kampanjer för underhåll-, säkerhets-, post- och budtjänster, adressleverantörer, logistikföretag, konsulter, leverantörer av tjänster som utförs i hemmet och fastighetsmäklare.

Juryn förbehåller sig rätten att flytta en kampanj till en annan kategori om så krävs.

Guldnyckelns nya kategorier

Priser i huvudkategorierna och Diamantnyckeln

Guld, silver och brons delas ut i samtliga huvudkategorier, under förutsättning att totalpoängen är tillräckligt hög. Det tävlingsbidrag som får den högsta totalpoängen av juryn, oavsett kategori, belönas med det allra finaste priset under kvällen – Diamantnyckeln. Vinnaren får inte bara ära och berömmelse utan även den åtråvärda glasstatyetten. Diamantnyckeln är sponsrad av PAR.

Specialpriser

Förutom i huvudkategorierna kan man tävla om något av specialpriserna, som delas ut till extra förtjänstfulla insatser inom området. Guld, silver och brons delas ut i samtliga kategorier, under förutsättning att totalpoängen är tillräckligt hög. Inlämning av bidragen sker på samma sätt som för tävlingens huvudkategorier.

Analys- och resultatpriset

Förutsättningarna för ett bättre kampanjresultat ökar med rätt bakgrundsarbete. I arbetet med en dm-kampanj kan det ingå ett djupgående analysarbete. Analys- och resultatpriset belönar det företag (B2B eller B2C) som på ett innovativt sätt nått en bättre insikt om sin målgrupp, som i sin tur har inspirerat det kreativa arbetet och sedan levererat bäst ROI, d v s bästa nettoresultat i förhållande till kampanjkostnad. Resultatet ska redovisas i procent. Det inlämnade bidraget ska även beskriva den kreativa lösningen men bedömningen görs utifrån redovisningen av kampanjens strategi, taktik, metodik och resultat.

Kreativetspriset

Kreativetspriset går till det tävlingsbidrag som juryn anser vara mest kreativt, d v s med störst idéhöjd och är mest nyskapande direktmarknadsföring. För att vinna måste bidraget ha en godkänd strategi samt resultatbeskrivning, men behöver inte ha höga poäng på de bedömningspunkterna.

Pris för bästa kundlojalitetsprogram

Priset för bästa kundlojalitetsprogram tilldelas det företag (B2B eller B2C) som särskilt utnyttjat de långsiktiga relationsskapande möjligheterna med direktmarknadsföring och insett att kundlojalitet på lång sikt ger lönsamhet. För att vinna ska programmet ha innehållit en kontinuerlig bearbetning som löpt under minst 1 år (fram till och med december 2011), vilket måste dokumenteras i tävlingsanmälan.

Personliga priser och Folkets Nyckel

Årets Art Director

Årets Art Director är ett personligt pris som tilldelas den AD som juryn anser har presterat en formgivning som höjer sig över mängden. Vinnaren utses bland samtliga inlämnade bidrag från huvudkategorierna eller genom tips, där alla kan tipsa om dm-branschens bästa Art Director eller anmäla sig själv. Notera att en anmälan måste kompletteras med en dm-kampanj där den nominerade ingår i arbetsgruppen. Priset kan delas av flera i en arbetsgrupp, men endast ett pris delas ut.

Årets Copywriter

Årets Copywriter är ett personligt pris som tilldelas den copywriter som juryn anser har presterat en text som höjer sig över mängden. Vinnaren utses bland samtliga inlämnade bidrag från huvudkategorierna eller genom tips, där alla kan tipsa om dm-branschens bästa copywriter eller anmäla sig själv. Notera att en anmälan måste kompletteras med en dm-kampanj där den nominerade ingår i arbetsgruppen. Priset kan delas av flera i en arbetsgrupp, men endast ett pris delas ut.

Guldnyckelns nya kategorier

Folkets Nyckel

Via 0771-GULDNYCKELN kan vem som helst rösta på det bästa bidraget bland de alla bidrag som lämnats in under huvudkategorierna. Det är helt enkelt folket som röstar, inte juryn. Ett pris delas ut.

Styrelsens priser

Följande priser delas ut dagtid under Guldnyckelns seminariedag. Juryn består av representanter från SWEDMAs styrelse.

Årets stjärnskott

Här premieras en ung förmåga som är på stark uppgång inom dm-branschen. Juryn består av personer ur SWEDMAs styrelse. Du kan anmäla dig själv, kollega eller din kund.

Årets branschpersonlighet

Utses och delas ut av SWEDMAs styrelse och belönar mångårig och konsekvent användande av dm-metodiken.