

1. Nehmen Sie sich Zeit

Eine gute Projekt-Aufbereitung ist die halbe Miete.
Bedenken Sie, was sie auch in Ihrem Job machen: Qualität braucht Zeit.
Beginnen Sie rechtzeitig, denn es dauert immer länger als gedacht.

2. Halten Sie sich an die Spielregeln

Lesen Sie sich die Teilnahmebedingungen, die Fragen im Einreichformular und die dazugehörigen Bewertungskriterien sorgfältig durch. Halten Sie sich an die Vorgaben und reichen Sie fair und richtig ein.

3. Wählen Sie das richtige Projekt aus

3Q-Qualitätsfragen

Quelle: Frank Bodin, 2001 bis 2018 Chairman & CEO von Euro RSCG bzw. Havas, Präsident Art Directors Club Schweiz.

- Macht es Sinn?
- Bewegt es Menschen und die Marke?
- Ist es vorbildlich?

7+ Modell (Alle Projekte, die eine Bewertung von unter 7 erhalten, können verworfen werden.)

Quelle: Michael Conrad, ehemaliger Kreativchef der Werbeagentur Leo Burnett, wo er als weltweiter Kreativchef Marken wie Marlboro führte.

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• 1 Destructive.• 2 No idea.• 3 Invisible.• 4 I don't know what this brand stands for.• 5 I understand the brand's purpose.• 6 An intelligent idea. | <ul style="list-style-type: none">• 7+ An inspiring idea, beautifully crafted• 8 Changes the way people think and feel.• 9 Changes the way people live.• 10 Changes the world. |
|--|---|

Lassen Sie sich auch von den Einreichungen der Vorjahre inspirieren. Diese finden Sie auf alpha-awards.com/grandprix, im Archiv.

4. Wählen Sie die richtigen Kategorien aus

Die richtige Auswahl der Kategorien ist maßgeblich. Lesen Sie sich die Beschreibungen der Kategorien durch und entscheiden Sie, anhand der Projektziele und KPI's, wo Ihr Projekt hineinpasst. Nutzen Sie auch die Möglichkeit Ihr Projekt mehrfach einzureichen.

5. Verstehen Sie die Zielgruppe

Alle Jurys sind gleich, egal bei welchem Award.

JurorInnen bewerten oft einen ganzen Tag, manchmal sogar länger, eine Einreichung nach der anderen. Diese Tätigkeit ist zum einen natürlich inspirierend, zum anderen aber auch sehr anstrengend. Versetzen Sie sich also in deren Lage und erleichtern Sie ihnen die Arbeit mit den nachfolgenden Hinweisen:

6. Geben Sie Background

Schließen Sie nicht von sich auf andere.

JurorInnen kennen Ihr Projekt, Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse nicht.

Geben Sie daher relevante Informationen und erklären Sie Fachbegriffe, Zusammenhänge und Hintergründe.

Um zu wissen, wie Sie Ihr Projekt der Jury verständlich näherbringen können, ist es ein guter Zugang, Ihre Story einer nicht beteiligten Person zu erzählen. So merken Sie schnell, wo noch mehr Erklärungsbedarf besteht bzw. welche Bereiche Sie kürzen können.

7. Fassen Sie sich kurz und erklären Sie einfach

JurorInnen können eine Flut an Informationen in der kurzen Zeit nicht zur Gänze erfassen und wollen auch nicht suchen.

Daher fokussieren Sie sich bitte nur auf das Wesentliche.

Eine komplexe Sprache beeindruckt nicht, sie verwirrt. Bleiben Sie klar, einfach und effektiv in Ihrer Beschreibung.

Kommen Sie schnell zum Punkt. Ihre Idee sollte in 30 Sekunden erklärbar sein. Die restliche Zeit braucht Ihre Idee zur Entfaltung.

8. Berühren Sie, indem Sie eine Geschichte erzählen

JurorInnen sind Menschen. Sie wollen unterhalten werden und sich nicht langweilen.

Emotionalisieren Sie und bringen Sie JurorInnen zum Nachdenken.

Erzählen Sie eine zusammenhängende Geschichte. Stellen Sie sich vor, Ihre Einreichung ist, wie ein Buch. Sie sollte spannend sein, von Anfang bis Ende. Schreiben Sie jede Seite Ihres Buches höchst spannend, denn der Juror kann es jederzeit weglegen.

9. Lassen Sie die Idee abheben, seien Sie außergewöhnlich und mutig

Die Idee muss herausragen, auffallen und überraschen.

Verkaufen Sie die Arbeit nicht. Gute Arbeiten verkaufen sich von selbst. Lassen Sie die Idee für sich sprechen.

Wecken Sie die Neugierde der JurorInnen, damit Ihr Projekt aufmerksam, von Anfang bis Ende durchgelesen wird.

10. Bringen Sie Bewegung ins Spiel

Erzählen Sie Ihre Story mit Bildern. Animierte Bilderstrecken und Videos sind für JurorInnen eine nette Abwechslung. Aber bleiben Sie auch hier am Punkt und schweifen Sie nicht vom Kern Ihrer Story ab. Achten Sie auf die Länge des Materials, damit es auch komplett angesehen wird.

11. Zeigen Sie Erfolge

Was war die Strategie? Was sind die messbaren Ergebnisse?

Liefern Sie zu jedem genannten Ziel ein Ergebnis und führen Sie die Quelle an.

12. Lesen Sie Korrektur

Haben Sie alles Notwendige ausgefüllt? Haben Sie alle Unterlagen hochgeladen?

Ist alles strukturiert und selbsterklärend? Achten Sie auf Rechtschreibfehler.

Lassen Sie zum Abschluss eine Kollegin und eine am Projekt nicht beteiligte Person über die Einreichung schauen.