

KIRMIZI DİJİTAL ÖDÜLLERİ

Kırmızı Dijital kategorisine Türkiye ve/veya KKTC'de faaliyet gösteren, tüm reklam, medya, dijital ve iletişim ajansları her sene belirlenen kategorilerde katılabilir.

Dijital kategorilere her türlü dijital/çevrimiçi pazarlama/marka iletişimi çalışmaları, interaktif araçlar ve diğer dijital pazarlama/marka iletişimi çözümleri katılabilir. Dijital kategorilere yapılan başvurular iletişimde yaratıcılığı ve kullandığı platforma özgü teknolojiyi birlikte kullanma başarısına göre değerlendirilir. Jüri bu değerlendirmeyi yaparken üç temel özellik üzerinden inceler:

- Strateji / Hedef kitle, içgörü ve iletişim mesajının çalışmanın hedefine uygun olarak belirlenmiş olması;
- Yaratıcılık / Reklam fikrinin yaratıcılığı ve özgünlüğü;
- Uygulama / Yaratıcı fikrin hayata geçirilmesindeki yetkinlik.

Belirtilen kriterlere ek olarak belli kategorilerde etkileşim rakamları da dikkate alınarak değerlendirme yapılacaktır.

Dijital kategorilerin tümünde, jüri üyelerinin başvuruyu değerlendirmesine imkan sağlayacak ilgili katılıma ait URL verilmelidir. Ayrıca başvuruyu ait "kilit görsel" (key visual) sayılabilecek görsel(ler) veya başvuruyu özetleyen bir sunum görseli (presentation board) ilgili başvuru kategorisinin gerekliliğine göre temin edilmelidir.

Genel bilgilendirme, katılım kuralları, teknik özellikler, ücret bilgisi ve ödüller için lütfen [Kırmızı Dijital Başvuru Bilgilendirme](#) dosyasını inceleyiniz. Dosyada belirtilen teknik özelliklere uymayan başvurular değerlendirmeye alınmayacaktır.

Ödül Kategorileri & Açıklamaları

KIPKIRMIZI

Bu ödül katılıma açık değildir. Kırmızı Dijital Jürisi, "En İyi Dijital Sosyal Sorumluluk İletişimi" hariç, tüm kategori birincileri arasından seçeceği çalışmaya büyük ödül Dijital Kıpırmızı'yı verecektir.

Site Kategorileri

1. En İyi Makro Site

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için uzun vadeli kullanım amacıyla hazırlanmış web/mobil siteler katılabilir.

2. En İyi Mikro Site

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için bir iletişim çalışmasının parçası olarak, kısa vadeli amaçlarla belli bir dönem için hazırlanmış mikro web/mobil siteler katılabilir.

Medya Kategorileri

3. En İyi Dijital Reklam

Bu kategoriye sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış her türlü display, banner, rich media, video, pre-roll, vb. online reklam türü katılabilir.

4. En İyi İnovatif Mecra Kullanımı

Bu kategoriye, sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış mevcut veya yeni bir teknoloji ile sıra dışı, farklı, yenilikçi bir mecra kullanımında bulunan çalışmalar katılabilir. Bu kategoriye yapılan katılımlar, yayınlandıkları platformu kullanmadaki farklılık, yaratıcılık ve özgünlükleri açısından değerlendirilecektir.

5. En İyi Açık hava veya Etkinlik Bağlantılı Dijital İletişim

Bu kategoriye sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış bir etkinlikle veya açık hava mecrasında yer alan bir reklam çalışmasıyla bağlantılı, entegre ve tüketici ile etkileşime olanak sağlayan dijital iletişim veya uygulamalar içeren çalışmalar katılabilir.

6. En İyi Veriye Dayalı Yaratıcılık

Bu kategoriye sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için veriye dayalı hazırlanmış çalışmalar katılabilir. Çalışmalarda, verinin yaratıcı iletişim fikrine kaynak sağlaması, yaratıcı fikrin veriden yola çıkılarak geliştirilmesi esastır. Bu kategoride yarışacak çalışmalar verinin yorumu ve kullanımı ve bu sayede hedef kitlesi ile kurduğu etkileşimdeki yaratıcılığa, yenilikçi yaklaşıma ve başarıya göre değerlendirilir.

7. En İyi Tüketici ile Bağ Kuran Dijital Reklam (Engagement)

Bu kategoriye sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış, iletişim hedefi veya iletişimin bir parçası olarak hedef kitle ile etkileşime geçerek sağlam bir bağ kuran tüm çalışmalar başvurabilir. Bu kategoride yarışacak çalışmalar hedef kitlesindeki tüketici ile kurduğu bağın yaratıcı, yenilikçi yaklaşımı, kullanıcı etki tanımı ve etkileşim rakamlarına göre değerlendirilir. *Verilerin açıklama alanına girilmesi gerekmektedir.*

8. En İyi Markalı İçerik

Bu kategoriye sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış; yayınlandığı platformun içeriğine entegre biçimde hedef kitlesine ulaşan projeler katılabilir. Geleneksel reklamların aksine tüketicinin kendi isteği ile tükettiği ve markanın iletişim kampanyasında kullandığı içeriklerdir. Bu kategoriye katılan çalışmalar yayınlandığı platformun içeriğiyle bütünleşme, platformun içeriğinde doğal yer alma yaklaşımındaki yaratıcılığa, yenilikçi yaklaşım, markalı içerik sayesinde ulaşılan tüketici sayısı ve markalı içeriklerde sitede kalma süresi dikkate alınarak değerlendirilir. *Verilerin açıklama alanına girilmesi gerekmektedir.*

9. En İyi Ünlü/Influencer Kullanımı

Bu kategoriye sektörüne ve yayınlandığı dijital platforma bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış ve yaratıcı biçimde bir veya birden çok ünlü/influencer (ünlü, fenomen, blogger, vlogger, vb). entegrasyonu yapılan tüm çalışmalar katılabilir. Bu kategoriye katılan çalışmalar ünlü/influencer kullanımlarındaki yaratıcılık ve markanın mesajını hedef kitleye en başarılı biçimde ileterek, etkileşim sağlamasındaki gücüne göre değerlendirilir. *Etkileşim verilerinin açıklama alanına yazılması gerekmektedir.*

10. En İyi Entegre Dijital Kampanya

Sektörel bir sınırlandırmanın bulunmadığı bu kategoriye kampanya tanımına uyan; en az üç farklı dijital platformda yer alan ve hedef kitlesine yaratıcı deneyim sağlayan tüm [salt dijital](#) kampanyalar katılabilir (dijital dışındaki mecralarda yayınlanmış kampanyalar değerlendirme dışı bırakılacaktır). Yarışmaya katılan kampanyalar, dijital mecralardaki yaratıcı kullanımları ve hedef kitle erişim ve etkileşim güçlerine göre bir bütün olarak değerlendirilir. *Verilerin açıklama alanına girilmesi gerekmektedir.*

Video Kategorileri

Hem online reklam filmi hem de viral video kategorilerinin ikisine birden katılım mümkün değildir.

11. En İyi Online Reklam Filmi/Dayanıklı Tüketim

Bu kategoriye uzun ömürlü her türlü beyaz ve kahverengi eşya, mobilya, tüketici elektronik ürünleri (televizyon, ev sinema ve ses sistemleri, projektör, video kameralar, fotoğraf makinesi, vb), küçük ev aletleri, vb. içerikli online reklam filmi çalışmaları katılabilir.

12. En İyi Online Reklam Filmi/Hızlı Tüketim

Bu kategoriye, hızlı tüketim malları veya paketlenmiş tüketici ürünleri, hızlı satılan, değiştirilen ya da bir yıl içinde kolayca tüketilen, kullanımı genellikle gün, ay ya da yıl bazında sınırlandırılan düşük maliyetli ürünlerin online reklam filmleri katılabilir. Örneğin alkolsüz içecekler, temizlik malzemeleri, market ürünleri, vb.

13. En İyi Online Reklam Filmi/Hizmet

Bu kategoriye her türlü;

- Kurumsal bankacılık, bireysel bankacılık (tüm tüketici kredileri, kredi kartı ve banka kartları) ve diğer bankacılık hizmetleri, vb.,
- Sigorta ve sigorta hizmetleri, devlet, özel aracı kurum ve bankaların menkul değerler, yatırım, danışmanlık hizmetleri, halka arz, özelleştirme, leasing ve factoring hizmetleri, vb.
- GSM operatörü, her türlü cep telefonu ve bayileri, SIM kart, İnternet servis sağlayıcıları, santral, vb.
- Eğitim, kültür sanat, eğlence & spor
- İnsan kaynakları,
- Sağlık,
- Bilgisayar, bilgisayar yazılımı vb. içerikli online reklam filmleri katılabilir.

14. En İyi Online Reklam Filmi/Diğer

Yukarıda belirtilen sektörel kategorilerin hiçbirine dahil olmayan online reklam filmleri bu kategoriye katılabilirler:

- Perakende, e-ticaret,
- Otomotiv ve otomotiv yan sanayi,
- Konut, İnşaat, İnşaat yan sanayi,
- Akaryakıt- yakıt enerji,
- Turizm, seyahat ve taşımacılık,
- Moda, tekstil, deri, aksesuar,
- Pet, veteriner hizmetleri,
- Fuarçılık
- Tüm diğer sektörler

15. En İyi Viral Video

Bu kategoriye sektör farkı olmaksızın dijital platformlar üzerinden kişiden kişiye paylaşılması amaçlanarak üretilmiş tüm viral reklam filmleri katılabilir. *Ulaşılan kişi sayısı ve izlenme verileri açıklama alanında mutlaka paylaşılmalıdır.*

Bu kategoriye başvurmuş işlerin online reklam filmi kategorilerine başvurmaması gerekir. Aksi durumda başvurular değerlendirilmeye alınmayacaktır.

Mobil Kategoriler

Mobil kategorilere her türlü mobil arayüzler ve platformlarda (mobil web, akıllı telefonlar, tablet cihazlar, bluetooth, SMS, MMS, WAP, mobil uygulamalar, vb.) yayınlanmış çalışmalar katılabilir.

16. En İyi Mobil Reklam

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış ve mobil bir platformda yayınlanmış her türlü display, banner, rich media, pre-roll vb. mobil reklamlar katılabilir.

17. En İyi Mobil Uygulama (Ürün/Hizmet)

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın özel olarak bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış mobil uygulamalar katılabilir. Katılan çalışmalar içerdiği fikrin ve sunduğu kullanıcı deneyiminin yaratıcılığı ve yenilikçi yaklaşımına göre değerlendirilecektir. Bu kategoriye yapılacak katılımlarda jüri üyelerinin ilgili uygulamayı deneyimleyebilmesi için iTunes veya Google Play'den indirilme imkanı sağlanması gerekmektedir. Uygulamanın kendisi olmaksızın sadece "presentation board" ve/veya "presentation video" ile anlatımı yeterli değildir.

18. En İyi Mobil Uygulama (Kampanya)

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın özel olarak bir marka, ürün veya hizmetin bir iletişim kampanyasına özel hazırlanmış mobil uygulamalar katılabilir. Katılan çalışmalar içerdiği fikrin ve sunduğu kullanıcı deneyiminin yaratıcılığı ve yenilikçi yaklaşımına göre değerlendirilecektir. Bu kategoriye yapılacak katılımlarda jüri üyelerinin ilgili uygulamayı deneyimleyebilmesi için iTunes veya Google Play'den indirilme imkanı sağlanması gerekmektedir. Uygulamanın kendisi olmaksızın sadece "presentation board" ve/veya "presentation video" ile anlatımı yeterli değildir.

Sosyal Medya & Sosyal Sorumluluk Kategorileri

19. En İyi Sosyal Medya İletişimi

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış ve sosyal ağlar üzerinde (Instagram, Facebook, Snapchat, Twitter, Swarm, LinkedIn vb.) yayınlanmış yaratıcı bir biçimde iletişim mesajını taşıyan ve hedef kitle ile etkileşime geçen çalışmalar katılabilir. Bu kategoride yarışacak olan çalışmalar hedef kitle ile kurmak istedikleri sosyal mecra bazlı bağ ve etkileşimdeki yöntemlerinin yaratıcılıkları ve etkileşim verilerine göre değerlendirilecektir. *Etkileşim verilerinin açıklama alanına girilmesi gerekmektedir.*

20. En İyi Gerçek Zamanlı Dijital İletişim

Bu kategoriye, sektörüne bakılmaksızın bir marka, ürün veya hizmet için hazırlanmış ve dijital platformlar ve/veya sosyal ağlar üzerinde yayınlanan ve hedef kitlesi ile gerçek zamanlı etkileşimde bulunan çalışmalar katılabilir. Bu kategoride yarışacak çalışmalar, mevcut bir gündemi ve/veya anlık fırsatları değerlendirmesi; iletişim kurulması hedeflenen marka, ürün ya da hizmetin takipçileri ile dijital veya sosyal platformlar üzerinden yaratıcı bir iletişime dönüştürme başarısına göre değerlendirilecektir.

21. En İyi Sosyal Sorumluluk İletişimi

Sosyal Sorumluluk Kategorisine dijital platformlarda yayınlanmış her türlü ticari amaç taşımayan, kamu yararını gözetilen ve sosyal içerikli çalışmalar katılabilir. Bu kategoride yarışan ve Kırmızı Ödülü kazanan ilan Kıpkırmızı Ödülü değerlendirmesine dahil edilmeyecektir.

Jüri Özel Ödülü

Bu kategori katılıma açık değildir. Jüri Özel Ödülü, Dijital kategoride başvurmuş herhangi bir işe Kırmızı Dijital Jürisi'nin takdiri ile verilir. Eğer Jüri, bu alanda bir takdir yürütmemişse bu ödül verilmeyebilir. Bu ödül tamamen Kırmızı Dijital Jürisi'nin inisiyatifindedir ve çalışmanın Jüri Özel Ödülü alması için katıldığı kategoride ödül kazanmış olması şartı yoktur.