

REGLEMENT

!! Elk dossier moet beargumenteerd worden om de jury optimaal te kunnen overtuigen. !!

!! Elk dossier moet de volgende structuur respecteren: doelgroep, doelstelling, uitvoering en resultaat + een kopie of link naar de desbetreffende titel met de publicatiedatum/online verschijning – **maximum 3 tot 4 pagina's/dossier** !!

Dossiers die deze elementen niet respecteren, worden niet beoordeeld.

Grafische titels mogen toegevoegd worden in de vorm van genummerde bijlagen.

AANPAK

De Business to Business Press Awards bekronen de titels in de Belgische vakpers¹ – print en digital – die zich het hele jaar (juni 2013 – juni 2014) onderscheiden hebben op basis van drie criteria: pertinentie, efficiëntie en creativiteit. De beoogde categorieën staan hieronder. Een publicatie kan in meerdere categorieën opgenomen zijn, maar slechts een dossier per categorie.

1. Beste artikel
2. Beste edito
3. Beste dossier
4. Beste cover
5. Beste lay-out
6. Beste lancering
7. Beste herlancering
8. Beste innovatie/diversificatie
9. Beste newsletter
10. Beste website
11. Beste app
12. Beste BtoB communicatie
13. Beste gratis B to B magazine

De jury bestaat uit een voorzitter en tien juryleden FR/NL, de ene helft uitgevers binnen de vakpers en drukkers; de andere helft vakmensen uit de marcom sector (adverteerders, journalisten, bureaus, regies). De juryleden zullen in eer en geweten oordelen, op een professionele manier, met oog voor het vak en zijn evolutie. Ze beoordelen noch de dossiers die ze zelf ingediend hebben, noch die van hun rechtstreekse concurrenten.

¹ 'Per definitie houdt de vakpers of Business to Business, integenstelling tot de publiekspers, zich bezig met duidelijk afgebakende doelgroepen, die meestal gegroepeerd zijn rond een gemeenschappelijke (zakelijke) vaardigheid.'
Bron : Survey B2B Press – 3de uitgave, december 2013.

EVALUATIECRITERIA VAN DE DOSSIERS

Periode: juni 2013 – juni 2014

De beoordelingscriteria voor de dossiers per categorie zijn de volgende:

1. Beste artikel

Het best behandelde achtergrondartikel met een verhelderende inhoud en een bijzondere invalshoek dat op een originele en vernieuwende manier de vakmensen binnen de sector informeert. Kwaliteit van de algemene denkpostes en redactionele kwaliteit.

2. Beste edito

Het edito dat zin geeft om verder te lezen, de nieuwsgierigheid prikkelt en de lezers betreft, mobiliseert en blijft hangen. Kwaliteit van de algemene redenering en redactionele kwaliteit.

3. Beste dossier

Het meest volledige en toegankelijke dossier, zowel wat de inhoud als wat de vorm betreft. Het dossier dat echt meer informatie verstrekt over een actueel, interessant onderwerp, dat dieper graaft ook. Kwaliteit van de algemene redenering en redactionele kwaliteit.

4. Beste cover

De cover die het beste beeld geeft, het best de aandacht trekt, de meest evenwichtige en originele voorpagina presenteert die aansluit bij de inhoud en de belofte die hij inhoudt voor de lezers. Analyse van de context, de doelstellingen, de grafische kwaliteiten de copy.

5. Beste lay-out

De lay-out, de keuze van de foto's, de algemene look & feel die het best de inhoud en het DNA van de titel illustreren. Analyse van de innovatie, differentiatie en grafische kwaliteit van het werk.

6. Beste lancering

De titel die zich onderscheidt door zijn vernieuwende aanpak, zijn formaat, zijn content en zijn vormgeving en die getuigt van een nieuwe horizon of een nieuwe bron van kansen binnen de vakpers. Analyse van de context en de doelstelling. Presentatie van de doelgroep en de strategie.

7. Beste herlancering

De titel die de moed en het lef heeft om zichzelf opnieuw uit te vinden en op te bouwen, nieuwe invalshoeken te bedenken die informatief en aantrekkelijk zijn voor zijn lezers. Vergelijking tussen de oude en de nieuwe formule.

8. Beste innovatie/diversificatie

De titel die het aangedurfd heeft om vernieuwende oplossingen, formaten of content te integreren en te implementeren in print of digital, en die erin geslaagd is zijn activiteiten te diversifiëren, zonder afbreuk te doen aan zijn rol als uitgever. Bij wijze van voorbeeld: het 'longread' of 'snowfall' concept dat tekst, animatie, foto's en videobeelden mengt. Argumentatie over de kwaliteit van de gekozen oplossing.

9. Beste newsletter

De dagelijkse of wekelijkse newsletter die het best gestructureerd is, met een content in kort formaat en een gedetailleerdere weergave in andere dragers die voldoende gediversifieerd is om in aanmerking te

komen als een niet te missen afspraak tussen de titel en zijn lezers. Kwaliteit van de algemene filosofie en redactionele kwaliteit.

10. Beste website

De best gestructureerde internetsite met vaknieuws (ergonomisch), die het meest logisch is opgebouwd (content), het best aanpasbaar (tactiele navigatie), het meest evolutief (vereisten inzake reclame, ciblering, mobile, nieuwe formats en toepassingen), in lijn met het DNA van het merk en zijn eerste rol als online uitgever (al dan niet pure player). Kwaliteit van de algemene strategische redenering.

11. Beste app

De beste app (mobiel/tablet), minimalistisch, eenvoudig en gestructureerd, die voor de lezers onmisbare content makkelijk leesbaar maakt, op eender welke plaats, en dienstdoet als een aanvullend inhoudelijk platform tegenover het internet. Kwaliteit van het algemene mechanisme.

12. Beste BtoB communicatie

De titel die zich onderscheidt door zijn marketing- en communicatiestrategie en de resultaten die eruit voortvloeien inzake 'top of mind' en abonnementenwerving. Analyse van de relevantie, efficiëntie, creativiteit, kwaliteit van de communicatie.

13. Beste gratis B to B magazine

Het beste BtoB magazine dat zijn communicatie naar zijn klanten zelf financiert zonder enige reclame-inbreng.

DEADLINE INDIENING MATERIAAL

Alle kandidaturen moeten worden ingediend bij Media Marketing, Waterlooosteenweg 870 – 1180 Brussel, ten laatste op **maandag 19 september 2014 om 12u**. Dossiers die later worden ingediend, zullen niet in aanmerking komen. Elk jurylid heeft de missie individueel, op basis van de hierboven bepaalde evaluatiecriteria drie dossiers per categorie te selecteren. De jury komt samen **op maandag 3 oktober**, van 12 tot 17u, bij Media Marketing, om over te gaan tot de uiteindelijke stemming per categorie.

TE LEVEREN MATERIAAL

Het volledige materiaal (dossier van 3 tot 4 pagina's, naargelang de structuur en de eerder genoemde evaluatiecriteria + illustraties) moet in een omslag of op USB-stick afgeleverd worden bij Media Marketing (Waterloosesteenweg, 870 – 1180 Brussel), uiterlijk **op maandag 19 september 2014 om 12u**.

Zodra het dossier ingediend is, kan het niet meer worden gewijzigd.

Onvolledige dossiers of dossiers die de structuur en de evaluatiecriteria niet respecteren, worden door de jury geweigerd.

AWARDS CEREMONY

Aan de winnaars van elke categorie wordt een award uitgereikt tijdens de galaceremonie van de Business to Business Press Awards (4/11/2014). De genomineerden ontvangen een 'diploma'.

Prijs voor een tafel van tien voor leden van UPP of The Ppress: € 1.000

Prijs voor een tafel van tien voor niet-leden van UPP of The Ppress: € 1.500

Prijs voor een individuele inschrijving voor leden van UPP of The Ppress: € 120

Prijs voor een individuele inschrijving voor niet-leden van UPP of The Ppress: € 170

Media Marketing publiceert een 'Business to Business Press Awards' Special die overhandigd zal worden aan de aanwezigen die avond.

Er wordt een persbericht opgesteld en verspreid door de verenigingen en de sponsors die deze eerste editie van de Business to Business Press Awards steunen.

SLEUTELDATA

19 september 2014

Deadline voor de indiening van de dossiers (af te leveren bij Media Marketing voor 12u)

3 oktober 2014

Jury

4 november 2014

Business to Business Press Awards Ceremony 2014 (BOOK YOUR AGENDA)

CONTACTPERSOON

Nathalie Hublet

Brand Manager Media Marketing, Marcom World NV

Waterloosesteenweg, 870 – 1180 Brussel

Tel.: 02 372 21 30

E-mail: nathalie@mm.be