



EMAIL MARKETING AUTOMATION SUMMIT AWARDS 2022

CATEGORIE INNOVATION

Heb jij een innovatieve en inspirerende e-mailcase? Vanaf dit jaar maak je voor het eerst kans op de nieuwe Email Marketing Automation Summit Award in de categorie Innovation. Deel jouw baanbrekende nieuwe templatetechniek, ingenieuze dataoplossing of alle andere innovatieve ontwikkelingen die zich onder of boven het oppervlak afspelen. Je case hoeft zicht niet te beperken tot e-mail, maar uiteraard vormt dit wel de basis.

(Let op! Dit jaar hebben we ook een categorie Design. Innovatieve design cases dien je in voor de E-mail Marketing Automation Summit Award in de categorie Design).

Om de jurering eerlijk, eenvoudig en overzichtelijk te houden, vragen we je de case in te dienen aan de hand van het hieronder uitgewerkte vaste format. Zorg ervoor dat je dit aanhoudt; als je inzending hier niet aan voldoet, zal deze door de jury NIET in behandeling worden genomen. Uit alle ingezonden cases nomineert de jury er drie die kans maken op de E-mail Marketing Automation Summit Award 2022 in de categorie Innovation. Als je case wordt genomineerd, nodigen wij je uit voor de jurydag op 2 juni 2022 om de case in een gesprek met de jury toe te lichten. Daarnaast nodigen we je uit om op de DDMA Email Marketing Automation Summit op 23 juni 2022 je case te presenteren. Op die dag maakt de jury de winnaar bekend.

In dit document vind je de volgende zaken:

- ✓ Algemene richtlijnen waar je inzending aan moet voldoen
- ✓ Format voor de campagne-inzending
- ✓ Jurycriteria
- ✓ Planning + communicatiemomenten

Wij bedanken je voor het indienen van jouw case en wensen je heel veel succes!

ALGEMENE RICHTLIJNEN

- Deadline voor het insturen van de case is uiterlijk 20 april voor 17.00 uur. Dit kan via dit formulier op [deze pagina](#) op de website van de DDMA Email Marketing Automation Summit
- Na deze datum is het NIET meer mogelijk je case te jureren.
- Stuur je inzending in Word of in PDF in en houd je aan onderstaand format.
- Er geldt een maximum van totaal 6 pagina's, inclusief afbeeldingen. Binnen deze 6 pagina's geldt een maximum van één pagina aan screenshots of afbeeldingen (zie punt 3.c.). Er mogen maximaal 5 url's worden vermeld waar de jury uitingen of visuals kan bekijken. Blijf kort en bondig, hanteer zoveel mogelijk bullets en/of opsommingen. Case beschrijvingen die meer dan 6 pagina's beslaan, worden **niet** meegenomen in de jurering.
- De campagne wordt ingezonden met toestemming van de adverteerder/opdrachtgever.
- De adverteerder/opdrachtgever voert tijdens de jurydag het gesprek met de jury en staat op het podium tijdens de Email Marketing Automation Summit 2022.



- De adverteerder/opdrachtgever neemt de Email Marketing Automation Summit Award 2022 in de categorie Innovation in ontvangst, *niet* het bureau.

FORMAT CATEGORIE INNOVATION

NB: volg dit format, ervan afwijken kan leiden tot uitsluiting van deelname.

1 INTRODUCTIE

- a. Naam campagne of gebruikte techniek
- b. Naam van de organisatie (opdrachtgever)
- c. Gegevens contactpersoon; volledige NAW-gegevens incl. telefoonnummer (bij voorkeur mobiel nummer!) en e-mailadres. Geef hierbij expliciet aan met wie er gecommuniceerd mag worden vanuit de jury en/of de organisatie van de DDMA Email Marketing Automation Summit
- d. Goedkeuring aan de DDMA de case te publiceren (evt. in aangepaste vorm)

2 INHOUD

- a. Geef een beschrijving van de gebruikte innovatie (techniek, methodiek etc). En leg uit waarom de cases innovatief is.
- b. Beschrijf de aanleiding en doelgroep waar de innovatie uit voort is gekomen.
- c. Geef een beschrijving van de tooling en kanalen die zijn ingezet.
- d. Geef een heldere, specifieke en concrete beschrijving van de doelstelling(en). Be SMART!
- e. Beschrijf hoe het eindresultaat tot stand is gekomen. Welke stappen heb je gezet met welke teams en eventuele bureaus. Welke drempels en uitdagingen ben je tijdens dit proces tegengekomen?

3 RESULTATEN & CONCLUSIE

- a. Uitgebreide beschrijving van de resultaten. Relateer deze aan de doelstellingen. Hoe concreter en uitgebreider, hoe beter de jury de campagne kan beoordelen. Denk hierbij aan: e-mailmetrics, financiële KPI's, andere KPI's zoals klantsentiment, conversie en attributie naar andere kanalen.
- b. Vermeld de doelstelling in relatie tot het resultaat; in hoeverre is deze behaald?
- c. Neem screenshots en URL's op van de belangrijkste onderdelen van de campagne, zoals de e-mail(s) en/of de landingspagina('s)
- d. Welke conclusies zijn er getrokken?

4 EXTRA INPUT

Informatie toe die je verder van belang acht voor beoordeling van de campagne.

JURY CRITERIA CATEGORIE INNOVATION

1. Welke vernieuwende toepassing of techniek is er gebruikt?

De jury beoordeelt in hoeverre de toegepaste techniek, inzet van data of proces innovatief is en gebruik maakt van vernieuwende en opvallende elementen.

2. Wat was het doel of welk probleem is er opgelost met de omschreven innovatie?

Welke (markt)ontwikkeling ligt ten grondslag aan de ingediende case.



3. Welke drempels en uitdagingen zijn overwonnen en welke stappen zijn er doorlopen?

Wat is de intensiteit van het proces en de mate van complexiteit van de ingerichte techniek. Wat waren de randvoorwaarden die geschept moesten worden en is er bijgestuurd aan de hand van experimenten of tegenvallers.

4. Toekomstbestendig en potentieel

De jury houdt rekening met het potentieel van de ingediende case. Is deze schaalbaar en eventueel meerdere keren of ook bij anderen toepasbaar?

5. Hoe heeft de innovatie bijgedragen aan gebruiksvriendelijkheid of klant tevredenheid?

De jury kijkt naar de impact die de doorgevoerde innovatie heeft op de klant of doelgroep binnen de campagne.

6. Hoe heeft de innovatie bijgedragen aan het behalen van doelstellingen?

Wat was de impact van de innovatie op bedrijfs en campagne resultaten of op een intern proces en werkwijze. Zijn de resultaten significant en is er voldoende bewijs voor een positieve werking.

7. Inspiratie voor anderen

De innovatie is aansprekend en inspirerend en geeft anderen een impuls om het te adapteren.

COMMUNICATIE EN PLANNING

Hieronder staat wat van je verwacht wordt en wanneer je wat van ons kunt verwachten. Zo weet je goed waar je aan toe bent en wanneer je genomineerd bent!

- **20 april 2022 voor 17.00 uur:**
DEADLINE aanleveren inzending via dit formulier op [deze pagina](#) op de website van de DDMA Email Marketing Automation Summit
- **11 mei 2022**
Genomineerden worden bekend gemaakt
- **2 juni 2022**
Jurydag DDMA kantoor in Amsterdam
- **23 juni 2022**
Korte presentaties van alle genomineerden voor de Email Marketing Automation Summit Awards 2022. Later op de dag volgt de uitreiking van alle awards tijdens de DDMA Email Marketing Automation Summit 2022.