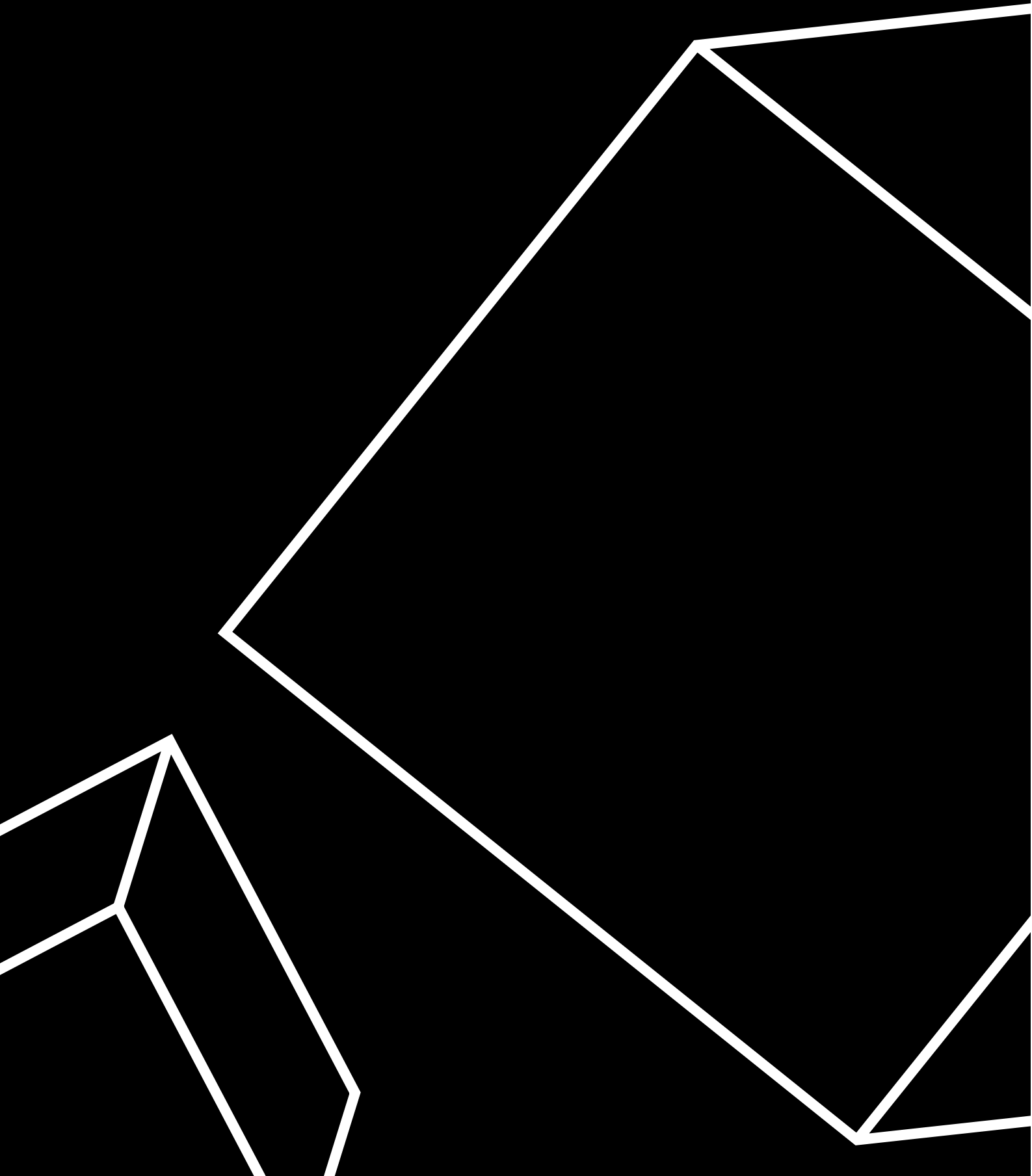


TÄVLINGSGUIDE

SWEDISH CONTENT AWARDS 2021



INNEHÅLL

3	OM SWEDISH CONTENT AWARDS
7	KATEGORIER
	- BRANSCH
	- HANTVERK
	- SPECIAL
	- HEDERSPRIS
12	TÄVLINGSVILLKOR
14	SÅ HÄR TÄVLAR DU
16	VIKTIGA DATUM & KONTAKT

OM SWEDISH CONTENT AWARDS

Swedish Content Awards belönar de bästa produktionerna inom content marketing. År 2000 arrangerades tävlingen för första gången, då under namnet guldbladet. Ett viktigt syfte med tävlingen är att premiera god kvalitet och innovativa lösningar som har gett önskad effekt. Bra content marketing stärker varumärket, bygger lojalitet och skapar flera och bättre affärer.

TÄVLINGSPERIOD

Swedish Content Awards öppnar för inlämning den 15 januari 2021 och stänger den 15 mars kl: 12.00. Däremellan kan du när som helst registrera bidrag, men även logga in och göra ändringar i respektive bidrags beskrivning, samt ta bort eller lägga till enheter.

ARRANGÖR

Swedish Content Awards arrangeras och drivs av Swedish Content Agencies, branschorganisationen för alla som arbetar med content marketing.

NYHETER

Tävlingsplattform

Från och med 2021 använder Swedish Content Awards en ny plattform och nytt formulär när du lämnar in bidrag - Award Force (Penetrace). Detta för att det ska vara lite lättare och smidigare för dig som tävlar i Swedish Content Awards, så att ditt bidrag blir så komplett och rättvisande som möjligt, vilket i sin tur ger juryn bättre möjligheter att jämföra bidragen i respektive kategori. Alla tävlande behöver därför skapa ett nytt tävlingskonto, oavsett om du tävlat i Swedish Content Awards tidigare eller inte. Har du däremot tävlat i 110-wattaren och/eller i Guldägget (som också använder denna plattform) så behöver du inte skapa ett nytt konto utan kan logga in på ditt befintliga och sätta igång med dina bidrag. Eftersom årets inlämning skiljer sig lite från tidigare år så rekommenderar vi att du öppnar ett konto så tidigt som möjligt och läser igenom formuläret i god tid innan du börjar arbeta med dina bidrag.

BEDÖMNINGSKRITERIER

Bransch

De bidrag som tävlar i branschkategorierna bedöms efter:

Kreativitet 40%

Analys & strategi 30%

Resultat/Effekt/engagemang 30%

Hantverk

I dessa kategorier bedöms nivån på hantverket samt det redaktionella innehållet.

Resultat/Effekt/Engagemang är inte den primära parametern för bedömning.

Kreativitet (Hantverk) 50%

Redaktionellt innehåll 50%

Special

I specialkategorierna så väger den parameter som kategorin avser in tyngst.

Varumärkesresa – Analys & strategi

Effekt & engagemang – Resultat/Effekt/Engagemang

Innovation – Kreativitet

Hederspris

Årets Content

Årets Content utses av jury och kombinerar en bedömning av resultat/effekt/engagemang, hantverk, kreativitet och nytänkande.

JURY

Jury utses av Swedish Content Awards tävlingsgrupp som även består av medlemmar ifrån styrelsen samt organisationens verkställande direktör. Jury utses i huvudsak bland yrkesverksamma inom kommunikationsbranschen, både ifrån byråsidan och kundsidan. Jurys medlemmar ska vara namnkunniga och meriterade i form av utmärkelser i kommunikationstävlingar och lång erfarenhet inom sitt branschområde. Den som inbjuds att ingå i jurys kall före hen accepterar, förklara sig villig att ideellt avsätta den tid som fordras för juryarbetet. Jury medlem ska underteckna en skriftlig försäkran om att ej yppa resultat från omröstningar och nomineringar till personer utanför den egna jury. Den jury medlem som bryter mot denna försäkran diskvalificerar sig själv och blir avstängd ifrån framtida juryarbeten.

Som jury medlem får man sitta med 1 – 3 år i Swedish Content Awards jury.

JURYORDFÖRANDE

Juryordförande utses av Swedish Content Awards tävlingsgrupp som även består av medlemmar ifrån Swedish Content Agencies styrelse och verkställande direktör.

Juryordförande måste godkännas av Swedish Content Agencies styrelse innan hen kan ta sig an uppdraget.

Juryordförande ska vara ett välkänt namn i branschen samt meriterad och respekterad. Juryordförande har det övergripande ansvaret för att juryarbetet genomförs enligt de regler som är uppsatta för ändamålet. Juryordförande är också ansvarig för de slutliga vinnarna och ska kunna motivera varför just det var de bidragen som vann och varför andra bidrag inte vann. Juryordförande ska leda, inspirera och motivera juryn att göra sitt yttersta i sitt juryarbete.

Juryordförande har inte rösträtt och deltar ej i röstningen. Vi behov får juryordförande använda sitt veto för en utslagsröst.

Juryordförande ska delta vid informationsmöten som hålls för juryarbetet. Här ska ordförande tillsammans med tävlingsansvarig instruera juryn om tävlingskriterier, regler, kategorier och röstningsupplägg. Juryordförande ska även delta vid uttagning av jurymedlemmar.

Som juryordförande får man sitta 1 – 3 år i Swedish Content Awards jury.

NOMINERINGAR & PRISER

Nomineringsdiplom utfärdas till alla nominerade, ett till uppdragsgivaren och ett till byrån. Minst ett guld utses i varje kategori på prisutdelningen den 20 maj 2020.

Guldvinnaren belönas med en vackert designad prisstatyett tillverkad av återvunnet glas samt ett diplom var till uppdragsgivare och byrå.

Önskar man att erhålla en extra statyett till sin kund går det bra att beställa en sådan i efterhand till ett fast pris. Information om detta meddelas samtliga vinnare efter tävlingens genomförande.

TÄVLINGSAVGIFT

Tävlingsavgiften tas ut per bidrag, oberoende på hur många enheter som lämnas in med bidraget. Avgiften faktureras per bidrag med betalningsvillkor 10 dagar. Om inte betalningen sker inom föreskriven tid kan bidraget komma att diskvalificeras.

Medlem i Swedish Content Agencies

Första bidrag
2950 kr
Efterföljande bidrag
2450 kr

Ej medlem i Swedish Content Agencies

Första bidrag
4950 kr
Efterföljande bidrag
3550 kr

Förläng deadline

Behöver du mer tid? Hör av dig så kommer vi överens om ett passande datum inom ramen för administrationstiden. Förlängd deadline debiteras med 1000 kr per bidrag och dag.

KATEGORIER

BRANSCH

Fordon & Transport

Content marketing producerad för företag inom produktion och återförsäljning av fordon såsom personbilar, båtar, flygplan, motorcyklar, lastbilar, lantbruks- och industrifordon/maskiner. Kategorin omfattar även content marketing producerad för rederier, flygbolag, tågoperatörer samt logistik- och speditönsföretag.

Service & Tjänster

Content marketing producerad för service- och tjänsteföretag såsom bemanning och rekrytering, utbildning samt andra service- och konsultföretag inom tjänster. Här tävlar även content marketing producerad för bygg- och hantverksföretag, entreprenad och fastighetsbranschen inklusive mäklare, fastighetservice och -förvaltning.

Sport & Hälsa

Content marketing producerad för aktörer inom motion, friskvård och producenter och återförsäljare av läkemedel samt tjänster inom vård och omsorg.

Resor & Nöjen

Content marketing producerad för hotell, researrangörer och övriga aktörer inom besöksnäringen. Här tävlar även spelbolag, media samt producenter och återförsäljare av mat och dryck samt kaféer och restauranger.

Offentlig sektor & Samhällsinformation

Content marketing producerad för kommuner, landsting, myndigheter, politiska partier och andra verksamheter inom offentlig sektor (ej statligt ägda företag med tydlig kommersiell karaktär). Kategorin inkluderar även content marketing för religiösa samfund samt företag som verkar för tydlig samhällsnytta.

Ideell verksamhet & Intresseorganisationer

Content marketing producerad för intresse- och branschorganisationer, fackförbund samt ideell verksamhet såsom hjälporganisationer och andra ideella initiativ. Ideellt sport- och föreningsliv tävlar också i denna kategori.

Finans & Försäkring

Content marketing producerad för banker, pensionslösningar, fonder, försäkringar och försäkringsbolag, revision- och redovisningsbyråer.

Detaljhandel

Content marketing producerad för detaljhandel där varor säljs direkt till slutkonsument.

Industri & Energi

Content marketing producerad för energibolag, råvaruproducenter och tillverkningsindustrin.

IT & Telekom

Content marketing producerad för företag inom IT, telekom, spelutveckling och andra tekniska lösningar. Kategorin inkluderar även elektronikproducenter och företag inom hård- och mjukvara.

HANTVERK

Video B2B

Här belönas den video som varit del av ett företags content marketing. Filmen eller filmserien ska vara riktad mot andra företag eller organisationer. Juryn bedömer helheten inklusive idé, klippning och manus. Om bidraget är en serie filmer bör endast en film skickas in (kan vara en ihopklippt version av flera avsnitt).

Video B2C

Här belönas den video som varit del av ett företags content marketing. Filmen eller filmserien ska vara riktad mot slutkonsument. Juryn bedömer helheten inklusive idé, klippning och manus. Om bidraget är en serie filmer bör endast en film skickas in (kan vara en ihopklippt version av flera avsnitt). Samtliga filmer ska skickas in för att juryn ska kunna göra en rättvis bedömning.

Podd

Här belönas den podcast som varit en del av ett företags eller en organisations content marketing. Podcastens innehåll och nivån på hantverket samt relevans för målgruppen bedöms. Endast ett avsnitt alternativt urval från flera avsnitt som klipps ihop bör skickas in.

Kundtidning B2B

Här belönas den kundtidning som varit del av ett företags content marketing. Tidningens målgrupp ska vara potentiella och befintliga kunder alternativt beslutsfattare, anställda vid andra relevanta företag med mera. Tidningens unikheter, design, redaktionella värde och relevans för målgruppen bedöms.

Kundtidning B2C

Här belönas den kundtidning som varit del av ett företags content marketing riktat mot slutkonsument. Tidningens målgrupp ska vara slutkonsument. Tidningens unikheter, design, redaktionella värde och relevans för målgruppen bedöms.

Sociala Medier

Här belönas marknadsföringsinsatser med sociala medier som huvudkanal. Det publicerade innehållets kvalitet, engagemanget hos målgruppen (kan vara användargenererat innehåll) och den långsiktiga effekten av arbetet bedöms.

Reportage

Här belönas det bästa reportaget som varit del av ett företags eller en organisations content marketing. Kanalen eller mediet för reportaget kan vara print, digitalt, ljud eller rörligt. Reportaget ska ha hög verkshöjd, vara relevant för målgruppen och hålla en hög redaktionell kvalitet.

Stillbild

Här belönas bästa stillbildsfoto. Bidraget kan till exempel vara en bildserie eller en enstaka bild i ett reportage eller i annan kommunikationsinsats. Juryn tar även hänsyn till hur bilden samspelar med det övriga redaktionella innehållet och bidrar till det redaktionella värdet, oavsett om bilden är publicerad digitalt eller i print.

Infografik

Här belönas bästa infografik som på ett pedagogiskt och effektivt sätt förklarar ett sammanhang eller specifika fakta. Infografiken ska ge målgruppen god förståelse för den fakta eller det scenario som presenteras. Infografikens design och kreativa verkshöjd bedöms. Infografiken kan även vara en rörlig animation.

Native

Här bedöms content marketing i form av redaktionellt innehåll som publiceras på betald plats i vald kanal. Arbetets strategi, anpassning till vald mediapartner och målgrupp samt dess redaktionella kvalitet bedöms så väl som uppfyllelse av uppsatta mål och syften.

SPECIAL

Varumärkesresa

Tilldelas den aktör som genom att arbeta med content marketing har gjort en varumärkesresa och på ett modigt och kraftfullt sätt utmanat och förbättrat sin varumärkeskommunikation. Lösningarna har skett genom strategisk kreation som har gett bevisad effekt.

Effekt och engagemang

Tilldelas de som genom content marketing har fått ett stort genomslag och på en bred front lyckats attrahera och engagera sin/a målgrupp/er. Arbetet ska uppvisa tydlig effekt och ska ha flyttat fram positionerna för avsändarens samlade kommunikation.

Innovation

Tilldelas den som med content marketing har lyckats tänka nytt och annorlunda och sticka ut utöver det vanliga. Innovationen kan finnas i det verbala eller det visuella budskapet, i kanalvalet och/eller höjden på den tekniska lösningen.

HEDERSPRIS

Årets Content

Utses av juryn och kombinerar en bedömning av effekt, hantverk och nytänkande.

Bidraget är också det bidrag som fått totalt sett högst poäng i tävlingen.

TÄVLINGSVILLKOR

En kommunikationslösning kan tävla i flera kategorier men endast i en av branschkategorierna. Utifrån beskrivningen av kategorin bedömer juryn kreativitet, strategi och analys samt resultat/effekt/engagemang. I hantverkskategorierna är det nivån på hantverket och det redaktionella innehållet som bedöms. I dessa kategorier är effekten nödvändigtvis inte den primära parametern för bedömning.

I Swedish Content Awards 2021 går det endast att tävla med content marketing som har producerats och/eller publicerats under 2020. En kommunikationslösning som tidigare har vunnit i Swedish Content Awards kan inte vara med och tävla.

Bidraget skall ha ett kommunikativt syfte samt ha en verklig avsändare som uppdragsgivare.

Uppdragsgivaren måste ha godkänt att bidraget skickas in till tävlingen. Om det råder tvivel kring detta förbehåller sig Swedish Content Agencies rätten att kontrollera med uppdragsgivaren att bidraget uppfyller kraven för att delta i tävlingen. OBS! För bidrag i kategorierna under Hantverk krävs tillstånd från både uppdragsgivare och huvudbyrå för att bidraget/bidragen ska få tävla.

Inlämnaren ansvarar för att tävlingsbidrag, och dess material, inte strider mot marknadsföringslagen, annan marknadsrättslig lagstiftning, lagen om namn och bild i reklam, dataskyddsförordningen (GDPR), immaterialrättslig lagstiftning, branschpraxis, etiska regler, eller andra för marknadsföring eller i övrigt tillämpliga lagstiftningar. Observera att det inte är tillåtet att t.ex. använda musik, ljudspår, still- eller rörliga bilder eller annat medie som man inte har/köpt rättigheterna till i t.ex. case-film eller annat bifogat material. Vid efterfrågan skall inlämnaren kunna uppvisa hur detta godkännande har säkerställts/inhämtats.

Inlämnaren ansvarar för att det inte föreligger hinder mot att bidraget/en, och dess material, kan visas i samtliga medier i såväl i som utanför Sverige av Swedish Content Agencies och dess partners.

Inlämnaren ger sitt tillstånd till Swedish Content Agencies att publicera materialet på internet, i tryckta och/eller digitala medier och kanaler, i utställningar, på Swedish Content Awards prisutdelning samt i samband med marknadsföring av tävlingen eller annat av Swedish Content Agencies anordnat evenemang, samt försäljning av reklamalster.

Anmälaren ansvarar för att den tävlande byråns, eller underbyråers, namn eller logotyp inte förekommer på eller i bidraget.

Inlämnaren ansvarar för att ersätta tredje man/upphovsrättsinnehavaren för eventuella skadestånds- och/eller ersättningsanspråk pga. brott mot lag, branschpraxis eller annat regelverk.

Inlämnaren ansvarar för att idén inte använts tidigare i andra marknadsföringssammanhang, i Sverige eller utomlands.

Så kallade "ghost jobs" är ej legitima i tävlingen. Juryn kan i de fall tveksamhet föreligger begära in underlag från anmälaren som styrker produktion och publicering.

Alster producerade för Swedish Content Agencies får inte delta i tävlingen.

Bidrag som inte uppfyller ovanstående krav/villkor kan tas ur tävling och har i sådant fall ej rätt att återfå anmälningsavgiften eller andra kostnader som har uppstått i samband med tävlan.

SÅ HÄR TÄVLAR DU

Innan du kan börja tävla så behöver du skapa ett konto om du inte redan har ett, eller logga in på befintligt konto. Vänligen notera att tävlingskontot är personligt så de bidrag som du registrerar är det endast du, med dina inloggningsuppgifter, som kan se och inte hela ditt företag. Det är därför rekommenderat att ni skapar ett tävlingskonto för hela företaget som samtliga som lämnar in bidrag har tillgång till.

Huvuduppgifter

Börja med att registrera ditt bidrag genom att ange i bidragsnamn, uppdragsgivare, tävlande byrå och i vilken kategori du vill skicka in ditt bidrag i. Det går bra att tävla med samma bidrag i flera kategorier. Det du gör då är att kopiera ett färdigt bidrag och bara ändrar kategorierna på "kopiorna". Tänk på, att i bidragsspecifikationen, förklara varför den passar i just de kategorier som bidraget lämnas in i. Du behöver också godkänna att du ha läst tävlingsvillkoren, att bidraget följer dessa och att du har behörighet att lämna in bidraget och ange personuppgifter gällande arbetsgruppen.

Bidragsspecifikation

Under denna flik berättar du mer om ditt bidrag under respektive bedömningskriterium, kreativitet, strategi och analys samt resultat/effekt/engagemang.

Bidragsmaterial

Här laddar du upp de filer och material som förklarar och visar bidraget. Börja med att ladda upp en representativ bild för bidragen. Denna bild är den som kommer att visas i samband med ditt bidrag om det skulle bli nominerat. Skulle du inte ha en bild som representerar bidraget så kan bilden även referera till uppdragsgivaren (logotyp). Därefter lämnar du in det material som är önskvärt i den kategori du tävlar i. OBS! Den tävlande byråns, eller underbyråers, namn eller logotyp får inte förekomma på eller i bidraget. Varken i själva filnamnet eller i materialet.

Bilder, casefilm, ljudfiler etc.

Casefilm max 2 min

Referensbild: PDF, JPG, PNG. Maximal storlek är 200 MB per fil och upplösning 300 dpi. **Referensbilden ska ha en bilddimension på 1920 x 1080** **Övriga bilder:** PDF, JPG, PNG. Maximal storlek är 200 MB per fil och upplösning 300 dpi.

Video: AVI, WMV, MPG, MPEG, Mov, mp4. Maximal storlek är 200 MB per fil.

Ljud: Mp3. Maximal storlek är 200 MB per fil.

Bilder märks upp med bidragsnamn och tävlande byrå.

Arbetsgrupp

Här fyller du i namn, befattning, företag och typ av företag (t.ex. byrå och uppdragsgivare) på personerna i arbetsgruppen, både från tävlande byrå och övriga inblandade. Observera att uppgifterna blir offentliga om ditt bidrag nomineras, så tänk gärna på att se till att alla uppgifter är kompletta och rättstavade. Namnen i arbetsgruppen hamnar i den ordning ni lägger in dem.

Faktureringsuppgifter

Börja med att lämna namn på ansvarig person för tävlingsbidraget. Vi ber dig även att ange telefonnummer till dig som lämnar in just detta bidrag. Ansvaret innebär att tävlingsledningen i första hand kontaktar referenspersonen i fall det finns frågor om bidraget eller om uppgifter gällande betalande bolag/organisation. Detta gäller främst om ni är flera användare på samma konto. Sedan fyller du i vilket bolag som ska betala tävlingsavgiften för bidraget. Inskickat bidrag räknas som order och tävlingsavgiften faktureras per bidrag med betalningsvillkor 10 dagar. Vi skickar helst faktura via mail så vi är tacksamma om ni kan ange en digital faktureringsadress som fakturan kan mailas till.

VIKTIGT!

Kom ihåg att klicka på "Spara + nästa" längst ned på varje sida när du är klar med just den sidan och all information som ska fyllas i där. Skulle du vilja pausa så klickar du på "Spara + stäng" så är det bara att du komma tillbaka vid ett senare tillfälle och fortsätter.

När all information är ifylld och allt material uppladdat så klickar du på "Förhandsvisa" för att dubbelkolla att allt ser bra ut. Stämmer allt så klickar du på "Skicka in bidrag" så hamnar det i din varukorg. Om du vill tävla med fler bidrag, eller med samma bidrag i flera kategorier, så låter du bidragen ligga kvar i varukorgen tills allt är klar och så skickar du in allt samtidigt.

I samband med att du "checkar ut" din varukorg är bidraget/bidragen inskickade och det är bara att hålla tummarna!

FYSISKA ENHETER

Pga. den rådande pandemin har vi inte möjlighet att ta emot fysiska enheter i år. Samtliga bidrag och bilagor bifogas digitalt vid tävlingsregistreringen. Vi är medvetna om att detta inte är optimalt men det är något som juryn kommer att ta hänsyn till vid bedömningen. Var noga med att beskriva pappersval och ev. annat material i de beskrivande texterna vid tävlingsregistreringen.

VIKTIGA DATUM

15 januari	Tävlingen öppnar
15 mars	Tävlingen stänger
3 maj	Nomineringarna släpps
20 maj	Prisutdelning

KONTAKT

Tävlingsansvarig: Michaela Pålsson

Telefon: 070-351 25 87

Mail: info@swedishcontent.se

Under den tävlingsperioden kommer det mycket mail, vi försöker svara inom 24h.

I Award force finns det även en chattfunktion där du kan ställa frågor vid tekniska problem när du registrerar dina bidrag.

www.swedishcontent.se

www.contentawards.com