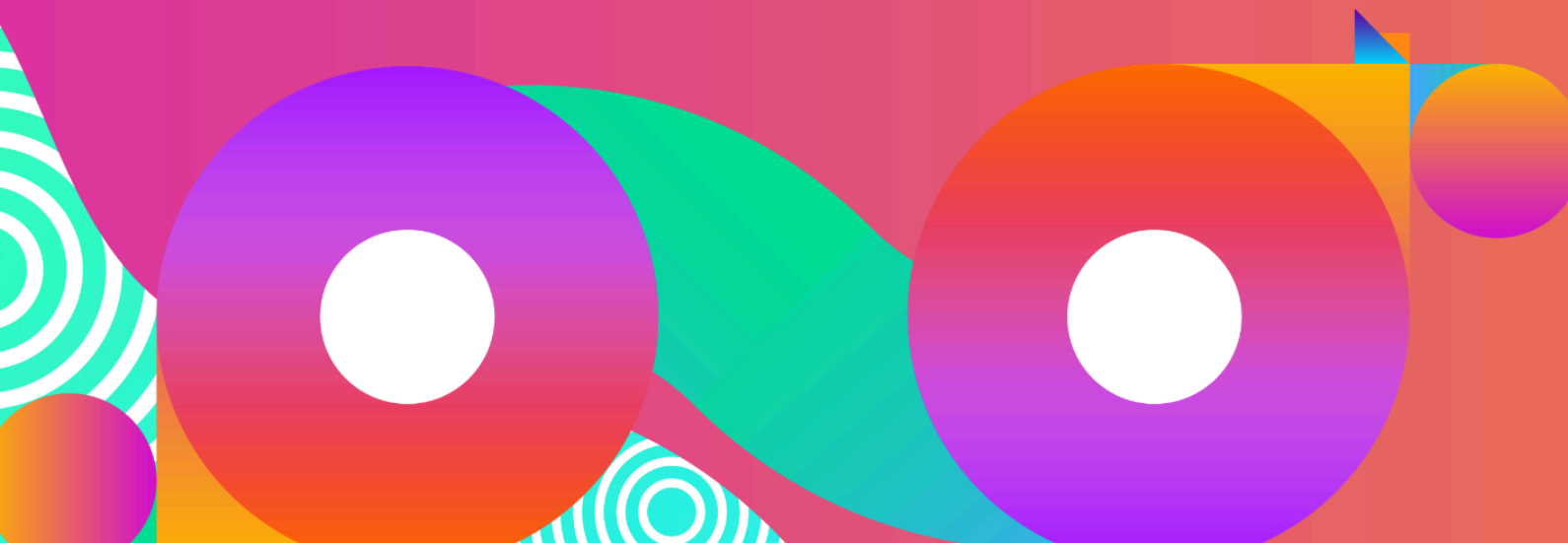




NEW GENERATION AWARDS 2025



YARIŞMAYA KATILIM.....	2
Amaç.....	2
Tanım.....	2
Kimler Katılabilir.....	2
Katılım Koşulları.....	2
DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ.....	4
Jüri Ön Değerlendirmesi.....	4
Jüri Ana Değerlendirmesi.....	4
Yapay Zekâ Değerlendirmesi.....	5
• KUALİ Yapay Zekâ Değerlendirme Şeması.....	5
Değerlendirme Kriterleri.....	6
ÖDÜLLENDİRME.....	6
ÖDÜL TÖRENİ VE ÜCRETLENDİRME.....	6
TAKVİM.....	7
BAŞVURU DETAYLARI.....	7
BÖLÜMLER.....	8
SORU SETLERİ & MATERYALLER.....	8
1) Yapay Zeka Bölümü.....	9
Çözüm.....	9
Uygulama.....	9
Dokümanlar.....	10
2) Trendler Bölümü.....	11
Uygulama.....	11
Sonuç.....	11
Gerekli Materyaller.....	12
KATEGORİLER.....	13
1) Yapay Zeka Bölümü.....	13
a) Sektörel Kategoriler.....	13
b) Alan Kategorileri.....	13
c) Özel Kategoriler.....	14
2) Trendler Bölümü.....	15
a) Podcast ve Sesli İçerik.....	15
b) "Snackable Content" (Hızlı tüketilen, kısa ama etkili içerikler).....	16
c) İnfluencer.....	17
d) Perakende Medya.....	18
e) Topluluk Odaklı Pazarlama.....	19
ÖDEME VE FATURA.....	20
İLETİŞİM.....	21

YARIŞMAYA KATILIM

Amaç

Yarışmanın amacı, Türkiye'deki pazarlama iletişimi sektörünün, hedef kitlesine ulaşmak için kullanım olasılığının olduğu tüm **Yeni Nesil (New Generation)** mecraları (teknoloji, platform, kanal, aplikasyon, medya vb.) etkin ve yaratıcı kullanmasını sağlamak, yeni nesil mecraların iş dünyası dikeyinde penetrasyonunu artırmak, ajansların, şirketlerin, startup'ların, çalışanların ve uygulamaya katkıda bulunan üçüncü partilerin özgün başarılarını belgelemektir.

Yarışma, Pazarlamasyon tarafından yılda bir kez düzenlenir ve kazanan projeler New Generation Summit içerisinde ödüllendirilir.

Tanım

"Yeni Nesil Mecra" kavramı New Generation Awards için 2 unsurun birleşimi ile oluşur.

1. Henüz tam anlamıyla kullanımı yaygınlaşmayan veya yaygın olsa bile kullanan şirkete rekabetçi avantaj sağlayan,
2. Yıkıcı (disruptive) teknolojileri içeren.

Yarışmanın kategorizasyonu bu iki unsur etrafında, her yıl o yılın dinamiklerine uygun olarak genişletilir. **2025 yılı için kategorizasyon, "Yapay Zekâ" ve "Trendler" odağında kurgulanmıştır.** Bu kapsamda; yapay zekânın yanı sıra, iş dünyasında ve toplumsal dönüşümde etkili olan yeni nesil teknolojiler de değerlendirme sürecine dahil edilmiştir.

Kimler Katılabilir

► New Generation Awards; sektör bağımsız olarak yapay zekâ ve trendler konusu özelinde proje geliştiren tüm reklamverenlerin, reklamverenlerle ortak proje geliştiren şirketlerin ve hizmet veren ajansların en yenilikçi, yaratıcı ve etkili projelerini ve başarılarını ödüllendirmek üzere düzenlenmektedir.

► Her sene; yapay zekâ ve trendler ekosistemindeki markalar ve ajanslara örnek olacak, sektörün tüm taraflarının ders çıkarabileceği ufuk açan vakalar ödüllendirilir. Dolayısı ile proje gerçekleştiren tüm bileşenlerin katılımına açık olmak ile birlikte, yarışmaya sadece Türkiye ve K.K.T.C'de resmi olarak faaliyet gösteren şirketler başvuru yapabilir.

Katılım Koşulları

► New Generation Awards'a yapay zekâ ve trendler ekosistemini kullanarak, kendi sektöründeki herhangi bir soruna çözüm olacak teknoloji geliştirmiş veya bir pazarlama problemini halihazırdaki veya yeni yapay zekâ teknolojilerini kullanarak çözmüş; yanı sıra, o yıl için belirlenmiş olan trend başlıkları üzerinde proje üreten tüm

ajans tüm ajans, firma ve start-up'lar katılabilir.

► Ödül programına, **01 Şubat 2024 – 01 Mayıs 2025** dönemi içinde yapılmış, hayata geçirilmiş veya fiilen kullanılmış faaliyetler ile başvurabilir.

► Yarışmaya tüm disiplinden ajanslar ve tüm sektörlerden firmalar başvurabilir. Ancak tüm katılımcıların, başvuruya konu olan projenin tüm taraflarından gerekli izin ve onayları almış olmaları gerekir. Aksine olabilecek durumlardan tamamen katılımcılar sorumludur ve Pazarlamasyon.com'a bu konuda herhangi bir sorumluluk yüklenemez.

► Uygun olduğu takdirde aynı çalışma, birden fazla kategoride ödül programına başvurabilir. Bu durumda her kategori için ayrı başvuru ücreti ödenir. Aynı çalışmayla farklı tarafların başvuru yaptığı durumlarda, projenin sahibi (finansörü) firmayla irtibata geçilir ve taraflar bilgilendirilir.

► New Generation Awards başvuru ücretlerinin detayı newgenerationawards.com üzerindeki "Başvuru Ücretleri" başlığı altındadır.

► Başvuruların Türkçe yapılması gerekmektedir. Ödül programı şimdilik Türkiye ve K.K.T.C pazarını kapsamaktadır.

► Katılımcılar, başvurdukları çalışmaların tüm içeriğinden ve sağladıkları verilerin doğruluğundan bizzat sorumludur. Jüri, tüm değerlendirme aşamalarında verilen bilgilerin sağlamasını yapmaya yönelik ek belge, görsel ve diğer tiplerde dokümanların temin edilmesi talebinde bulunabilir. Jürinin başvuruda gösterilen kaynakların doğruluğunu araştırma ve denetleme hakkı vardır. Bilgilerin kaynaklarla örtüşmediği belirlenirse başvuru geçersiz sayılır ve katılım ücreti iade edilmez.

► Ödül programı dahilinde, yarışmaya başvuran çalışmalarının her türlü fikri ve sınai haklarının (telif, patent, marka, tescil vb. haklar) sahibinin katılımcı firma olduğu kabul edilir. Herhangi bir ihtilaf durumunda sorumluluk katılımcı firmanındır.

► Başvurularda herhangi bir hak ihlali gerçekleşmişse Pazarlamasyon.com hiçbir surette sorumlu tutulamaz.

► Başvuru sahibi katılımcılar, hak sahiplerinden veya üçüncü kişilerden açılacak bir dava sonucu Pazarlamasyon.com tarafından herhangi bir tazminat ödenmesi halinde ödenen tazminat ile birlikte bu dava sebebiyle yapılan tüm masrafları (yargılama masrafı, vekalet ücreti vb.) herhangi bir itiraz sunmaksızın Pazarlamasyon.com'a ödeyeceğini kabul ve taahhüt eder.

► Jüri tarafından genel etik ve ahlak kurallarına aykırı bulunan projeler diskalifiye edilerek yarışma dışı bırakılabilir. Bu durumlarda önce katılımcı firmadan savunması istenir. Belirtilen sürede savunmasını iletmeyen veya savunması jüri tarafından kabul görmeyen başvurular elenir ve katılım bedeli iade edilmez.

► Pazarlamasyon.com yönetmelikte değişiklik yapma hakkını saklı tutar.

► Gerek görüldüğü takdirde başvuruların son teslim tarihi ertelenebilir.

► New Generation Awards'ta her kategoride ödül verilmesi zorunlu değildir. Başvurular gerekli kriterleri karşılamıyorsa, ilgili kategoride ödül verilmeyecektir. Aynı zamanda ilgili kategoride birden fazla ödül layık görülür ise o kategori özelinde birden fazla ödül verilebilir. Ödül verilir verilmemesi ve birden fazla ödül

kazanımı ile ilgili tüm konular jüri üyelerinin sorumluluğundadır. Pazarlamasyon yetkilileri jüri toplantılarına sadece “Gözlemci” sıfatı ile katılmaktadır.

► Başvurunun geçerli sayılabilmesi için son başvuru tarihine kadar ödeme ve form girişinin tamamlanması gerekmektedir.

► Başvuru için ödeme yaptıktan sonra cayma durumunda, başvuru tarihi geçmediyse tutar iade edilir, aksi takdirde iade işlemi gerçekleştirilmeyecektir.

► Başvuruların içerik ve teknik açıdan doğruluğu, çalışmaların kalitesi, kategori uygunluğu, künyesi ve diğer tüm detayları başvuru sahibinin doğrudan sorumluluğundadır. Başvurularda dahil edilecek bütün malzemenin bu yönetmeliğin ilgili bölümlerinde belirtilen teknik özelliklere uygunluğu başvuranın sorumluluğundadır.

DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ

Jüri Ön Değerlendirmesi

► Değerlendirme süreci “Ön Eleme” ve “Ana Eleme” olarak iki aşamada gerçekleşir.

► Ön değerlendirme, New Generation Awards jürisi ve “Yapay Zekâ” (İleride detaylandırılacaktır) tarafından online olarak yapılır.

► Kategoriler için belirlenen bilgiler 1 (çok kötü) ile 5 (çok iyi) puan arasında kalan bir ölçekte teker teker puanlanır.

► Bu aşamada sektör yetkililerinden oluşan jürinin puanlamasının %65'i, yapay zeka puanlamasının %35'i alınarak her bir proje için ortalama bir puan oluşturulur. Bu puanların sıralaması sonucunda her bir kategoride en yüksek oy almış ilk 5 proje kısa listeye kalır.

► Eşitlik halinde 5'ten fazla proje kısa listeye kalabilir.

► Herhangi bir kategoride 5'ten az başvuru gerçekleşmesi durumunda tüm başvurular doğrudan kısa listeye kalır.

Jüri Ana Değerlendirmesi

► New Generation Awards jürisi, ön değerlendirme sonucunda ortaya çıkan kısa listeyi puanlamak için toplanır.

► Oylamalar keypad ile ve 100 üzerinden 5'in katları şeklinde puanlanarak yapılır. Jüri tarafından verilen puanların ortalaması alınır ve projelerin nihai notu belirlenmiş olur. Ortalama alınırken virgülden sonraki iki basamak geçerlidir.

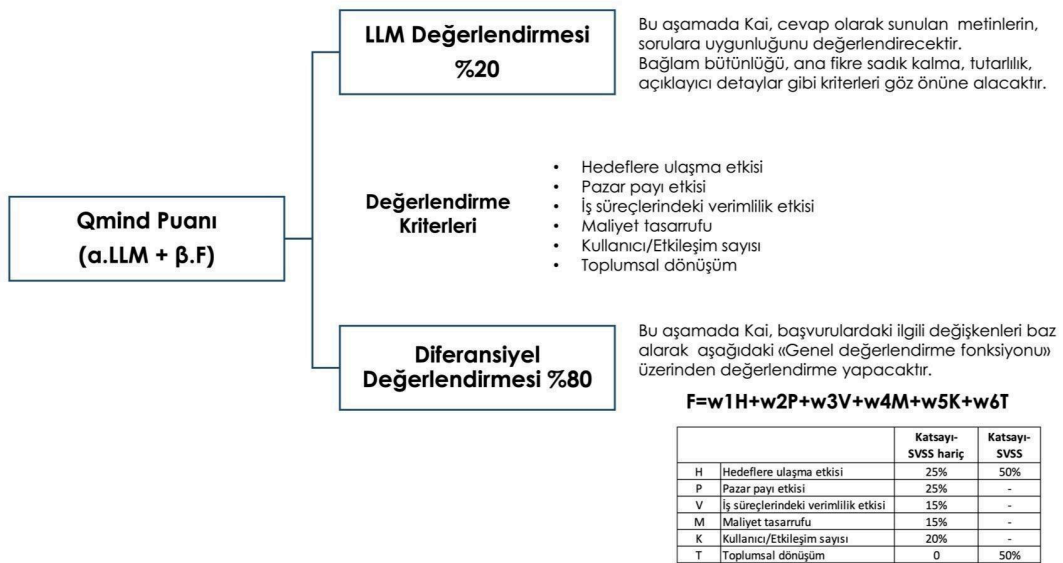
► Jüri üyeleri, her iki değerlendirme (Ön eleme ve Ana eleme) aşamasında, herhangi bir şekilde yer aldıkları projelere puan veremezler.

- Jürinin başvuruların doğru kategoride olup olmadığını belirleme ve gösterilen kaynakların doğruluğunu araştırma ve denetleme hakkı vardır.
- Proje başvuru formundaki bilgilerin, kaynaklarla örtüşmediğinin tespiti durumunda, jüri bu bilgileri değerlendirmeye almama ve başvuruyu geçersiz sayma hakkına sahiptir. Bu durumlarda katılım ücreti iade edilmez.
- Ana değerlendirme kriterleri, üretilen veya kullanılan yapay zekanın şirket algı, satış ve/veya kar performansına ölçülü ve anlamlı oranda katkıda bulunmuş olmasıdır. Bu doğrultuda “Değerlendirme Kriterleri” bölümünde yer alan kıstaslar ele alınacaktır.

Yapay Zekâ Değerlendirmesi

- New Generation Awards'un hem ana değerlendirme hem de ön değerlendirme aşamasında yapay zekânın kendisi kullanılır.
- Kullanılan yapay zekâ (KAI) bilimsel pazarlama ve bilimsel pazarlama entegrasyonu, karar vermede veriyi odağa alma, yapay zekâ teknolojilerinin işletmelere entegrasyonu konularında uzman olan, Kuantum Araştırma tarafından üretilen bir yapay zekâdır.
- Değerlendirme aşamasında özellikle sayısal verilerde uzmanlığına danışılır ve iş çıktılarını analiz ederek 100 üzerinden puanlama yapması sağlanır.
- Projeler her iki aşamada da (Ön değerlendirme ve Ana Değerlendirme) sektör yetkililerinden oluşan jürinin puanlamasının %65'i, yapay zeka puanlamasının %35'i alınarak sıralanır ve bu sıralamaya göre kazananlar belirlenir.

• KUAİ Yapay Zekâ Değerlendirme Şeması



Değerlendirme Kriterleri

► Değerlendirme kriterleri, üretilen ve kullanılan yeni mecranın şirket algı, satış ve/veya kar performansına ölçülü ve anlamlı oranda katkıda bulunmuş olmasıdır. Bu doğrultuda;

1. Strateji %30: Projenin ardındaki içgörünün ve bu çerçevede geliştirilen stratejinin gücü.
2. Yaratıcılık %20: Belirlenen strateji çerçevesinde geliştirilen çalışmanın yaratıcılığı.
3. Uygulama ve Teknoloji %30: Yapılan çalışmanın uygulama ve tüm teknik argümanlarının kalitesi.
4. Sonuç %20 (Yapay Zekâ // KAI Değerlendirmesi): Yapılan çalışmayla elde edilen sonuç.

► Jürinin başvuruların doğru kategoride olup olmadığını belirleme ve gösterilen kaynakların doğruluğunu araştırma ve denetleme hakkı vardır.

► Proje başvuru formundaki bilgilerin, kaynaklarla örtüşmediğinin tespiti durumunda, jüri bu bilgileri değerlendirmeye almama ve başvuruyu geçersiz sayma hakkına sahiptir. Bu durumlarda katılım ücreti iade edilmez.

► Jüri üyeleri, her iki değerlendirme aşamasında, herhangi bir şekilde yer aldıkları projelere puan veremezler.

ÖDÜLLENDİRME

► New Generation Awards'ta finale kalan projeler, kategorilerine göre sıralanır ve başvurular aynı değerlendirme kriterlerindeki 4 temel ölçüte göre ve New Generation Awards'ta belirlenmiş puan baremlerine göre oylanır.

► Ön değerlendirme sürecinde herhangi bir minimum puanlama gereksinimi uygulanmaz. Ancak "Ana Değerlendirme"de 50+ sistemi uygulanır. .

► Ödülü almaya hak kazanmak için minimum puan baremi 70 puandır.

► Ödüller, başvuruyu yapan şirkete (ajans ya da reklam veren) 1 adet verilir.

► Ödül kazanımı başvuran kişiye bildirilir ikinci veya üçüncü tarafları bilgilendirme başvuranın sorumluluğundadır.

ÖDÜL TÖRENİ VE ÜCRETLENDİRME

► New Generation Awards Yarışması sonuçları, New Generation Summit sahnesinde (newgenerationsummit.com) açıklanır. Ayrıca newgenerationawards.com'da duyurulur.

► Yarışmaya başvurmak ücretlidir. Ücretler her yıl değişiklik gösterebileceğinden; ücretlerin güncel versiyonları için newgenerationawards.com sitesinde bulunan "Sıkça Sorulan Sorular" sekmesine ve her bir kategorinin açıklama metnine bakabilirsiniz.

- Ödül Töreni'nin yeri ve tarihi, medya ve/veya sosyal medya aracılığıyla duyurulur.
- Ödül törenine katılım ücretlidir. Ücret politikası her yıl New Generation Summit'e katılım ücretleri ile paralel belirlenir. Katılımcılar ödül almanın yanı sıra New Generation Summit ana sahnesi ve tüm yan oluşumlara da katılım sağlayabilir.
- Katılım ücreti erken dönem için 5500₺+ KDV normal dönem için 7000₺+KDV şeklindedir.
- Ödül töreninde teslim alınmayan ödüller Pazarlamasyon'un ofisinde tutulur. Ödül kazanan şirketler, 6 ay içerisinde ödülünü buradan teslim alabilir. Kırılma riskinden dolayı herhangi bir kargo veya kurye gönderimi sağlanmaz.
- Ödül töreninde teslim alınmayan ödüller Pazarlamasyon'un ofisinde tutulur. Şirket politikaları gereği ile ödülün hassas ve kırılabilir olmasından dolayı ödül gönderimi Pazarlamasyon tarafından sağlanmaz, kazanan şirketler ofis adresinden alım yaptırmalıdır. İlgili kişiler törenden sonraki 6 ay içerisinde, Pazarlamasyon yetkilileri ile iletişime geçerek belirlenen tarih ve saatte alım yapabilirler.

TAKVİM

ÖNEMLİ TARİHLER

- Başvuru Başlangıç Tarihi: 20 Mart 2025
- Son Başvuru Tarihi: 15 Mayıs 2025
- Ödül Töreni: 12 Haziran 2025

JÜRİ DEĞERLENDİRME TOPLANTILARI

- 28-29 Mayıs 2025

BAŞVURU DETAYLARI

- New Generation Awards başvurunuz için gereken tüm bilgi, açıklama ve materyalleri bu rehberle göre hazırlayabilirsiniz.
- Bu rehberle uygun hazırladığınız başvurunuzu, www.basvurunewgenerationawards.com adresinden sisteme üye olduktan sonra, size sunulacak bilgi formuna girmeniz gerekmektedir.

- Başvuru dönemi **30 Nisan 2025** tarihinde saat **23.59**'da sona erer.
- Aynı proje/kampanya ile birden fazla kategoriye başvuru yapılabilir.

BÖLÜMLER

New Generation Awards aşağıdaki bölümler altında yer alan kategorilerde başvuruları kabul etmektedir.

Bölümler altındaki tüm kategorilere www.newgenerationawards.com üzerinden erişebilirsiniz.

1. Yapay Zeka Kategorileri

- Sektör Kategorileri
- Alan Kategorileri
- Özel Kategoriler

2. Trendler Kategorileri

- Podcast ve Sesli İçerik
- "Snackable Content" (Hızlı tüketilen, kısa ama etkili içerikler)
- Influencer
- Perakende Medya
- Topluluk Odaklı Pazarlama

SORU SETLERİ & MATERYALLER

Sorular adımımda aşağıdaki başvuru soruları yanıtlanmalıdır. Yapay Zeka ve Trendler bölümlerinin soru seti ve materyalleri ayrıdır.

1)Yapay Zeka Bölümü

Hedef Kitle

- Hedef kitlenin detaylı tanımı nedir? (Yanıtınız maksimum 1000 karakter olmalıdır.) [Zorunlu alan]

Sorun

Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren tek bir metin sisteme girilmelidir. [Zorunlu alan]

- Kullanılan yapay zekânın geliştirilmesine ön ayak olan sorun neydi?
- Söz konusu yapay zekâ kullanımından önce ilgili alanda/sektörde/ekosistemde nasıl bir ortam söz konusuydu?

*Yukarıdaki 2 soruyu toplamda 1000 karakteri geçmeyecek şekilde tek bir cevap halinde sisteme giriniz.

Çözüm

Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren cevaplar ayrı ayrı sisteme girilmelidir.

- Kullanılan yapay zekâ en kısa ve sade ifadeyle ne işe yaramaktadır?
- Yapay zekâ projenizde sunulan yenilikçi fikirlerin ve çözümlerin sayısı nedir? Kısaca açıklayınız?
- Kullanılan yapay zekâ en kısa ve sade ifadeyle belirtilen sorunlara nasıl bir çözüm sunmaktadır?
- Kullanılan yapay zekâ ile ilgili alanda/sektörde/ekosistemde ne gibi bir değişiklik meydana getirmeye çalışmaktasınız?

*Yukarıdaki 4 soruyu toplamda 600'er karakteri geçmeyecek şekilde ayrı ayrı 4 cevap halinde sisteme giriniz.

Uygulama

Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren tek bir metin sisteme girilmelidir.

- Yukarıda tanımladığınız amaç, hedef ve stratejiler doğrultusunda kullandığınız taktikler, mecra ve kanallar, kısacası projenin tüm üretim ve gerçekleştirme mekanizması nedir?

*Yukarıdaki soruyu toplamda 1000 karakteri geçmeyecek şekilde tek bir cevap halinde sisteme giriniz.

Sonuç

Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren cevaplar ayrı ayrı sisteme girilmelidir.

- Kullanılan yapay zekâ sayesinde, verilen hedeflere ulaştığınızı belirten somut unsurlar nelerdir? [Zorunlu alan]
- Projenin uygulanması sonrası pazar payında gözlemlenen artış var mı? Var ise oranını belirtir misiniz? (Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk bölümünde yanıtızsız kalacaktır.) [Zorunlu değil]
- Proje sonrası uygulama alanındaki iş süreçlerinde gözlemlenen verimlilik artışını % olarak belirtir misiniz? (Varsa) (Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk bölümünde yanıtızsız kalacaktır.) [Zorunlu değil]
- Proje sayesinde uygulama alanındaki sağlanan maliyet tasarrufunu % olarak belirtir misiniz? (Varsa) (Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk bölümünde yanıtızsız kalacaktır.) [Zorunlu değil]
- - a. Proje kapsamında yeni kullanıcı zamanımı varsa, zamansal kullanıcı sayılarını belirtir misiniz?
 - b. Mevcut yapının içerisine ilave edildiyse yanıtlayınız. (Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk bölümünde yanıtızsız kalacaktır.) [Zorunlu değil] Proje sonrasında mevcut kullanıcı sayısında artış var mı? Var ise oranını belirtir misiniz?
- Projenin çözüm sağladığı herhangi bir toplumsal çözüm var mı? Var ise çözüm oranı nedir? (Sadece Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk bölümüne başvuru yapan projeler için yanıtlanacaktır.) [Zorunlu değil]

*Yukarıdaki 6 soruyu toplamda 600'er karakteri geçmeyecek şekilde ayrı ayrı 6 cevap halinde sisteme giriniz.

Dokümanlar

Bu kısma projeniz ile ilgili link, görsel, video, case study gibi ekstra bileşenler yüklenecektir.

- Case Video: Ödül programındaki soruların yanıtlarına ek olarak 100 megabyte ve 2 dakikayı geçmeyecek şekilde case videosu yükleyebilirsiniz. (mpeg4, 1920×1080) (Youtube ya da Vimeo linki olmalıdır, diğer linkler kabul edilmez.) [Zorunlu Değil]
- Kapak Görseli: Projenizi en iyi anlatan ve kazanması halinde sahneye yansıtılacak sabit görsel veya yoksa logonun görseli. (Başvurular kapandıktan sonra sisteme yüklenen görseller değiştirilmeyecektir.) (.jpeg, yatay, 1920×1080, 300dpi) [Zorunlu Alan]
- Diğer Görseller: Tanesi 2 MB'ı geçmeyecek şekilde en fazla 8 görsel sıkıştırılmış (.zip) olacak şekilde yükleyebilirsiniz. (.jpeg, yatay, 1920×1080, 300dpi) [Zorunlu Değil]
- Diğer belgeler: Görseller ve videolar haricinde jürinin projenizi anlamasını ve doğru değerlendirmesini kolaylaştıracak malzemelerin veya çalışmaların bulunduğu belgeler. (En fazla 2 adet, pdf formatında word dosyası/ppt sunum, excel dosyası olmalı.) [Zorunlu Değil]

2)Trendler Bölümü

Hedef Kitle

► Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren cevaplar ayrı ayrı sisteme girilmelidir. [Zorunlu Alan]

Hedef kitle bölümü altında 3 tane soru bulunmaktadır. [Zorunlu Alan]

- Bu projeyi hangi hedef kitleye yönelik olarak geliştirdiniz?[Zorunlu Alan]
- Hedef kitlenize ulaşmak için hangi içgörülerden veya verilerden yararlandınız? [Zorunlu Alan]
- Hedef kitlenizle nasıl bir etkileşim kurmayı amaçladınız? [Zorunlu Alan]

Amaç ve Strateji

► Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren cevaplar ayrı ayrı sisteme girilmelidir. [zorunlu alan]

Amaç ve strateji bölümü altında 3 tane soru bulunmaktadır. [zorunlu alan]

- Bu projeyi hayata geçirirken temel hedefleriniz nelerdi, neden bu trendi uygulamak ya da yaratmak istediniz? [zorunlu alan]
- Proje hangi iş, pazarlama veya iletişim ihtiyacına çözüm sunmak için geliştirildi? [zorunlu alan]
- Projeyi hangi ana mesaj ve yaratıcı konsept çerçevesinde kurguladınız? [zorunlu alan]

Uygulama

► Bu kısımda aşağıdaki soruların yanıtlarını içeren tek bir metin sisteme girilmelidir. [zorunlu alan]

- Yukarıda tanımladığınız amaç, hedef ve stratejiler doğrultusunda kullandığınız taktikler, mecra ve kanallar, kısacası projenin tüm üretim ve gerçekleştirme mekanizması nedir ? [zorunlu alan]

Sonuç

- Kampanyanın başarısını sayı ve veriler ile açıklayınız? (Erişim, etkileşim, marka bilinirliği, dönüşüm oranı vb.) [zorunlu alan]
- Kullanılan trend sayesinde, verilen hedeflere ulaştığınızı belirten somut unsurlar nelerdir? [zorunlu alan]
- Projenin uygulanması sonrası pazar payında gözlemlenen artış var mı? Var ise oranını belirtir misiniz? (Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk kategorilerinde yanıtız kalacaktır) [Zorunlu Değil]
- Proje kapsamında yeni kullanıcı kazanımı/satış/görünürlük artışı sağlandı mı? Varsa, farklı dönemlerdeki kullanıcı sayılarını paylaşabilir misiniz? [Zorunlu Değil]
- *Sadece Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk bölümü için yanıtlandırılacaktır. Projenin çözüm sağladığı herhangi bir toplumsal çözüm var mı? Var ise çözüm oranı nedir? [Zorunlu Değil]

Gerekli Materyaller

► Bu kısma projeniz ile ilgili link, görsel, video, case study gibi ekstra bileşenler yüklenecektir.

- Case Video: Ödül programındaki soruların yanıtlarına ek olarak 100 megabyte ve 2 dakikayı geçmeyecek şekilde case videosu yükleyebilirsiniz. (mpeg4, 1920×1080) (Youtube ya da Vimeo linki olmalıdır, diğer linkler kabul edilmez.) [Zorunlu Değil]
- Kapak Görseli: Projenizi en iyi anlatan ve kazanması halinde sahneye yansıtılacak sabit görsel veya yoksa logonun görseli. (Başvurular kapandıktan sonra sisteme yüklenen görseller değiştirilmeyecektir.) (.jpeg, yatay, 1920×1080, 300dpi) [zorunlu alan]
- Diğer Görseller: Tanesi 2 MB'ı geçmeyecek şekilde en fazla 8 görsel sıkıştırılmış (.zip) olacak şekilde yükleyebilirsiniz. (.jpeg, yatay, 1920×1080, 300dpi) [Zorunlu Değil]
- Diğer belgeler: Görseller ve videolar haricinde jürinin projenizi anlamasını ve doğru değerlendirmesini kolaylaştıracak malzemelerin veya çalışmaların bulunduğu belgeler. (En fazla 2 adet, pdf formatında word dosyası/ppt sunum, excel dosyası olmalı.) [Zorunlu Değil]

KATEGORİLER

New Generation Awards 2 farklı bölümde 7 ana kategoriden ve 36 farklı alt kategoriden oluşur.

1) Yapay Zeka Bölümü

a) Sektörel Kategoriler

► Sağlık Hizmetleri

Bu kategori, pazarlama hedefleri doğrultusunda sağlık hizmetlerinin kalitesini ve erişilebilirliğini artıran yapay zekâ çözümlerini ödüllendirir.

► Finans

Bu kategori, bankacılık, sigorta, leasing, factoring gibi finans sektöründe hizmet veren markaların pazarlama problemlerinin çözümü amacı ile yapay zekâ kullanımını ödüllendirir.

► E-Ticaret

Bu kategori, e-ticaret satış kanalları üzerinden tüketicilere doğrudan ulaşan markaların pazarlama faaliyetleri için en etkili ve verimli yapay zekâ çözümünü geliştiren projeyi ödüllendirilir.

► B2B

Bu kategori kapsamında; işletmeden işletmeye pazarlama alanında kurgulanan yapay zekâ odaklı teknoloji fikirleri ödüllendirilir.

b) Alan Kategorileri

► Medya Teknolojileri

Bu kategoride bir markanın hedef kitlesine ulaşma yolculuğundaki medya kullanımları veya uygulamaları için (medya planlama, satın alma, medya stratejisi ve benzeri tüm alanlar) en etkili ve verimli yapay zekâ çözümü ödüllendirilir.

► Dijital Deneyim Tasarımı

Bu kategoride pazarlama hedefleri doğrultusunda potansiyel veya halihazırdaki müşteriler için yaratılan yapay zekâ odaklı deneyim ile müşterinin marka ile iletişimini kolaylaştırmayı veya müşteri bağlılığını sağlamayı temel hedefi olarak belirleyen projeler yarışabilir.

► Omni Channel Kullanımlar

Bu kategori kapsamında müşteriler için tüm kanallarda (fiziksel mağazalar, çevrimiçi platformlar, sosyal medya ve diğer kanallar) sorunsuz bir müşteri deneyimi sağlanması için en etkili ve verimli çözümü sunan veya çözüm olan teknolojiye destekleyici unsurlar sağlayan yapay zekâ kullanımı ödüllendirilir. Bir müşterinin nasıl ve nereden eriştiğine bakmaksızın, entegre ve bağlı bir müşteri deneyimi meydana getirecek bir şekilde pazarlama, satış ve hizmete yönelik yapay zekâ kullanımı kategoriye dahildir.

► Mobil Odaklı Yapay Zekâ Tasarımı

Bu kategori kapsamında; akıllı telefon, tablet ya da giyilebilir cihazların doğasına uygun iletişim çalışmaları için gerçekleştirilen yapay zekâ kullanımı ödüllendirilir. Mobil işletim sistemleri üzerinde çalıştırılmak üzere

geliştirilen ve başlı başına bir ürün olmayan yapay zekâ kullanımları da bu kategoriye dahildir.

► Ölçümleme

Bu kategori kapsamında; raporlama ve ölçümleme konularında proje çıktılarını izlemeye yönelik, en etkili ve verimli yapay zekâ çözümünü geliştiren proje ödüllendirilir.

c) Özel Kategoriler

► Yapay Zekâ ile Verinin Toplanması

Bu kategoride yarışacak kampanyaların ortak özelliği, kampanyanın daha önce var olmayan bir veriyi marka adına üretme gücüne sahip olmasıdır.

► Verinin İlgörüye Dönüştürülmesi

Bu kategori; yapay zekânın müşteri verilerini analiz etme ve bu bilgileri pazarlama stratejilerine dönüştürme yeteneğine odaklanır. Müşteri içgörülerini ve davranış analizleri, kişiselleştirilmiş pazarlama ve hedefleme, tahmine dayalı analizler gibi alanlarda yenilikçi uygulamaları içerir.

► Üretken Yapay Zekâ Kullanımı

Bu kategori, proje kapsamında oluşturulan üretken yapay zekâ (görsel, müzik, metin, senaryo, varyasyon, animasyon vb.) çıktılarının, pazarlama hedefine ulaşmak için yaratıcı ve başarılı biçimde kullanılması ile gerçekleştirilen çalışmaları ödüllendirir. Bu kategoriye başvuran işler, aynı özellik ile "Sanal Asistan ve Influencer" kategorisine başvuramaz.

► Sürdürülebilirlik ve Sosyal Sorumluluk

Bu kategori, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirliğin tüm alt alanlarında, insan (eğitim, yoksulluk, engelsiz yaşam hakkı, cinsiyet eşitliği, toplum yararı ve benzeri tüm konular) ve çevre (yerel kalkınma, iklim, hayvan hakları, enerji, gıda, temiz su ve benzeri tüm konular) odaklı yapay zekâ kullanımını ödüllendirir.

► Sanal Asistan ve Influencer

Bu kategoride, markaların veya kurumların mevcut ya da potansiyel kitleleri ile insansız olarak; daha hızlı iletişime geçmesini veya sosyal medya ve ilgili tüm dijital kanallar üzerinde etkileşim yaratmasını sağlayan, yapay zekâ temelli botlar değerlendirilecektir. Bu kategoriye başvuran işler, aynı özellik ile "Üretken Yapay Zekâ Kullanımı" kategorisine başvuramaz.

2) Trendler Bölümü

a) Podcast ve Sesli İçerik

► En İyi Branded Podcast (Marka Tarafından Üretilen Podcast)

Bu kategori, markaların hedef kitleleriyle derinlemesine bağ kurmak için ürettiği en başarılı podcast içeriklerini ödüllendirir. Hikaye anlatımı, içerik kalitesi, dinleyici etkileşimi ve stratejik pazarlama yaklaşımıyla öne çıkan branded podcast'ler değerlendirilecektir.

► En İyi Multi-Platform Podcast Kampanyası (YouTube, Spotify, Apple Podcasts vb.)

Bu kategori, podcast içeriklerini birden fazla platformda başarılı bir şekilde konumlandırarak geniş kitlelere ulaştıran kampanyaları ödüllendirir. Başvurular; YouTube, Spotify, Apple Podcasts ve diğer dijital kanallar üzerinden nasıl entegre bir strateji yürütüldüğü, dinleyici etkileşimi, erişim başarısı ve marka uyumu gibi kriterler çerçevesinde değerlendirilecektir.

► **En İyi Native Advertising Kullanımı (Podcast içinde doğal reklam)**

Bu kategori, podcast içeriklerinde markaların doğal, akıcı ve dinleyici deneyimini bozmadan entegre ettiği en başarılı native advertising uygulamalarını ödüllendirir. Değerlendirme; reklamın içeriğe uyumu, hikâye anlatımıyla entegrasyonu, marka mesajının organik bir şekilde dinleyiciye aktarılması ve etkileşim başarısı gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► **En Başarılı Podcast ile Dönüşüm Odaklı Kampanya (Satış, abone, trafik artırma vb.)**

Bu kategori, podcast'i sadece bir içerik formatı olarak değil, aynı zamanda güçlü bir pazarlama ve dönüşüm aracı olarak kullanan markaları ve kampanyaları ödüllendirir. Değerlendirme; podcast'in satış, abone kazanımı, web trafiği artırma veya belirlenen diğer iş hedeflerine nasıl katkı sağladığına odaklanacaktır.

► **En Başarılı Podcast Sponsorluğu (En iyi sponsorlu iş birliği)**

Bu kategori, markaların podcast yayıncılarıyla gerçekleştirdiği en başarılı sponsorlu iş birliklerini ödüllendirir. Değerlendirme; sponsorluğun podcast içeriğine uyumu, marka mesajının doğal ve etkili şekilde entegre edilmesi, dinleyici etkileşimi ve kampanyanın ticari/stratejik başarısı gibi kriterler üzerinden yapılacaktır. Podcast ekosistemine değer katan, özgün ve yaratıcı sponsorluk projeleri bu kategoride öne çıkacaktır.

► **Yapay Zeka Destekli Podcast Deneyimi**

Bu kategori, yapay zekayı kullanarak podcast deneyimini dönüştüren yenilikçi projeleri ödüllendirir. AI destekli içerik üretimi, ses sentezi, kişiselleştirilmiş dinleyici önerileri, interaktif sesli asistan entegrasyonu veya veri analitiği gibi teknolojileri yaratıcı bir şekilde podcast ekosistemine entegre eden projeler değerlendirilecektir.

► **En İyi Sürdürülebilirlik Odaklı Podcast İş Birliği**

Bu kategori, sürdürülebilirlik, çevresel farkındalık ve sosyal sorumluluk konularını odağına alan en başarılı podcast iş birliklerini ödüllendirir. Değerlendirme; markalar ve podcast yayıncıları arasındaki iş birliğinin sürdürülebilirlik mesajını ne kadar etkili ilettiği, toplumsal farkındalık yaratma gücü, dinleyici etkileşimi ve ölçümlenebilir etkisi gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

b) "Snackable Content" (Hızlı tüketilen, kısa ama etkili içerikler)

► **En Başarılı Kısa Video Kampanyası (TikTok, Reels, YouTube Shorts)**

Bu kategori, kısa formatlı video içeriklerini (TikTok, Instagram Reels, YouTube Shorts) en etkili şekilde kullanarak geniş kitlelere ulaşan, etkileşim yaratan ve marka mesajını güçlü bir şekilde aktaran kampanyaları ödüllendirir. Bu kategoride minimum 2 farklı mecranın kullanılması/kombinasyonu neticesinde ortaya çıkan projeler ödüllendirilir.

► En İyi Snackable İçerik ile Ürün Lansmanı

Bu kategori, bir ürün veya hizmetin tanıtımı için kısa ve etkili içeriklerden faydalanan en başarılı lansman kampanyalarını ödüllendirir. Değerlendirme; lansman sürecinde snackable content'in nasıl stratejik olarak kullanıldığı, hedef kitle üzerindeki etkisi, viral potansiyeli ve satış ya da bilinirlik üzerindeki katkısı gibi faktörler üzerinden yapılacaktır.

► En İyi TikTok Snackable İçerik Stratejisi

Bu kategori, TikTok'un dinamik ve trend odaklı yapısını en iyi şekilde kullanarak, yaratıcı ve etkili snackable içerikler üreten markaları ödüllendirir. Kampanyalar; özgünlük, marka mesajının eğlenceli ve doğal entegrasyonu, trend kullanımı, kullanıcı etkileşimi ve viral olma potansiyeli gibi kriterler doğrultusunda değerlendirilecektir.

► En Başarılı Instagram Snackable Reels / Stories Kullanımı

Bu kategori, Instagram Reels ve Stories formatlarını en iyi şekilde kullanarak markalar ve toplulukları arasında güçlü bir bağ kuran kampanyaları ödüllendirir. Hikâye anlatımı, etkileşim yaratma gücü, kreatif kullanımı ve marka stratejisine olan uyumu değerlendirme kriterleri arasında yer alacaktır.

► En Başarılı Sosyal Etki Yaratan Snackable Content

Bu kategori, toplumsal farkındalık oluşturan, sosyal sorumluluk projelerine katkı sağlayan veya ilham veren kısa içeriklerle etki yaratan kampanyaları ödüllendirir. Değerlendirme; içeriğin toplumsal veya çevresel konularda farkındalık yaratma gücü, izleyici üzerindeki etkisi, paylaşım ve katılım oranları gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

c) Influencer

► En Başarılı Marka-Influencer İş Birliği

Bu kategori, platform farkı gözetmeksizin, markalar ve influencer'lar arasındaki en etkili, sonuç odaklı ve yaratıcı iş birliklerini ödüllendirir. Değerlendirme; kampanyanın stratejik kurgusu, marka mesajının influencer içeriğiyle doğal entegrasyonu, hedef kitle üzerindeki etkisi ve kampanya performansı gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► Sürdürülebilir Influencer Başarısı

Bu kategori, kısa vadeli kampanyalar yerine uzun soluklu ve kalıcı bir etki yaratan influencer stratejilerini ödüllendirir. Değerlendirme; influencer'ın marka ile sürekliliği, otantik iletişim dili, takipçi güveni ve sürdürülebilir iş birliği modeli gibi faktörler üzerinden yapılacaktır.

► **En Etkili Mikro-Influencer Kampanyası (10K-100K takipçili)**

Bu kategori, mikro-influencer'ların (10K-100K takipçili) daha niş ve sadık bir kitleyle nasıl güçlü etkileşim yarattığını gösteren kampanyaları ödüllendirir. Değerlendirme; mikro-influencer'ların takipçi güveni, organik erişim, dönüşüm oranları ve marka ile içerik uyumu gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► **En İyi Nano-Influencer Stratejisi (10K altı takipçili)**

Bu kategori, 10K altı takipçili nano-influencer'ların samimi ve güçlü topluluk bağlarıyla oluşturduğu en başarılı iş birliklerini ödüllendirir. Değerlendirme; takipçi sadakati, özgün içerik üretimi, yüksek etkileşim oranları ve kampanyanın hedef kitle üzerindeki etkisi üzerinden yapılacaktır.

► **En Başarılı Influencer ile Dönüşüm Odaklı Kampanya**

Bu kategori, influencer iş birlikleriyle satış, web trafiği, abone kazanımı veya uygulama indirme gibi dönüşüm hedeflerine en etkili şekilde ulaşan kampanyaları ödüllendirir. Kampanyalar; performans metrikleri, ROI (yatırım getirisi), CTA (eyleme teşvik) stratejisi ve marka mesajının etkin kullanımı açısından değerlendirilecektir.

► **En İyi B2B Influencer Kampanyası**

Bu kategori, iş dünyasına yönelik etkili influencer iş birliklerini ödüllendirir. LinkedIn, YouTube ve diğer platformlarda B2B hedef kitlelere ulaşan, marka bilinirliği ve otorite inşasında başarılı olan kampanyalar değerlendirilecektir.

► **En İyi TikTok Influencer Kampanyası**

Bu kategori, TikTok'un dinamik ve trend odaklı yapısını en iyi şekilde kullanarak etkili bir influencer stratejisi oluşturan kampanyaları ödüllendirir. Değerlendirme; trend kullanımı, viral etki, kullanıcı katılımı ve marka entegrasyonu gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► **En İyi Instagram Influencer Kampanyası**

Bu kategori, Instagram'daki influencer iş birlikleri arasında en yaratıcı ve etkili olanları ödüllendirir. Hikâyeler, Reels ve post içerikleriyle yüksek etkileşim yaratan, hedef kitle ile güçlü bağ kuran kampanyalar değerlendirilecektir.

► **En İyi YouTube Influencer İş Birliği**

Bu kategori, YouTube içerik üreticileriyle gerçekleştirilen en başarılı marka işbirliklerini ödüllendirir. Uzun formatlı içeriklerde etkili hikâye anlatımı, doğal marka entegrasyonu, izlenme süresi ve etkileşim oranları gibi kriterler değerlendirme ölçütleri arasında yer alacaktır.

► **En Etkili LinkedIn Influencer Kullanımı**

Bu kategori, LinkedIn platformunda etkili içerik üreterek markalar için farkındalık yaratan, liderlik

konumlandırması sağlayan ve B2B hedef kitleleriyle güçlü bir bağ kuran influencer kampanyalarını ödüllendirir.

► **En Yaratıcı Twitch / Gaming Influencer Kampanyası**

Bu kategori, Twitch ve diğer oyun platformlarında gerçekleştirilen en yaratıcı influencer iş birliklerini ödüllendirir. Canlı yayın entegrasyonu, izleyici katılımı, interaktif içerik kurgusu ve marka mesajının doğal entegrasyonu gibi kriterler değerlendirme kapsamında olacaktır.

► **En İyi Podcast & Sesli İçerik Influencer İş Birliği**

Bu kategori, podcast ve diğer sesli içerik formatlarında influencer iş birliklerini en başarılı şekilde kullanan kampanyaları ödüllendirir. Değerlendirme; sesli içerik formatının gücü, dinleyici sadakati, marka mesajının organik entegrasyonu ve etkileşim oranları gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

d) Perakende Medya

► **Perakende Medyada Veri Kullanımı**

Bu kategori, perakende medya alanında veriyi en iyi şekilde kullanarak hedef kitleye ulaşan, müşteri yolculuğunu optimize eden ve ölçümlenebilir başarı elde eden projeleri ödüllendirir. Değerlendirme; veri analitiği, hedefleme stratejileri, yapay zeka kullanımı, kişiselleştirme ve kampanya performansı gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► **Onsite Perakende Medya**

Bu kategori, markaların perakendecilerin dijital platformları (web siteleri, mobil uygulamalar vb.) üzerinde gerçekleştirdiği en başarılı onsite reklam ve pazarlama kampanyalarını ödüllendirir. Kampanyalar; banner reklamları, ürün önerileri, sponsorlu içerikler ve diğer onsite medya uygulamalarındaki yaratıcılık, kullanıcı deneyimi ve satışa etkisi açısından değerlendirilecektir.

► Offsite Perakende Medya

Bu kategori, perakendecilerin sahip olduğu müşteri verisini kullanarak dış platformlarda (sosyal medya, programatik reklamlar, e-posta pazarlaması vb.) gerçekleştirilen en başarılı offsite medya kampanyalarını ödüllendirir. Kampanyalar; doğru hedefleme, kişiselleştirilmiş mesaj kullanımı ve dönüşüm başarısı gibi kriterlere göre değerlendirilecektir.

► Endemic Perakende Medya

Bu kategori, perakende medya ekosisteminde, doğrudan perakendecinin sattığı ürün veya hizmet kategorisinde yer alan markaların gerçekleştirdiği en başarılı kampanyaları ödüllendirir. Kampanyalar; perakendeci-marka işbirliğinin gücü, içerik uyumu, müşteri deneyimi ve satış performansı açısından değerlendirilecektir.

► Non Endemic Perakende Medya

Bu kategori, doğrudan perakendecinin sattığı ürün veya hizmet kategorisinde yer almayan ancak perakende medya envanterini başarıyla kullanan markaların gerçekleştirdiği kampanyaları ödüllendirir. Yaratıcılık, hedefleme stratejisi ve marka-perakendeci uyumu gibi kriterler değerlendirme kapsamında olacaktır.

► Fiziksel Satış Noktalarında Yenilik

Bu kategori, fiziksel mağazalarda veya satış noktalarında müşteri deneyimini iyileştiren, operasyon verimliliğini veya satışları artıran ve perakende medya stratejilerini inovatif bir şekilde kullanan projeleri ödüllendirir. Dijital ekranlar, akıllı raflar, artırılmış gerçeklik uygulamaları ve interaktif deneyimler gibi fiziksel alanı güçlendiren yenilikçi uygulamalar değerlendirilecektir.

► Omni-Channel Retail Medya Kampanyası

Bu kategori, fiziksel ve dijital perakende ortamlarını entegre ederek tüketiciye kesintisiz bir alışveriş deneyimi sunan en başarılı omni-channel retail medya kampanyalarını ödüllendirir. Kampanyalar; çoklu kanal uyumu, müşteri yolculuğunu optimize etme başarısı, veri entegrasyonu ve satışa etkisi gibi kriterlere göre değerlendirilecektir.

e) Topluluk Odaklı Pazarlama

► En İyi Discord / Telegram / WhatsApp Topluluk Stratejisi

Bu kategori, markaların Discord, Telegram ve WhatsApp gibi kapalı topluluk platformlarında gerçekleştirdiği en başarılı pazarlama ve iletişim stratejilerini ödüllendirir. Değerlendirme; topluluk yönetimi, etkileşim oranları, sadık bir kitle oluşturma başarısı ve içerik stratejisi gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► En Başarılı Markalı Etkinlik / Topluluk Buluşması

Bu kategori, markaların fiziksel veya dijital ortamda düzenlediği topluluk buluşmaları, etkinlikler ve deneyim odaklı organizasyonlar arasındaki en başarılı projeleri ödüllendirir. Değerlendirme; etkinlik konsepti, katılımcı etkileşimi, marka sadakatine katkısı ve sosyal medya yansımaları gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► **En İyi Kullanıcı Üretimli İçerik (UGC) Kampanyası**

Bu kategori, topluluk üyelerini içerik üretmeye teşvik eden, organik katılımı artıran ve marka bilinirliğine katkı sağlayan en başarılı kullanıcı üretimli içerik (UGC) kampanyalarını ödüllendirir. Kampanyalar; içerik kalitesi, yaratıcılık, kullanıcı katılım oranı ve marka ile olan uyumu açısından değerlendirilecektir.

► **Topluluğu Sosyal Fayda için En İyi Kullanan Kampanya**

Bu kategori, topluluk gücünü kullanarak toplumsal bir soruna dikkat çeken, sosyal etki yaratan ve katılımı teşvik eden en başarılı kampanyaları ödüllendirir. Değerlendirme; kampanyanın ulaştığı kitle, yarattığı gerçek değişim, topluluk katılımı ve mesajın gücü gibi kriterler üzerinden yapılacaktır.

► **En Etkili Sürdürülebilirlik Odaklı Topluluk Hareketi**

Bu kategori, sürdürülebilirlik konularında farkındalık yaratan, toplulukları harekete geçiren ve çevresel ya da sosyal sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sağlayan en etkili projeleri ödüllendirir. Değerlendirme; topluluk katılım oranı, kampanyanın uzun vadeli etkisi, sosyal veya çevresel faydası ve marka ile uyumu gibi kriterlere göre yapılacaktır.

ÖDEME VE FATURA

Dekont: Başvurunuzun ödemesine ait dekontu, panelde bulunan ilgili bölüme yüklemeniz gerekmektedir. .

Fatura Bilgileri: Başvuru panelinde ilgili bölüme başvuru ödemesinin yapıldığı şirketin ticari unvan, adres, vergi dairesi ve vergi numarası bilgilerini giriniz.

Hesap Bilgileri:

QNB Finansbank

PAZARLAMASYON EĞİTİM DANIŞMANLIK ORGANİZASYON TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

TR12 0011 1000 0000 0091 2347 09

Yapı Kredi

PAZARLAMASYON EĞİTİM DANIŞMANLIK ORGANİZASYON TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ

TR720006701000000073433525

İLETİŞİM

Tüm sorularınız için bizimle iletişime geçebilirsiniz.

etkinlik@pazarlamasyon.com

0216 759 04 42

