

Template formular de înscriere GSC 2025_Categoria B_ Campanii sociale

Acest document are doar rol de prezentare.

Vă rugăm să completați formularul online pe contul creat

pe www.galasocietatiicivile.ro, secțiunea Înscrie un proiect.

Acest template de formular este valabil pentru **Categoria B - secțiunea Campanii sociale**. Definiția secțiunii poate fi consultată aici: <https://www.galasocietatiicivile.ro/page/competitie.html#B3>

Formularul este împărțit în nouă pași, pentru completarea lui este necesar să accesați toți pașii și să introduceți informații relevante despre proiect, mai ales în câmpurile obligatorii (notate cu *).

Sunt eligibile campaniile de comunicare care s-au desfășurat în perioada **1 ianuarie - 31 decembrie 2024**. O campanie trebuie să prezinte un mix bogat de medii și canale de comunicare (print-uri, spot-uri radio sau TV, website-uri, platforme de social media, influencer marketing, campanii digitale, execuții de PR, etc.)

! Înscrierile din această secțiune vor fi evaluate de către o echipă formată din specialiști în marketing și publicitate.

Vă recomandăm să salvați în documentul word datele pentru fiecare pas din formularul de înscriere, înainte de a transfera informația în platforma online. (sesiunea serverului este de aproximativ 15 minute).

Formularul de înscriere se completează în limba română, cu diacritice.

Pasul 1 - Titlul campaniei

Titlul campaniei

Selectarea secțiunii: *Campanii sociale*

Pasul 2 - Date generale despre campanie

*1. Autorul campaniei:

*2. Clientul pentru care a fost făcută campania:

3. Brandul pentru care a fost făcută campania:

4. Enumerați alte agenții sau organizații implicate, dacă este cazul [**maxim 1.600 de caractere cu spații**]

Perioada în care s-a derulat campania:

*5. Data de începere

*6. Data de încheiere

Precizați acoperirea geografică a campaniei:

*7. Acoperire: Locală / Județeană / Regională / Națională / Internațională

*8. Orașe / Județe [maxim 1.600 de caractere cu spații]

*9. Prezentați pe scurt în ce a constat campania: nevoile identificate, obiectivele vizate, strategia și rezultatele obținute. Rezumatul va apărea pe site-ul și canalele Social Media ale Galei Societății Civile, The Institute și în alte materiale de comunicare ale competiției sau ale partenerilor GSC.
! Detalierea informațiilor se face în următoarele câmpuri. [maxim 1.800 de caractere cu spații]

10. URL campanie (linkul public al campaniei):

Pasul 3 - Relevanța campaniei (contextul)

*1. Prezentați pe scurt contextul inițierii campaniei (background, scopul & necesitatea acesteia).
[maxim 850 de caractere cu spații]

*2. Precizați care au fost principalele 3 obiective ale campaniei? [maxim 600 de caractere cu spații]

*3. Care a fost publicul țintă al campaniei? Descrieți pe scurt audiența și beneficiarii direcți sau indirecti ai acesteia, folosind repere demografice, culturale etc. [maxim 850 de caractere cu spații]

*4. Descrieți strategia de creație și de media a campaniei. Și modul în care a fost implementată aceasta. [maxim 2.500 de caractere cu spații]

Pasul 4 - Rezultatele campaniei (Eficacitatea)

*1. Prezentați impactul și rezultatele campaniei. Includeți toate rezultatele relevante pentru mixul de marketing și comunicare utilizat. Raportați rezultatele la obiectivele setate. [maxim 2.500 de caractere cu spații]

2. Prezentați alte informații relevante care ar fi putut contribui la rezultatele obținute. [maxim 850 de caractere cu spații]

Pasul 5 - Bugetul campaniei

*1. Bugetul total al campaniei (suma bugetului media și a costurilor de producție):

Câmp de selecție:

< 5.000 Euro

5.000 - 10.000 Euro

10.000 - 25.000 Euro

25.000 - 50.000 Euro

> 50.000 Euro

2. Prezentați alte informații relevante legate de bugetul campaniei, dacă este cazul. [maxim 850 de caractere cu spații]

Pasul 6 - Evaluarea campaniei

1. Care au fost obstacolele majore întâmpinate pe durata implementării campaniei? **[maxim 850 de caractere cu spații]**
2. Prezentați alte informații relevante despre campanie, dacă este cazul. **[maxim 1.000 de caractere cu spații]**

Pasul 7 - Comunicarea proiectului și anexe

- *1. Pe ce medii de comunicare a fost promovată campania? (precizați minim 3 medii de comunicare diferite, fie online sau offline)
[exemple: TV, Radio, Print, OOH, Events/BTL, Mobile Apps, Mobile Campaigns, Websites, Social Media, Campanii digitale, Execuții de PR etc.]
- *2. Încărcați în câmpurile de mai jos cinci exemple de materiale creative sau materiale de suport din cadrul campaniei [.jpg, .gif, .png, .pdf]
 - *Upload 1
 - *Upload 2
 - *Upload 3
 - *Upload 4
 - *Upload 5
- *3. Completați în următoarele 5 câmpuri link-uri cu alte execuții creative din campanie. (exemple: spot TV, Radio, Events/BTL, PR materials etc.) **(min. 3 – max. 5 câmpuri). !Nu sunt acceptate arhive sau link-uri de transfer.**

Pasul 8 - Date despre autor

- pentru a putea comunica proiectul către publicul larg:

Vă rugăm să completați câteva date despre autorul campaniei

- *1. Nume agenție / organizație
- *2. O scurtă descriere a activității agenției / organizației: **[maxim 500 de caractere cu spații]**
- *3. Prezentați în max. 300 de caractere (cu spații) cea mai scurtă descriere a campaniei înscrise. Fraza va fi folosită în cadrul evenimentului de premiere și pe canalele social media ale GSC. **[maxim 300 de caractere cu spații]**
- *4. Încărcați în câmpurile specificate logo-ul organizației [.jpg, .gif, .png] și CUI sau CIF [.pdf].

Pasul 9 - Date logistice despre organizator

(sunt preluate automat din formularul de cont, profil GSC)

- *1. Forma de organizare

- *2. Nume organizație
- *3. Acronim organizație
- *4. Anul înființării organizației
- *5. Adresă organizație
- *6. Județ
- *7. E-mail organizație
- *8. Telefon organizație
- *9. Website organizație

De completat în plus:

Date de contact aplicant – persoana cu care vor ține legătura organizatorii pe întreaga perioadă a competiției:

Nume aplicant:

Funcție:

E-mail:

Telefon:

Persoană de contact din cadrul agenției / organizației - contact de rezervă, diferit de persoana care aplică:

Nume persoană de contact:

Funcție:

E-mail:

Telefon: