TIEDOTUSVÄLINEILLE 17.8.2004
VAPAA JULKAISTAVAKSI

Mainonnan tuloksellisuutta palkitseva AdProfit-kilpailu käynnistyi

Markkinointiviestinnän alan keskeisten liittojen perustama ja mainostajien arvostama AdProfit-kilpailu käynnistyi. AdProfit-kilpailutöitä arvioidaan mainonnan tavoitteiden saavuttamisen perusteella. Aiemmissa kilpailuissa palkitut mainostajat puhuvat strategian ja suunnitelmallisuuden tärkeydestä. – Uskon, että tuloksellisten kampanjoiden palkitseminen kannustaa entistä strategialähtöisempään mainonnan suunnitteluun ja toteutukseen, sanoo toimitusjohtaja Pekka Pirinen, Oy Gustav Paulig Ab. – Pienempikin yritys voi saada aikaan loistavia tuloksia panostamalla suunnitelmalliseen ja kustannustehokkaaseen mainoskampanjaan, toteaa puolestaan toimitusjohtaja Terttu Pulkkinen, Pierre Cavallo Oy.

Kilpailutöiden palautus lokakuun alkuun mennessä
AdProfit-kilpailuun voivat kampanjoillaan osallistua Suomessa toimivat mainostajat ja/tai mainostoimistot yhteistyössä mainostajan kanssa. Sarjoja on kaksi: a) Uutuustuotteet, -palvelut, -merkit ja uudet yritykset ja b) Markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset.

Kolmivaiheinen valintaprosessi
Alkukarsinnan tekevät esituomaristot, joissa on edustettuna mainostajia, mainonnan suunnittelijoita, mediasuunnittelijoita sekä tutkimuksen, opetuksen että median edustajia. Kilpailun asiantuntijatuomaristot kokoaa TNS Gallup Oy, joka vastaa myös shortlistalle päässeiden kilpailutöiden tutkimisesta.

Voittajat valitsee alan monipuolista asiantuntemusta edustava ylituomaristo, jonka puheenjohtajana toimivat vuorovuosina AdProfit-kilpailun järjestävien yhteisöjen edustajat. Tänä vuonna tehtävässä on Suomen Radioiden Liiton edustaja, toimitusjohtaja **Petri Manninen**, Radio Nova, joka kiteyttää kilpailun luonteen: ”Tulokset ratkaisevat. Megaluokan panostuksia ei vaadita – tärkeintä on, että kampanja on saavuttanut sille asetetut tavoitteet”.

Palkinnot ja julkistus
AdProfit-kilpailun voittajat kummassakin sarjassa saavat 16 820 euron palkintosumman jaettavaksi voittaneen tiimin jäsenille. Lisäksi jaetaan 2000 euron erikoispalkinto innovatiivisesta mediaratkaisusta. Tulokset julkistetaan 13.1.2005. Short-lista julkistetaan marraskuussa järjestettävän ajankohtaisseminaarin yhteydessä. Menestyneet kampanjat kootaan AdProfit – toimivampaa mainontaa -kirjaan.

Järjestäjät
AdProfit-kilpailun järjestävät yhteistyössä Aikakauslehtien Liitto, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Sanomalehtien Liitto, Suomen Kaupallisten Televisioiden Liitto, Suomen Radioiden Liitto, Suomen Suoramarkkinointiliitto sekä Suomen Ulkomainosliitto.

Aiemmat AdProfit-voittajakampanjat:

”Kurko – Long Drink of Finland -lanseeraus” Oy Sinebrychoff Ab / Taivas Hel Oy
"Olisihan se pitänyt arvata" Pierre Cavallo Oy / Dynamo Oy
”Frezza mocha -lanseeraus” Oy Gustav Paulig Ab / DDB Helsinki
”Replacing Luck” Suunto Oy / hasan & partners
”Reilun kaupan banaanilanseeraus” Reilun kaupan edistämisyhdistys / Mainostoimisto Skandaali Oy
”Gigantti Oy:n lanseeraus” Gigantti Oy / hasan & partners
”Kekkilä-brandin uudelleenasemointi” Kekkilä Oyj / Kaisaniemen Dynamo Oy
”Ota riski – rakastu suomenruotsalaiseen” Hufvudstadsbladet / Kaisaniemen Dynamo Oy
”Bravuuri ja Coloratuuri” Canon Oy / SEK & Grey Oy
”Lambi” Metsä-Tissue Oyj / Incognito Oy
”Pääsiäiskampanja” Suomen Posti / SEK & Grey Oy

Lisätietoja: www.adprofit.fi
Toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, Mainostajien Liitto, puh. (09) 686 08417, 040 5080607