AdProfit

TIEDOTUSVÄLINEILLE
22.11.2005 klo 13

AdProfit 2005 -kilpailun shortlista selvillä: 11 työtä jatkoon

Tuloksellista mainontaa palkitsevan AdProfit-kilpailun shortlista on valittu. Moniportaisen arviointiprosessin jälkeen voitosta kilpailee 11 kampanjaa, neljä A-sarjassa (lanseeraukset) ja seitsemän B-sarjassa (markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset). Lopulliset tulokset julkistetaan 12. tammikuuta 2006. Palkinto on kummassakin sarjassa 16 820 euroa.

Tämänvuotiseen AdProfit-kilpailuun osallistui yhteensä 51 työtä, joista 14 A-sarjaan (lanseeraukset) ja 37 B-sarjaan (markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset).

Tuloksellisuus ratkaisee
Kilpailun tavoitteena on kiinnittää huomiota kampanjoiden niiden tuloksellisuuteen, joka on töiden tärkein arviointikriteeri. Kilpailutyön on osoitettava selvä yhteys tuloksen parantumiseen tai annettava kiistaton näyttö muusta tuloksellisuudesta. Olennaista on, että asetetut tavoitteet on saavutettu ja että tätä voidaan tulosten perusteella luotettavasti arvioida.

Loppukilpailussa ovat seuraavat työt:
A-sarjassa (lanseeraukset) shortlistalle ovat päässeet (suluissa mainostoimisto)
- Oy Air Finland Ltd: Nauti lomastasi jo lennolla (Dynamo Advertising Oy)
- iittala oy/Arabia: KoKo – KoKoa vapaasti (Kirnauskis 2.0)
- Pfizer Oy: Lyrica-lanseeraus (Mainostoimisto PHS)
- Sin City: Serpent by Stefan Lindfors (Mainostoimisto PHS)

B-sarjan (markkinoilla jo olevat tuotteet, palvelut, merkit ja yritykset) shortlistalaiset ovat
- Alma Media Interactive Oy: Sinne ne vaihtoautot menneet on (SEK & GREY Oy)
- Fazer Makeiset Oy: Panthour-kampanja (hasan & partners)
- Finnet Oy: Elämä on (Mainostoimisto PHS)
- Gustav Paulig Oy: Paulig Juhla Mokka (SEK & GREY Oy)
- Nokian Jalkineet Oy: Hai elää (Adsek Oy)
- Saarioinen Oy: Äitien tekemää ruokaa (Bob Helsinki)
- Vepsäläinen: Tositarkoituksella jo toista vuotta (Dynamo Advertising Oy)

Moniportainen arviointiprosessi
Kilpailutöiden esikarsinnasta ja shortlistan valinnasta vastasi kolme esituomaristoa, jotka koostuivat markkinoijista, mainonnan suunnittelijoista sekä mediasuunnittelun, tutkimuksen, opetuksen ja medioiden edustajista. Esituomarit arvioivat kilpailutyöt ottaen huomioon niiden strategian, toimenpiteet, budjetin ja tulokset suhteessa asetettuihin tavoitteisiin.

Tämän jälkeen TNS Gallup Oy tutkii shortlistakampanjat kohderyhmää mahdollisimman hyvin vastaavalla otoksella. Kilpailun lopullisen ratkaisun tekee ylituomaristo.

Voittajat julkistetaan tammikuussa 2006
AdProfit 2005:n palkinnot jaetaan 12. tammikuuta 2006. Kilpailun lopullisen ratkaisun tekee ylituomaristo, jonka jäsenet ovat brändijohtaja **Siru Heino,** Oy Gustav Paulig Ab, toimitusjohtaja **Annukka Kivikari**/Pool Media International Oy, KTM **Ulla Hakala**/Turun Kauppakorkeakoulu, toimitusjohtaja **Heikki Kauppila**/BBDO Helsinki Oy, kehitysjohtaja **Topi Jurvanen**/Consumer Compass - Kuluttajatieto Oy ja toimitusjohtaja **Juha-Pekka Louhelainen**, Oy Ruutunelonen Ab. Ylituomariston puheenjohtaja on Suomen Suoramarkkinointiliiton puheenjohtaja, markkinointi- ja brändijohtaja **Kaisu Holopainen**, Tapiola-ryhmä.

AdProfit – toimivampaa mainontaa -kilpailun järjestäjät:
Aikakauslehtien Liitto, Mainostajien Liitto, Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL, Outdoor Finland - Suomen Ulkomainosliitto, Sanomalehtien Liitto, Suomen Televisioiden Liitto, Suomen Radioiden Liitto ja Suomen Suoramarkkinointiliitto

Lisätiedot:
Mainostajien Liitto, toimitusjohtaja Ritva Hanski-Pitkäkoski, p. (09)6860 8417 tai 040 5080607
Mainostajien Liitto, koulutuspäällikkö Anneli Seitsonen-Ceder, p. (09)6860 8415