



A Awards Açık hava Reklamları Yarışması Junior Kategorisi Değerlendirme Kriteri

A Awards Açık hava Reklamları Yarışması, yaratıcılığa son derece olanak sağlayan, etkili ve yaygın bir mecra olan açık havada yapılan yaratıcı, etkili ve açık hava mecrasının dilini doğru konuşan işleri ödüllendirerek teşvik eden ve örnek olmasını amaçlayan bir yaratıcılık yarışmasıdır.

Yarışmadaki kategoriler açık havanın sağladığı olanakları reklamverenlerin amaçlarına hizmet edecek biçimde kullanan çalışmalarını saptamak amacıyla seçilmiştir. Doğal olarak açık havada yapılan reklam amaçlı çalışmaların tümü A Awards'un kapsama alanına girmektedir. Ancak A Awards jürisinin değerlendirmelerinde açık hava reklam üniteleri olarak tanımlanan (CLP, Billboard, raket, megalight, megaboard, banner, araç giydirmeye vb) enstrümanlarda yapılan çalışmalarını ön planda tutmalıdır. Aynı puana sahip iki işten, açık hava reklam ünitesinde yayınlanan iş için tercih kullanılmalıdır.

Dijital olanaklardan yararlanarak açık havada yaratıcı, esnek ve etkili çalışmalar yapılmaktadır. Bu işlerde de açık hava reklam ünitelerinin aracılığına ağırlık verilmelidir.

Yarışmaya katılan işlerin ana eksenini açık hava reklamlarının reklamı yapılan markaya etkisini göstermek olmalıdır. Açık hava mecrasında diğer mecralarda olduğu gibi dönemsel trendler yaşanır. Bir dönemde her tür açık hava ünitesinde cut out yapma trendi yaşanmıştı. Bu trendi, markaya katkı sağlayacak yaratıcılıkla kullanan işler olduğu gibi "biz de cut out yapalım" yaklaşımıyla yapılan işler de görüldü. A Awards jüri üyeleri, işleri bu yaklaşımlardan uzak durarak saf markaya sağladığı yarar açısından değerlendirmelidir.

Jürinin değerlendirme kriterlerinde; yapılan işin fikir ve/veya uygulama düzeyinde özgün olması yani orijinalliyi ve ister promosyon ister marka inşası isterse bir fikrin yaygınlaşması amaçlansın iletişim problemini çözme becerisi, farkındalık yaratması temel unsur olacaktır.

Gerçekten yaratıcı bir açık hava uygulaması, işlevini yerine getirebilmek için hangi açık hava reklam ünitesini kullanmış olursa olsun mutlaka dikkat çekici olmalı, farkedilmeli ve belirli mesafeden mesajını net bir biçimde iletebilmelidir. Bu özellikleri sağlayan eleman(lar) kullanılan fotoğraf, illüstrasyon, metin ya da bir bütün olarak tasarım olabilir. Açık hava uygulamasının yeri, konumu, şekli, rengi ya da prodüksiyon özelliği gibi bir çok unsur bu etkiyi arttırabilir.

Jüri kanaatini oluştururken bu unsurların bütününe dikkat eder, açık havanın kendine özel dilini konuşan, 3 ila 5 saniyede mesajını ileten işlerin endüstrideki uygulama çitasını yükseltecek nitelikte olmasına özen gösterir.

Konularını doğrudan ya da dolaylı olarak pazarlama ve satış hedefine ulaşmış olması açısından değerlendirecektir.