



Kern Marketing Awards 2021

Een iets aangepaste opzet

De Kern Marketing Award staat open voor inschrijving. Alle acties, events en campagnes die zijn uitgevoerd in de periode 1 januari 2020 tot 1 juni 2021 kunnen meedingen. De inschrijftermijn sluit op 1 juni 2021. Schrijf je ook vast in voor het Kern Marketingfestival op 18 juni en 17 september.

Na goed overleg met de jury en het bestuur hebben we de voorwaarden voor deelname aan de Award op een aantal punten aangepast aan de veranderende omstandigheden. De coronacrisis heeft het afgelopen jaar veel impact gehad op het management van (winkel)gebieden. Tegelijkertijd hebben we gezien dat dit geleid heeft tot waardevolle en creatieve initiatieven om de bezoekers en ondernemers te ondersteunen in deze moeilijke tijden. Al deze initiatieven zetten we graag in de spotlights! **Daarom is het dit jaar voor iedereen mogelijk om eenvoudig en zonder kosten mee te dingen naar de Creativity Award.** Dus schrijf je project in of stuur je TIP naar de jury via info@kern.nl zodat wij contact kunnen opnemen met de initiatiefnemers. Lees hieronder meer over deze belangrijke Awards voor de sector.

De 2 categorieën blijven: ook in 2021 willen zijn we op zoek naar 2 winnaars:

1. **Kern Marketing Award:** Professionele campagnes, acties en events gericht op MERKSTRATEGIE van een kern (Brand Awareness, (re)positioning en Brand Activation).
2. **Kern Creativity Award:** Speciaal bedoeld voor inspirerende en enthousiasmerende voorbeelden waarmee een (winkel)gebied bij de winkeliers, ondernemers, de consumenten, de bewoners en de bezoekers positief en blijvend onder de aandacht is gebracht.

Lees hieronder alles over het jurytraject, de wijze van inschrijven en de voorwaarden.

Naar welke voorbeelden zijn we op zoek?

Vorig jaar heeft COVID-19 een enorme impact gehad op het functioneren van binnensteden, winkelcentra en kernen van wijken en buurten. Geplande grote campagnes en events moesten worden afgelast of sterk aangepast. Maar er ontstonden – juist in de crisis - ook spontane nieuwe acties en events om bezoekers en ondernemers een hart onder de riem te steken. Veel van deze acties die we in de media (of tijdens bezoeken aan gebieden) voorbij hebben zien komen, waren prachtige voorbeelden om de merkbelofte van een gebied te versterken. En dat is natuurlijk precies waar deze Awards voor bedoeld zijn.



We zetten graag deze prachtige, ontroerende en krachtige initiatieven in het zonnetje. Om inschrijven zo laagdrempelig mogelijk te maken hebben we dit jaar de inschrijfvoorwaarden voor de categorie **Kern Creativity Award** aangepast (ook open voor niet-leden, geen deelnamekosten, kort formulier).

We vragen alle Kernleden om eigen projecten in te zenden óf onze jury tips aan te dragen. De jury neemt dan contact op de met initiatiefnemers van het door jou voorgedragen project.

De voorwaarden voor deelname aan de categorie **Kern Marketing Award** zijn niet gewijzigd.

Van beleving naar betekenis

De afgelopen jaren is binnen onze sector veel aandacht geweest voor de beleviseconomie. Vorig jaar hebben we al de stap gemaakt naar de betekenseconomie: Succesvolle kernen zijn sociaal-maatschappelijk betekenisvol en geven ruimte aan groeten en ontmoeten.

Aan de hand van een gedegen merkstrategie – zorgvuldig afgestemd op de bezoekers - kunnen (winkel)gebieden hun (sociale) betekenis vergroten. Hierdoor zal het gebied uiteindelijk ook economisch beter presteren. De juiste marketing speelt daarbij een cruciale rol! Welk verhaal kan jouw gebied vertellen? Wat is de ‘kracht’ of het DNA van dit centrum? Hoe hebben de ondernemers in deze kern een waardevolle bijdrage geleverd aan de lokale gemeenschap? Welke events en acties hebben een unieke en blijvende herinnering gecreëerd die het doorvertellen waard is? Dat zijn de verhalen die we heel graag willen nomineren voor de Kern Marketing Award en de Kern Creativity Award.

Samenstelling jury ongewijzigd

De jury van de Kern Marketing Award 2021 is ongewijzigd en bestaat uit deskundigen vanuit de disciplines marketing, conceptontwikkeling, promotie, retail, research en gebiedspromotie. De juryleden zijn:

- Tony Wijntuin | WYNE (voorzitter)
- Lot Frijling | Yellow Concepts
- Wendy Hulshof | PMF Intelligence
- Tom Kikkert | Retail & Identiteit.
- Tessa Vosjan | Bureau Cosi

Van NRW naar Kern

De Kern Marketing Award is het vervolg op de NRW Marketing Award die sinds 2010 met veel succes is uitgereikt. De NRW Award was de jaarlijkse bekroning voor de meest innovatieve,



inspirerende en effectieve marketinginspanningen voor een winkelgebied. Nu NRW verder gaat als Kern is het logisch dat deze prijs zich niet langer enkel richt op winkelgebieden. Een goed opgezette professionele merkstrategie voor een kern van een wijk of een buurt maakt ook kans op deze Award. Vaak zullen winkels een belangrijk onderdeel zijn binnen de kern, maar door ook het bijdrage van andere functies in het gebied mee te nemen in de branding van een gebied kan het verhaal nog breder en sterker verteld worden.

Marketingfestival in 2 delen: op 18 juni en 17 september

Het Kern Marketingfestival staat gepland op 18 juni. Het is te verwachten dat er op die datum nog geen fysiek festival mogelijk is, vanwege de geldende coronamaatregelen. Om die reden zullen we het festival opdelen in tweeën.

- Op 18 juni worden voor beide categorieën de genomineerden feestelijk bekend gemaakt via een LIVE stream aan alle Kernleden, inzenders en festivaldeelnemers;
- Op 17 september organiseert Kern deel 2 van het Marketingfestival, inclusief keynotes en de feestelijke prijsuitreiking. We gaan er van uit dat er na de zomer meer mogelijk is om een (deels) fysieke bijeenkomst te organiseren waar Kernleden elkaar weer kunnen ontmoeten en inspireren (mocht dit helaas toch niet mogelijk blijken dan wordt ook deel 2 via een LIVE stream georganiseerd).

Inschrijven voor beide data van het Marketingfestival kan heel eenvoudig via de Kern Community.



AANGEPAST JURYTRAJECT – Categorie Kern Marketing Award

STAP I: individuele beoordeling INZENDINGEN door juryleden

De juryleden beoordelen individueel de kwaliteit van de inzendingen, waarbij vooraf is bepaald dat er geen conflict of interest is. Er worden punten toegekend op verschillende criteria. **De inschrijfperiode loopt van 1 april tot 1 juni 2021.** Enkel inzendingen die hebben plaatsgevonden in de periode 1 januari 2020 tot 1 juni 2021 kunnen meedingen voor deze editie.

STAP II: jury kiest de NOMINATIES

De jury komt bijeen op **4 juni 2021** om de inzendingen met de hoogste scores te bespreken. Het eindoordeel van de gezamenlijke jury bepaalt de genomineerden voor deze categorie. Enkel de genomineerde inzendingen worden vervolgens bekendgemaakt tijdens het Marketingfestival op 18 juni 2021.

STAP III: onderzoek naar FOCUSGROEP

Kern geeft MindLogyx opdracht om onderzoek te doen naar het sociale motivatieprofiel van de focusgroep binnen het betrokken (winkel)gebied. Aan de hand van de uitkomst van dit onderzoek wordt geanalyseerd in hoeverre de uitgevoerde marketingaanpak aansluit bij de focusgroep.

STAP IV: BEZOEK jury aan het betrokken (winkel)gebied

De jury brengt gezamenlijk (of individueel, afhankelijk van de mogelijkheden vanwege COVID-19) een bezoek aan het gebied waar de nominatie betrekking op heeft. De genomineerde partij wordt gevraagd om 'op locatie' – of via Teams - een toelichting te geven op de inzending middels een korte pitch. Tijdens deze pitch kan de genomineerde de relevantie, de context, de kwaliteit van de uitvoering en het behaalde resultaat persoonlijk aan de jury toelichten. De jury kan eventueel nadere vragen stellen. De jurybezoeken staan (onder voorbehoud en in overleg) gepland medio juli.

STAP V: de jury kiest de TWEE FINALISTEN van de Kern Marketing Award

Tijdens het eindberaad zal de jury tot een unaniem oordeel komen en de twee finalisten kiezen. De nominaties die volgens het oordeel van de vakjury het beste aansluiten op de doelstelling van deze vakprijs zijn de finalisten.

Over het juryproces wordt niet gecommuniceerd. Voor beide finalisten wordt een juryrapport opgesteld waarin de motivatie van de jury wordt weergegeven. Deze juryrapporten zijn openbaar.

STAP VI: De feestelijke PRIJSUITREIKING, het publiek kiest de WINNAAR

Voorafgaand aan het Kern Marketingfestival - op 17 september 2021 - worden de finalisten uitgebreid gepresenteerd aan de Kernleden. Tijdens Marketingfestival kiest het publiek middels een stemming de winnaar van de Kern Marketing Award!!! De winnaar wordt onderscheiden met een bijzondere sculptuur.



AANGEPAST JURYTRAJECT – Categorie Kern Creativity Award

STAP I: oproep aan alle leden om INZENDINGEN te nomineren

Aan alle leden wordt gevraagd om de jury mooie, inspirerende en effectieve voorbeelden aan te dragen voor de Creativity Award. Dit kunnen initiatieven zijn waar je zelf bij betrokken was. Maar het mag ook een tip zijn inzake een actie of event van een andere partij waarvan jij vindt dat dit bewonderingswaardig is en een prijs verdient.

STAP II: beoordeling INZENDINGEN door juryleden

De juryleden beoordelen de kwaliteit van alle inzendingen aan de hand van een scorelijst, waarbij vooraf is bepaald dat er geen conflict of interest is. Waar nodig wordt aanvullende informatie opgevraagd bij de initiatiefnemers om de inzending goed te kunnen beoordelen.

STAP III: jury kiest de NOMINATIES

De jury komt bijeen om de inzendingen met de hoogste scores te bespreken. Het eindoordeel van de gezamenlijke jury bepaalt de nominaties voor deze categorie. De genomineerde inzendingen worden bekendgemaakt op 18 juni 2021.

STAP IV: de jury kiest de winnaar van de NRW Creativity Award

In de periode voorafgaand aan het Kern Marketingcongres op 17 september zal Kern de genomineerde inzendingen voor deze categorie ruim onder de aandacht brengen. Tijdens het feestelijke hoofdprogramma van het Marketingfestival zal de jury de winnaar bekendmaken. De winnaar ontvangt een nader te bepalen passende prijs, die aansluit bij de inzending.



Kern Marketing Award 2021 - INSCHRIJFFORMULIER

Categorie voor campagne, events en marketingacties gericht op MERKSTRATEGIE

De inzendingen in deze categorie hebben succesvol en op creatieve wijze de beleving en waardering van het 'gebied als merk' veranderd of verankerd in de ogen van de consument, de ondernemers, bewoners, retailers, consumenten en/of bezoekers. Het doel is om een nieuwe focusgroep aan te trekken en/of de binding met de bestaande focusgroep te versterken. De merkstrategie moet duidelijk gericht zijn op profilering en marktpositionering van het gebied (de merkbeloofte). Vaak zullen dit langer lopende campagnes zijn met inzet van verschillende online/offline middelen en activiteiten.

Ook kan het gaan om inzendingen die gericht zijn op promotionele acties of events die de strategische marktpositionering voor het gebied manifesteren, ofwel lading geven aan de merkbeloofte. De acties of events zullen veelal een kwantitatief doel nastreven (bijvoorbeeld mediabereik, free publicity, traffic, sales). Dit zullen vaker eenmalige of kort lopende activiteiten zijn en kunnen zowel binnen een klein budget als een groot budget gerealiseerd zijn.

Voor vragen, neem contact op met Brigit Gerritse (bureau Kern): brigit@kern.nl of 06 29505589

CHECKLIST COMPLETE INZENDING

- Heeft de inzending een duidelijke **HOOFDTITEL** met eventueel een ondertitel?
- Vul onderstaand **inschrijfformulier** in en mail naar info@kern.nl.
- Lever tenminste **4 tot 5 foto's of afbeeldingen** en **filmmateriaal (indien beschikbaar)** aan. De film mag ook worden aangeleverd via een link naar bijvoorbeeld YouTube. De foto's en afbeeldingen graag in hoge resolutie en rechtenvrij (anders expliciet vermelden).
- Geef duidelijk in de documentnaam aan als bepaalde informatie enkel voor de jury bestemd is en **vertrouwelijk** behandeld moet worden.
- Zet een handtekening op het formulier onder de **voorwaarden** en stuur deze mee.



INSCHRIJFFORMULIER Kern Marketing Award 2021

Geef een duidelijk aansprekende **TITEL** aan de inzending. Deze titel (eventueel aangevuld met een ondertitel) wordt steeds gebruikt in onze communicatie rondom de Awards.

Titel

Indiener

Bij inzending voor de Kern Marketing Award dient tenminste 1 indiener Kernlid te zijn.

Naam organisatie:

(Factuur)adres:

(Factuur)postcode en plaats:

Naam contactpersoon:

E-mailadres:

Telefoonnummer:

***Perscontacten:** via info@kern.nl kunnen eigen perscontacten worden opgegeven die wij zullen betrekken bij alle communicatie rondom de Kern Marketing Award.*

2e indiener (optioneel: eigenaar, ontwikkelaar, centrummanager, winkeliersvereniging, reclamebureau, etc.)

Naam organisatie:

Naam contactpersoon:

E-mailadres:

Telefoonnummer:

3e indiener (optioneel, idem)

Naam organisatie:

Naam contactpersoon:

E-mailadres:

Telefoonnummer:

In welke **periode** heeft de actie, het event of de campagnes plaatsgevonden?

De inzending moet zijn uitgevoerd binnen de periode 1 januari 2020 en 1 juni 2021



Vul onderstaande vragen zo nauwkeurig en compleet mogelijk in. Niet alle vragen zijn van toepassing op elke inzending. Dit kun je vanzelfsprekend aangeven.

Korte omschrijving van de inzending: *Je kan bij dit formulier aanvullend materiaal toevoegen zoals foto's, filmpjes, krantenartikelen etc.*

Korte omschrijving van het betrokken (winkel)gebied: *Wat is de identiteit, de kracht of het unieke karakter van het gebied. Wat is de gekozen **merkbefORTE** van het (winkel)gebied?*

Relevantie & Context: *Beschrijf de aanleiding, relevantie en context van de uitgevoerde inzending. Wat was de aanleiding? Waren er specifieke knelpunten, wat was de concurrentiepositie, etc.*

Focusgroep: *Omschrijf de gekozen focusgroep waarop de inzending betrekking heeft?*

LET OP: Kern geeft MindLogyx opdracht om onderzoek te doen naar het sociale motivatieprofiel van de aanwezige focusgroep binnen het betrokken (winkel)gebied. Aan de hand van de uitkomst van dit onderzoek wordt geanalyseerd in hoeverre de uitgevoerde marketingaanpak aansluit bij de focusgroep. We vragen de inzender hier aan mee te werken door de Mindlogyx-vragenlijst digitaal te delen (bijvoorbeeld via de Facebookpagina van het gebied of Instagram) onder een panel van tenminste 400 deelnemers.

Samenwerking Stakeholders: *In hoeverre is er effectief samengewerkt met de betrokken stakeholders, zoals ondernemers/retailers, beheerders, eigenaren, omwonenden, gemeenten?*



Corporate Social Responsibility: *In hoeverre heeft de inzending een positief effect op de leefgemeenschap (maatschappelijke relevantie)? Denk hierbij aan educatie, betrokkenheid, welzijn, milieu, veiligheid, werkgelegenheid, (buurt)relaties, etc.*

Creativiteit: *Creativiteit en originaliteit kunnen extra beloond worden. Zowel in de uitvoering als in de aanpak. Omschrijf dit aspect.*

Innovatie: *De mate waarin nieuwe technieken zijn ingezet – op een innovatieve en creatieve manier – om de strategie of de activiteiten uit te voeren. Denk aan de effectieve inzet van websites, social media, mobiele technologie, augmented reality, location-based technologies, big data of andere vormen van nieuwe (digitale) innovaties.*

Verhouding kosten/effectiviteit: *Een groot effect binnen een klein budget zal beter gewaardeerd worden dan het omgekeerde. Wat is de prijs/kwaliteitverhouding inzake de inschrijving?*

Meetbaarheid: *Is het effect van de campagne of de actie professioneel gemonitord. Waren er vooraf duidelijke targets gesteld? Wat was het beoogd resultaat? Is er een 0-meting gedaan? Zijn de effecten/resultaten gemeten?*

Customer services: *Welke service of welk product wordt geboden aan de bezoeker? Welke ervaring krijgt de bezoeker mee (diensten, gemak, verrassing, hospitality, ervaring etc.)?*



Vergroten footfall en/of toename sales: *Is de inzendingen erin geslaagd (aanzienlijk) meer bezoekers naar het gebied te brengen. Dit kan een eenmalig effect zijn, gericht zijn op één (vooraf gekozen) doelgroep of een strategie gericht op de langere termijn.*

Vanzelfsprekend kan het zijn dat vanwege coronamaatregelen de inzending juist te maken heeft gehad met bijvoorbeeld het spreiden van de drukte in plaats van het vergroten van de footfall of een toename van de sales. Geef deze specifieke omstandigheden desgewenst hier aan.

Follow up: *Heeft de inzending betrekking op een eenmalige actie of zijn er (vervolg)acties of events gepland?*

TOT SLOT: **Waarom moet deze inzending de Kern Marketing Award 2021 winnen?**

Omschrijf in ca 100 woorden.



VOORWAARDEN VOOR INZENDING - Categorie Kern Marketing Award

De vakjury neemt inzendingen in behandeling die voldoen aan onderstaande voorwaarden:

1. De inzending moet betrekking hebben op een (multifunctioneel) gebied of centrum. Er hoeft geen sprake te zijn van een typisch winkelgebied.
2. De inzending kan zowel vallen onder de noemer consumentenmarketing, als gebieds- of citymarketing.
3. De inzending moet zijn uitgevoerd binnen de periode 1 januari 2020 en 1 juni 2021.
4. Voor de categorie Kern Marketing Award dient tenminste 1 van de indienende partijen Kernlid te zijn.
5. De inschrijfperiode is geopend van 1 april 2021 en sluit op 1 juni 2021.
6. Het digitale materiaal en de eventuele overige documentatie kan verstuurd worden naar info@kern.nl onder vermelding van 'Inzending Kern Marketing Award 2021'.
7. Inzenden is vrijblijvend en kosteloos. Er is geen limiet aan het aantal inzendingen per partij.
8. Enkel de genomineerden voor de categorie Kern Marketing Award ontvangen een factuur voor deelname.
9. Het inschrijfgeld bedraagt € 1.000,00 excl. BTW per nominatie voor de Kern Marketing Award. Hiermee worden de kosten gefinancierd van het jurytraject, de presentatie van de genomineerden tijdens het Kern Marketingfestival en de Award-uitreiking. Ook wordt het onderzoek naar de focusgroepen uit dit budget betaald. Deze onderzoekresultaten worden ter beschikking gesteld aan de genomineerde voor eigen gebruik.
10. De genomineerde is bereid mee te werken aan het onderzoek van MindLogyx naar de focusgroep.
11. Iedere genomineerde inzending ontvangt 2 deelnamekaarten voor het Marketingfestival voor gasten. Het congres is gratis toegankelijk voor alle Kernleden.
12. De jury heeft het recht om inzendingen in overleg met de inzender in te delen in een andere categorie. Als de inzender hier niet mee akkoord gaat, kan de inzending kosteloos worden ingetrokken door de inzender.
13. De jury heeft het recht om inzendingen te diskwalificeren.
14. Bij onvoldoende inzendingen van goede kwaliteit heeft Kern het recht de Award niet uit te reiken.
15. Juryleden oordelen niet over inzendingen uit hun eigen organisatie en overige inzendingen waarmee mogelijk conflict of interest bestaat.
16. Over de juryuitslag wordt niet gecorrespondeerd. Het juryoordeel is unaniem en al hetgeen dat tijdens het juryberaad besproken wordt is strikt vertrouwelijk.
17. De indiener of een afgevaardigde met betrekking tot de inzending is (fysiek of online) aanwezig tijdens de bekendmaking van de nominaties op 18 juni 2021 en – bij nominatie - tijdens uitreikingsceremonie op 17 september.
18. Kern en de jury communiceert niet over de inzendingen, enkel over de nominaties en winnaars.
19. De opgegeven namen van de indieners neemt Kern mee in alle uitingen omtrent de nominaties en de winnaars.
20. Perscontacten die worden opgegeven neemt Kern mee in alle persmailingen omtrent de Kern Marketing Award 2021.

De betrokken partij(-en), verantwoordelijk voor de inzending is/zijn akkoord met de voorwaarden zoals hierboven vermeld.

Akkoord: ja / nee

Naam:

Datum en handtekening:

.....



Kern Creativity Award 2021 - Geen een TIP aan de jury of
SCHRIJF IN

Met de categorie Kern Creativity Award willen we **inspirerende en enthousiasmerende voorbeelden** laten zien. Het is laagdrempelig om in te schrijven voor deze categorie omdat het niet noodzakelijk is dat er een gedegen analyse - vooraf en achteraf - wordt meegeleverd. Wel vragen we om aan te geven waarom deze inzending zo succesvol is, waarom je hier zo trots op bent, en waarom je vindt dat de sector hiervan kan leren.

Let op:

De inzending moet plaats hebben gevonden (zijn uitgevoerd) in de periode: 1 januari 2020 tot 1 juni 2021.

Geef een TIP AAN DE JURY.....

Ken jij een mooi initiatief dat de prijs verdient in deze categorie? Stuur dan je tip (zo specifiek mogelijk, met contactgegevens van de betrokken partij) door aan de jury via info@kern.nl. Wij nemen dan contact op met deze partij om na te gaan of zij vrijblijvend willen inzenden.

...of meld jouw project aan!

Stuur onderstaand formulier naar info@kern.nl onder vermelding van INZENDING CREATIVITY AWARD. Voeg zo veel mogelijk **beeldmateriaal** toe zodat de jury een goed beeld krijgt van de inzending. Denk aan krantenartikelen, foto's, filmpjes, posts op social media, etc.

Voor vragen, neem contact op met Brigit Gerritse (bureau Kern): brigit@kern.nl of 06 29505589



Inschrijfformulier inzending in de categorie Kern Creativity Award

Gebruik één formulier per inzending.

Titel van de inzending:

Kern/plaats/gebied waar deze inzending betrekking op heeft:

In welke periode heeft deze inzending plaatsgevonden?

Geef een korte omschrijving van de actie, het event of de campagne:

Geef een korte omschrijving van de doelgroep waar deze inzending betrekking op heeft.

Wie was of waren de initiatiefnemer(s)?



Welke partijen waren betrokken bij de **uitvoering**?

Is het bekend welk **budget** (ongeveer) gemoeid was met de uitvoering? Geef ons hier een indicatie.

Waarom verdient deze inzending de Kern Creativity Award? Wat is er bijzonder aan deze inzending?

Contactgegevens: met wie kan de jury contact op nemen voor een nadere toelichting?

Stuur ons zoveel mogelijk (digitaal) **BEELDMATERIAAL** zodat de jury een duidelijk idee krijgt van de inzending (foto's, filmpjes, SoMe posts, artikel, etc)



VOORWAARDEN VOOR INZENDING - Categorie Kern Creativity Award

De vakjury neemt inzendingen in behandeling die voldoen aan onderstaande voorwaarden:

1. De inzending moet betrekking hebben op een (multifunctioneel) gebied of centrum. Er hoeft geen sprake te zijn van een typisch winkelgebied.
2. De inzending kan zowel vallen onder de noemer consumentenmarketing, als gebieds- of citymarketing.
3. De inzending moet zijn uitgevoerd binnen de periode 1 januari 2020 en 1 juni 2021.
4. Voor de categorie Kern Creativity Award is het geen vereiste dat de inzender Kernlid is.
5. De inschrijfperiode is geopend van 1 april 2021 en sluit op 1 juni 2021.
6. Het digitale materiaal en de eventuele overige documentatie kan verstuurd worden naar info@kern.nl onder vermelding van 'Inzending Kern Creativity Award 2021'.
7. Inzenden is vrijblijvend en kosteloos. Er is geen limiet aan het aantal inzendingen per partij.
8. Uit de inzendingen worden door de vakjury de nominaties gekozen.
9. Iedere genomineerde inzending ontvangt 2 deelnamekaarten voor het Marketingfestival voor gasten. Het congres is gratis toegankelijk voor alle Kernleden.
10. De jury heeft het recht om inzendingen in overleg met de inzender in te delen in een andere categorie. Als de inzender hier niet mee akkoord gaat, kan de inzending kosteloos worden ingetrokken door de inzender.
11. De jury heeft het recht om inzendingen te diskwalificeren.
12. Bij onvoldoende inzendingen van goede kwaliteit heeft Kern het recht de Creativity Award niet uit te reiken.
13. Juryleden oordelen niet over inzendingen uit hun eigen organisatie en overige inzendingen waarmee mogelijk conflict of interest bestaat.
14. Over de juryuitslag wordt niet gecorrespondeerd. Het juryoordeel is unaniem en al hetgeen dat tijdens het juryberaad besproken wordt is strikt vertrouwelijk.
15. De indiener of een afgevaardigde met betrekking tot de inzending is (fysiek of online) aanwezig tijdens de bekendmaking van de nominaties op 18 juni 2021 en – bij nominatie - tijdens uitreikingsceremonie op 17 september.
16. Kern en de jury communiceert niet over de inzendingen, enkel over de nominaties en winnaars.
17. De opgegeven namen van de indieners neemt Kern mee in alle uitingen omtrent de nominaties en de winnaars.
18. Perscontacten die worden opgegeven neemt Kern mee in alle persmailingen omtrent de Kern Marketing Award 2021.

De betrokken partij(-en), verantwoordelijk voor de inzending is/zijn akkoord met de voorwaarden zoals hierboven vermeld.

Akkoord: ja nee

Naam:

Datum en handtekening:

.....





10 TIPS VOOR EEN STERKE INZENDING

1 KIES DE JUISTE CATEGORIE

Lees de definities van de twee categorieën goed door voor je een keuze maakt.

2 VERTEL EEN VERHAAL

De inzending moet een duidelijke verhaallijn hebben. De jury is onbekend met de situatie dus zorg ervoor dat de inzending goed beschrijft wat de aanleiding en de achtergrond is: Wat voor een centrum of gebied is het? Wat is het verzorgingsgebied? Beschrijf de doelgroep en de concurrentiepositie. Wat is de vraag waar de marketingactie een antwoord op moet geven? Hoe ben je te werk gegaan en wie of wat heeft je daarbij geholpen. Wat was uiteindelijk het resultaat? Geef duidelijk aan wat de kwantitatieve en kwalitatieve resultaten waren.

3 WEES KORT EN BONDIG

De structuur van je inzending moet duidelijk, kernachtig en relevant zijn. Werk met korte zinnen en bullet points om leesbaarheid te vergroten. Maak samenvattingen zonder relevante zaken te vergeten. Voorkom herhalingen in je tekst.

4 WEES SMART

Specifiek: Zijn doelstelling en resultaten maar op 1 manier verklaarbaar?

Meetbaar: Zijn doelstelling en resultaten meetbaar (kwantitatief)? Hoe zijn kwalitatieve doelen vooraf en achteraf meetbaar gemaakt?

Ambitieuw en **Acceptabel:** Was er draagvlak bij alle stakeholders?

Realistisch: Is het doel haalbaar?

Toetsbaar en **Tijdsgebonden:** Is er een tijdstip waarop de doelen behaald moeten zijn?

5 WEES EERLIJK

Laat zien wat de kosten en de opbrengsten waren en welk rendement de investering heeft opgeleverd, maar overdrijf dit niet want de vakjury zal dit opvallen. Als je aangeeft dat sommige aspecten van het project minder goed hebben gewerkt of beter hadden gekund, geef dit dan aan in een eerlijke analyse. Alle informatie zal strikt vertrouwelijk worden behandeld en dient enkel ter informatie aan de jury om zo een terechte winnaar te kunnen selecteren.

6 VERKLAAR WAAROM

Vertel waarom jouw inzending goed is en hoe succesvol de uitvoering was. Waarom heb je juist voor deze oplossing gekozen en hoe paste dit binnen de strategie van de eigenaar, beheerders, winkeliers of winkelgebied? Zijn de doelstellingen behaald en is de inzending een inspirerend voorbeeld voor de sector?

7 GEBRUIK ONDERSTEUNEND MATERIAAL

Zorg voor gedegen ondersteunend materiaal om te laten zien hoe en wat je hebt bereikt. Foto's, video's en marktonderzoeken geven de jury een duidelijk beeld en zijn dus in je voordeel.

8 WEES KRITISCH OP JEZELF

Stel jezelf de volgende controlevragen:

- Stuur je het project in omdat dat van je wordt verwacht of ben je oprecht trots op dit excellente project?

- Is je project innovatief genoeg?;

- Als jij jurylid was, zou je jouw project dan goed beoordelen?

- Is het de juiste tijd om in te zenden?

Sommige projecten worden te vroeg ingezonden om goede resultaten te kunnen laten zien, terwijl ze een jaar later met wat kleine aanpassingen excellent zouden presteren. Wees hier alert op.

9 NEEM VOLDOENDE TIJD OM DE INZENDING VOOR TE BEREIDEN

De beste inzendingen zijn vooraf goed gepland om zo voldoende tijd te hebben alles duidelijk te beschrijven en kwalitatief goed ondersteunend materiaal te kunnen aanleveren.

10 LAAT DE INZENDING NAKIJKEN

Laat iemand die niet rechtstreeks betrokken is bij het project de inzending nalezen om te controleren of het duidelijk is. Tip: sommige bedrijven maken een interne 'Marketing Award' competitie met een multidisciplinaire jury om ervoor te zorgen dat het beste project wordt ingezonden. Dit kan tegelijkertijd heel leerzaam en enthousiasmerend zijn voor je collega's!