

## **Jurycriteria EMMA's 2010**

### **1. Hoe effectief is de campagne?**

*toelichting:* de jury kijkt o.a. naar respons percentages, budget, kosten per lead of contact maar bijvoorbeeld ook naar de flow tussen de uiting en de landing page in relatie met het doel wat men voor ogen heeft.

### **2. Creativiteit**

*toelichting:* de jury beoordeelt het concept (in relatie met de te behalen doelstelling)

### **3. Inzet van middelen**

*toelichting:* de jury kijkt naar wijze waarop o.a. personeel, budget is ingezet.

### **4. In hoeverre is de e-mailing onderdeel van een totale communicatiecampagne en wat is de bijdrage van de e-mailing aan het geheel**

*toelichting:* is het kanaal e-mail opgenomen als onderdeel van een cross mediale campagne? Zijn de bijdragen van de resultaten van de e-mailing(en) aan het totaalresultaat in dit geval substantieel zijn.

### **5. Functionaliteit van de e-mailing**

*toelichting:* o.a. gebruiksvriendelijkheid, usability maar ook, zitten er interessante, vernieuwende, klantgerichte functionaliteiten in.

### **6. Innovatieve elementen, is het vernieuwend**

*toelichting:* in hoeverre en waarom is de uiting vernieuwend.

### **7. De wijze waarop het database wordt ingezet**

*toelichting:* vanzelfsprekend is permissie van de ontvanger een vereiste. Maar ook de mate en wijze waarop gegevens uit de database zijn ingezet bijvoorbeeld ten behoeve van personalisatie of segmentatie wordt meegenomen.

### **8. Resultaten en opzet van eventuele ondernomen commerciële testen**

*toelichting:* de jury is benieuwd naar de uitgevoerde commerciële testen en de onderbouwing van de daaruit voortkomende conclusies.