



Instore Shopper
Marketing Instituut

Best Practices

2017 / 2018 - The Perfect Pitch

Inschrijven

Shopper Marketing Case
Smart Innovations
Shopper Activatie met Field Marketing
Shopper Activatie met POS Materiaal

Aanleveren

Naast bijgaand inschrijfformulier dien je de case beschrijving(en) in Word, PDF of PowerPoint aan te leveren.

En je kunt uiteraard ook foto's en video's van de case bijvoegen.

Je gaat akkoord met het gebruik van de ingestuurde materialen en teksten.

Indien van toepassing, is vooraf toestemming verkregen van de betreffende adverteerder.

Best Practice Presentatie

Als je geselecteerd wordt als één van de drie beste cases in jouw categorie, moet je een presentatie van maximaal 5 minuten verzorgen op 27 september tijdens de Shopper Marketing Update Live! bijeenkomst.

Beoordeling

De jury zal de cases per categorie beoordelen op basis van de volgende criteria:

- Waarom is deze activatie opgezet?
- Met welk doel? Wat is de uitwerking geworden?
- Hoe is een en ander uitgewerkt / vormgegeven?
- Wat is de fit met het merk / productcategorie?
- Wat is de fit met de retail omgeving/retailer?
- Wat waren de resultaten?

We maken deze best practice voor 15 september bekend.

Alle inzendingen worden opgenomen op de nieuwe website van de Stichting ISMI.

Contact gegevens

Bedrijf	<input type="text"/>	
Contactpersoon	Mvr.	Dhr.
Voornaam	<input type="text"/>	
Tussenvoegsel	<input type="text"/>	
Achternaam	<input type="text"/>	
E-mail	<input type="text"/>	
Tel. nr.	<input type="text"/>	
Fatcuuradres		
Straat	<input type="text"/>	
Huisnummer	Toevoeging	<input type="text"/>
Postcode	<input type="text"/>	
Plaats	<input type="text"/>	

Geef hier per in te dienen case het merk, retailer, kanaal en type activiteit op. Daarnaast dien je per case een complete beschrijving in (zie bijlagen).

Inschrijfformulier

Categorie(en)

Wij schrijven in voor de volgende **categorie(en)**:

Shopper Marketing Case

Aantal De complete customer journey, ingericht op een geselecteerde doelgroep in een specifiek kanaal.

Smart Innovations

Aantal Vernieuwende technologie en technieken om het shoppergedrag te beïnvloeden.

Shopper Activatie met Field Marketing

Aantal

Shopper Activatie met POS materiaal

Aantal

Case(s)

Dit inschrijfformulier en de beschrijving van de complete case(s) moeten voor **31 augustus 2018** worden opgestuurd aan bram@isminstituut.nl

De kosten voor deelname zijn **€ 250 per case** inzending.



Instore Shopper
Marketing Instituut

Best Practices

2017 / 2018 - The Perfect Pitch

Shopper Marketing Case

Beschrijving Case

Het inschrijfformulier en de beschrijving van de case(s) moeten voor **31 augustus 2018** worden opgestuurd aan bram@isminstituut.nl

De case beschrijving(en) in Word of PDF of Power Point bestand aanleveren. Foto's en of video van de inzending bijvoegen.

Beantwoord deze vragen

- 1 Naam inzending.
- 2 Naam merk/retailer.
- 3 Waarom is deze activatie opgezet?
Met welk doel?
- 4 Tot welke shopperdoelgroep(en) richt de case zich? Bij een specifieke retailer/kanaal?
Of retailers/kanalen? Welke?
- 5 Wat is de uitwerking geworden?
Welke oplossing is er gevonden?
En waarom deze?
- 6 Hoe is een en ander uitgewerkt / vormgegeven?
- 7 Wat waren de doelstellingen van deze activatie voor het merk? Wat is de fit met het merk / productcategorie?
- 8 Wat waren de doelstellingen van deze activatie voor de retailer? Wat is de fit met de retail omgeving/retailer?
- 9 Was er sprake van gezamenlijk geformuleerde doelstellingen?
- 10 Welke touchpoints in de customer van de gekozen shopperdoelgroep zijn benoemd?
- 11 Welke middel(en) zijn voor elk touchpoint ingezet?
- 12 Zijn er specifieke maatregelen genomen om deze case (goed) georganiseerd en uitgevoerd te krijgen?
- 13 Wat waren de resultaten? Dat kan uitgedrukt worden (eventueel in indices) in termen van omzeteffecten, effecten op het shoppergedrag, impact, engagement (interactie) met de shopper, maar ook in aantal of locatie van de plaatsingen.

Je gaat akkoord met het gebruik van de ingestuurde materialen en teksten.

Indien van toepassing, is vooraf toestemming verkregen van de betreffende adverteerder.



Instore Shopper
Marketing Instituut

Best Practices

2017 / 2018 - The Perfect Pitch

Smart Innovations

Beschrijving Case

Het inschrijfformulier en de beschrijving van de case(s) moeten voor **31 augustus 2018** worden opgestuurd aan bram@isminstituut.nl

De case beschrijving(en) in Word of PDF of Power Point bestand aanleveren. Foto's en of video van de inzending bijvoegen.

Beantwoord deze vragen

- 1 Naam inzending.
- 2 Naam merk/retailer.
- 3 Omschrijving van de techniek/technologie.
- 4 Waarom is deze techniek ontwikkeld?
Met welk doel?
- 5 Wat is de uitwerking geworden?
Welke oplossing is er gevonden?
En waarom deze?
- 6 Hoe is een en ander uitgewerkt / vormgegeven?
- 7 Wat is de doelstelling van deze techniek voor het merk? Wat is de fit met het merk / product categorie?
- 8 Wat is de doelstelling van deze techniek voor de retailer? Wat is de fit met de retail omgeving/ retailer?
- 9 Kun je andere in-store middelen/media inzetten bij deze techniek? Welke?
- 10 Voor welk touchpoint in de customer journey was deze techniek specifiek bedoeld?
- 11 Zijn er resultaten bekend? (omzet en communicatie?)

Je gaat akkoord met het gebruik van de ingestuurde materialen en teksten.

Indien van toepassing, is vooraf toestemming verkregen van de betreffende adverteerder.



Instore Shopper
Marketing Instituut

Best Practices

2017 / 2018 - The Perfect Pitch

Shopper Activatie met Field Marketing

Beantwoord deze vragen

- 1 Naam inzending.
- 2 Naam merk/retailer.
- 3 Omschrijving van de activatie.
- 4 Waarom is deze activatie opgezet?
Met welk doel?
- 5 Wat is de uitwerking geworden?
Welke oplossing is er gevonden?
En waarom deze?
- 6 Hoe is een en ander uitgewerkt / vormgegeven?
- 7 Wat waren de doelstellingen van deze activatie voor het merk? Wat is de fit met het merk / productcategorie?
- 8 Wat waren de doelstellingen van deze activatie voor de retailer? Wat is de fit met de retail omgeving/retailer?
- 9 Zijn andere in-store middelen/media ingezet in deze activatie?
Welke?
- 10 Zijn andere middelen/media ingezet buiten de winkel? (incl. online) Welke?
- 11 Was er een centrale communicatie thematiek waartoe deze activatie behoorde?
- 12 Zijn er specifieke maatregelen genomen om een en ander te laten slagen?
- 13 Wat waren de resultaten? Dat kan uitgedrukt worden (eventueel in indices) in termen van omzeteffecten, effecten op het shoppergedrag, impact, engagement (interactie) met de shopper, maar ook in aantal of locatie van de plaatsingen.

Beschrijving Case

Het inschrijfformulier en de beschrijving van de case(s) moeten voor **31 augustus 2018** worden opgestuurd aan bram@isminstituut.nl

De case beschrijving(en) in Word of PDF of Power Point bestand aanleveren. Foto's en of video van de inzending bijvoegen.

Je gaat akkoord met het gebruik van de ingestuurde materialen en teksten.

Indien van toepassing, is vooraf toestemming verkregen van de betreffende adverteerder.



Instore Shopper
Marketing Instituut

Best Practices

2017 / 2018 - The Perfect Pitch

Shopper Activatie met POS Materiaal

Beantwoord deze vragen

- 1 Naam inzending.
- 2 Naam merk/retailer.
- 3 Omschrijving van het materiaal.
- 4 Waarom is deze activatie opgezet?
Met welk doel?
- 5 Wat is de uitwerking geworden?
Welke oplossing is er gevonden?
En waarom deze?
- 6 Hoe is een en ander uitgewerkt / vormgegeven?
- 7 Wat waren de doelstellingen van deze activatie
voor het merk? Wat is de fit met het merk /
productcategorie?
- 8 Wat waren de doelstellingen van deze activatie
voor de retailer? Wat is de fit met de retail
omgeving/retailer?
- 9 Zijn andere in-store middelen/media zijn ingezet
in deze activatie? Welke?
- 10 Zijn andere middelen/media zijn ingezet buiten
de winkel? (incl. online) Welke?
- 11 Was er een centrale communicatie thematiek
waartoe deze activatie behoorde?
- 12 Zijn er specifieke maatregelen genomen om het
materiaal (goed) geplaatst te krijgen?
- 13 Wat waren de resultaten? Dat kan uitgedrukt
worden (eventueel in indices) in termen van
omzeteffecten, effecten op het shoppergedrag,
impact, engagement (interactie) met de
shopper, maar ook in aantal of locatie van de
plaatsingen.

Je gaat akkoord met het gebruik van de
ingestuurde materialen en teksten.

Indien van toepassing, is vooraf toestemming
verkregen van de betreffende adverteerder.

Beschrijving Case

Het inschrijfformulier en de beschrijving van de
case(s) moeten voor **31 augustus 2018** worden
opgestuurd aan bram@isminstituut.nl

De case beschrijving(en) in Word of PDF of Power
Point bestand aanleveren. Foto's en of video van de
inzending bijvoegen.