**Template formular de înscriere GSC 2023\_Categoria B\_ Campanii sociale**

Template-ul de formular este valabil pentru **Categoria B - secțiunea Campanii sociale**. Definiția secțiunii poate fi consultată aici: [**https://www.galasocietatiicivile.ro/page/competitie.html**](https://www.galasocietatiicivile.ro/page/competitie.html)

Formularul este împărțit în nouă pași, pentru completare lui este necesar să accesați toți pașii și să introduceți informații relevante despre proiect, mai ales în câmpurile obligatorii (notate cu \*).

**O campanie trebuie să prezinte un mix bogat de medii și canale de comunicare** (print-uri, spot-uri radio sau TV, website-uri, platforme de social media, influencer marketing, campanii digitale, execuții de PR, etc.)

**! Înscrierile din această secțiune vor fi evaluate de către o echipă formată din specialiști în marketing și publicitate.**

Vă recomandăm **să salvați în documentul word** datele pentru fiecare pas din formularul de înscriere, înainte de a transfera informația în platforma online. (sesiunea serverului este de aproximativ 15 minute). **Formularul de înscriere se completează în limba română, cu diacritice.**

**Pasul 1 - Titlul campaniei și secțiunea**

Titlu proiect

Selectarea secțiunii: *Campanii sociale*

**Pasul 2 - Date generale despre campanie**

\*1. Titlu campanie

\*2. Autor

\*3. Client

4. Brand

5. Enumerați alte agenții sau organizații implicate, dacă este cazul **[maxim 1.600 de caractere cu spații]**

Perioada în care s-a derulat campania:

\*6. Data de începere (luna/an - 2021/2022)

\*7. Data de încheiere (luna/an - 2021/2022)

Precizați acoperirea geografică a campaniei:

\*8. Acoperire: Națională / Regională / Județeană / Locală / Internațională

9. Orașe / Județe **[maxim 1.600 de caractere cu spații]**

\*9. Prezentați pe scurt în ce a constat campania: nevoile identificate, obiectivele vizate, strategia și rezultatele obținute. Rezumatul va apărea pe site-ul și canalele Social Media ale Galei Societății Civile, The Institute și în alte materiale de comunicare ale competiției sau ale partenerilor GSC.

! Detalierea informațiilor se face în următoarele câmpuri. **[maxim 1.800 de caractere cu spații]**

10. URL campanie (linkul public al campaniei):

**Pasul 3 - Relevanța campaniei (contextul)**

\*1. Prezentați pe scurt contextul inițierii campaniei (background, scopul & necesitatea acesteia). **[maxim 850 de caractere cu spații]**

\*2. Precizați care au fost principalele 3 obiective ale campaniei? **[maxim 600 de caractere cu spații]**

\*3. Care a fost publicul țintă al campaniei? Descrieți pe scurt audiența și beneficiarii direcți sau indirecți ai acesteia, folosind repere demografice, culturale etc. **[maxim 850 de caractere cu spații]**

\*4. Descrieți strategia de creație și de media a campaniei. Și modul în care a fost implementată aceasta. **[maxim 2.500 de caractere cu spații]**

**Pasul 4 - Rezultatele campaniei (Eficacitatea)**

\*1. Prezentați impactul și rezultatele campaniei. Includeți toate rezultatele relevante pentru mixul de marketing și comunicare utilizat. Raportați rezultatele la obiectivele setate. **[maxim 2.500 de caractere cu spații]**

2. Prezentați alte informații relevante care ar fi putut contribui la rezultatele obținute. **[maxim 850 de caractere cu spații]**

**Pasul 5 - Bugetul campaniei**

\*1. Bugetul total al campaniei (suma bugetului media și a costurilor de producție):

*Câmp de selecție:*

< 5.000 Euro

5.000 - 10.000 Euro

10.000 - 25.000 Euro

25.000 - 50.000 Euro

> 50.000 Euro

2. Prezentați alte informații relevante legate de bugetul campaniei, dacă este cazul. **[maxim 850 de caractere cu spații]**

**Pasul 6 - Evaluarea campaniei**

1. Care au fost obstacolele majore întâmpinate pe durata implementării campaniei? **[maxim 850 de caractere cu spații]**

2. Prezentați alte informații relevante despre campanie, dacă este cazul. **[maxim 1.000 de caractere cu spații]**

**Pasul 7 - Comunicarea proiectului și anexe**

\*1. Pe ce medii de comunicare a fost promovată campania? (precizați minim 3 medii de comunicare diferite, fie online sau offline)

*[exemple: TV, Radio, Print, OOH, Events/BTL, Mobile Apps, Mobile Campaigns, Websites, Social Media, Campanii digitale, Execuții de PR etc.]*

2. Încărcați în câmpurile de mai jos cinci exemple de materiale creative sau materiale de suport din cadrul campaniei [.jpg, .gif, .png, .pdf]

\*5. Upload 1

\*6. Upload 2

\*7. Upload 3

\*8. Upload 4

\*9. Upload 5

3. Completați în următoarele 5 câmpuri link-uri cu alte execuții creative din campanie. (exemple: spot TV, Radio, Events/BTL, PR materials etc.) **(min. 3 – max. 5 câmpuri). !Nu sunt acceptate arhive sau link-uri de transfer.**

**Pasul 8 - Date despre autor**

**- *pentru a putea comunica proiectul către publicul larg:***

Vă rugăm să completați câteva date despre autorul campaniei

\*1. Nume agenție / organizație

\*2. O scurtă descriere a activității agenției / organizației: **[maxim 500 de caractere cu spații]**

\*3.Încărcați în câmpurile specificate logo-ul organizației [.jpg, .gif, .png] și CUI sau CIF [.pdf].

**Pasul 9 - Date logistice despre organizator***(sunt preluate automat din formularul de cont, profil GSC)*

\*1. Forma de organizare

\*2. Nume organizație

\*3. Acronim organizație

\*4. Anul înființării organizației

\*5. Adresă organizație

\*6. Județ

\*7. E-mail organizație

\*8. Telefon organizație

\*9. Website organizație

**De completat în plus:**

*Date de contact aplicant–* persoana cu care vor ține legătura organizatorii pe întreaga perioadă a competiției:

Nume aplicant:

Funcție:

E-mail:

Telefon:

*Persoană de contact din cadrul agenției / organizației* - contact de rezervă, diferit de persoana care aplică:

Nume persoană de contact:

Funcție:

E-mail:

Telefon: