

Calendarul evenimentelor IQads și SMARK



IQads este cea mai importantă platformă locală dedicată industriilor creative și domeniile conexe, care activează cea mai mare comunitate creativă din România: profesioniști, freelanceri, admiratori, aspiranți.



Totul despre publicitate și cei care o produc
IQads.ro oferă content premium despre industrie, ca business și ca spectacol: știri, interviuri, analize, creații și multe altele.



SMARK este o sursă de knowledge și inspirație plus un instrument destinat dezvoltării profesionale a celor care lucrează în industria românească de marcomm.



The Romanian Community of Marketing Professionals
SMARK.ro oferă content premium despre marketing: știri, interviuri, studii de caz.



a 9-a ediție, 18 - 24 august 2014

Evenimentul anual de publicitate neconvențională din România. 7 zile de activări creative în fiecare an, peste 100 de branduri culturale și sociale implicate și peste 400 de idei implementate până acum. Evenimentele tradiționale din cadrul Adfel includ:



a 8-a ediție
Spectacolul celor mai bune parodii publicitare originale.



a 4-a ediție
Sesiune de traininguri intensive pentru aspiranții domeniului.



Bătălia publicitarilor pe 4 pitchuri diferite:



a 2-a ediție, 9 - 11 aprilie 2014
Gătitul e la mare modă, să facem o petrecere din asta!



a 5-a ediție, 29 - 30 mai 2014
Prima dintre Cupele Agențiilor, acum Cannes-ul fotbalului.



prima ediție, 23 - 25 septembrie 2014
Vocile industriei se adună pe o singură scenă.



prima ediție, 19 - 21 noiembrie 2014
Cei mai tari gameri din publicitate se luptă pentru victoria totală.



20 de competiții până acum

Platforma de competiții premium de *user generated content* la care participă cea mai importantă comunitate creativă din România.



Prezentarea celor mai interesante evenimente pentru creativi și marketeri – job și afterhours.



Povestea creării și evoluției celor mai interesante branduri.



Serviciul de recrutare dedicat industriilor creative.



Prezentarea și promovarea companiilor care oferă servicii pentru industria de advertising.



Articole de promovare scrise deștept.



10 rapoarte până acum

O serie de studii de research sindicalizate care acoperă cele mai relevante subiecte pentru industrii variate. Cele mai recente:



Serviciul de recrutare dedicat managementului și marketingului.

Evenimentele în ordine cronologică

2014



ediția 9
18 – 24 august



ediția 4
15 – 24 august



o nouă ediție
activată oricând



ediția 1
23 – 25 septembrie



ediția 2
29 – 30 octombrie



ediția 2
1 – 2 octombrie



ediția 1
19 – 21 noiembrie



ediția 2
26 – 27 noiembrie

2015



ediția 3
aprilie 2015



ediția 6
mai 2015

Evenimentele noastre reprezintă pentru branduri și agenții un cadru premium în care își pot activa comunicarea, acoperind cea mai importantă comunitate creativă din România (prin IQads), oamenii de marketing (prin SMARK) și un public generalist, pe baza influenței acestora.



Vezi cum e la  Adfel



[MAKING OF, 6 min.](#) | [ARTICOL, 5 min.](#)

Lucrurile tale preferate pot fi chiar mai bune decât le știi

O săptămână pe an, ieșitul la terasă devine cea mai surprinzătoare experiență din București

Totul într-o propoziție

ADfel e locul unde în fiecare an ieșitul în oraș are final neașteptat: singurul eveniment de branded entertainment din România și cel mai mișto playground al publicității create la noi, unde vin peste 7.000 de oameni ca să fie surprinși, în 7 zile de activări neconvenționale și proiecții, de la 100 de branduri și organizații implicate, cu peste 400 de idei implementate, în cele 8 ediții de până acum.

Merită să vezi best of ADfel 2013

Video, 5 minute: iqads.ro/podcast/1050

Articol, 5 minute: iqads.ro/articol/26772/



Pentru cine e ADfel

- **Pentru agenții:** locul unde se fac cele mai deștepte activări din România, care ajută la (new) business și care motivează creativ echipa
- **Pentru branduri:** locul unde 7.000 de participanți și 500.000 de oameni atinși de campanie chiar sunt interesați și deseori fascinați de publicitate
- **Pentru participanți:** locul unde publicitatea chiar e mișto (din nou)



Ce facem la ADfel?

- ADfel reunește oportunități de sponsorizare care însumează 40 de zile, din care evenimentul de 7 zile este punctul central:
 - **happening-uri și execuții neconvenționale** create de cele mai importante branduri cu agențiile lor, cu IQads, sau în parteneriat
ex: [Absolut la ADfel 2012](#)
 - **competiții de creație** înainte și/sau în timpul și/sau după eveniment
ex: [Battle of the Six Words by Axe Excite](#)
 - **ADfel Galleries**, expoziție a celor mai bune neconvenționale din lume (inclusiv RO)
ex: [ADfel Galleries 2013](#)
 - **Zilele Culturale ADfel**, în care fundații, ONG-uri și alte instituții culturale și sociale își promovează neconvențional inițiativa
ex: [Zilele Culturale ADfel 2013](#)
 - **Grand Spoof**, singurul concurs de parodii publicitare din România
ex: [GrandSpoof 2013](#)
 - **Atelierele IQads Kadett**, sesiune de traininguri intensive pentru tinerii aspiranți la o carieră în marcomm



Promovarea dedicată brandului

BRAND +  ADfel

campanie dedicată
(online, radio, print)

40 de zile de campanie

competiții creație

campanie editorială
(articole, PR)

**7 zile de eveniment offline
7.000 de participanți**

buzz, viralizare,
rețele sociale

**reach al brandului în asociere cu ADfel:
500.000+ oameni**

execuții inovative și/sau happeninguri smart

Coordonatele ediției 2014

Durata proiectului: 40 zile (online + offline)

Durata comunicării: 40 zile (media, buzz, PR, rețele sociale, viralizare)

Durata evenimentului offline: 7 zile, 18 – 24 august 2014, Fabrica

Interacțiune la locul de desfășurare: cca 7.000 participanți

Reach per brand (via media, buzz, PR, rețele sociale): 500.000+ oameni

Buget

- **Bugetul de participare la ADFel: 5.000 – 15.000 EUR**
- Bugetul este calculat în funcție de:
 - numărul de activări ale brandului la ADFel (1 – oricate)
 - numărul de zile ale brandului la ADFel (1 – 7)
 - vizibilitatea activărilor la ADFel (poziția în terasă, spațiul ocupat etc.)
 - amploarea campaniei media
 - amploarea activităților conexe (ex: competiții de creație online etc.)
- Bugetul include:
 - Asocierea cu ADFel, acces la publicul și renumele evenimentului
 - Conceperea activităților de brand și/sau consultanță pentru activitățile propuse de agenție
 - Campania media asociată prezenței la eveniment: concepere și/sau consultanță (10 săptămâni, online, radio, print)
 - Campania editorială, PR, viralizare
 - Making-of dedicat + follow-up
- Bugetul nu include:
 - Costurile logistice pentru activările de la eveniment:
 - producție
 - implementare



Case studies

- Ideile și implementarea pentru ADFel sunt realizate pentru branduri de: agențiile curente / departamentele de marketing sau de IQads sau de agenții și IQads. IQads oferă consultanță pentru oricare din ideile implementate.
- **[ADfel 2013] La Festa 3 in 1, idee și implementare by Lowe:**
Cabina Menage a Trois, photobooth în care te combini cu oameni random din terasă, ca să faci poze care să pară că ați ajuns direct în pat
Video, 2 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/919>
- **[ADfel 2012] ABSOLUT VODKA, idee și implementare by Geometry Global (G2):**
Absolut Composer, activarea la care oricine devenea un compozitor genial, controlând impecabil o orchestră simfonică live, folosind doar o orgă de lumini
Video, 3 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/643>
- **[ADfel 2011] Jameson, idee și implementare by IQads:**
Jameson a dat viață platformei de brand *easy going Irish*, promovând și competiția de film globală Done in Sixty Seconds: de la filme recreate live pe scenă la concursuri smart
Video, 4 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/635/>

Mai multe resurse despre ADfel

Pentru o și mai bună înțelegere a evenimentului sau ca să creați activări la ADfel, mai sunt disponibile următoarele resurse:

prezentarea generală ADfel:

detaaliat, PDF: http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/ADfel_2014_General_RO.pdf

detaaliat, PPT: http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/ADfel_2014_General_RO.pptx

scurt, PDF: http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/ADfel_2014_Short.pdf

scurt, PPT: http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/ADfel_2014_Short.pptx

case studies și best practices ADfel, detaliate:

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/ADfel_Case_studies.pdf

puncte de contact recomandate în Fabrica:

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/ADfel_Fabrica_Descrierea_locatiei.pdf





Sesiune de traininguri intensive pentru aspiranții la o carieră în comunicare și marketing
15 – 24 august 2014 | ediția 4 | Terasa Fabrica | atelierele.IQadsKadett.ro

Despre IQads Kadett

- În perioada 2009-2012, IQads Kadett a fost cea mai amplă modalitate profesionistă din România prin care sunt identificați tinerii cu potențial pentru o carieră în marcomm, cu selecție, pregătire și plasare pe tot parcursul anului, legătura între mediul academic și industria de marcomm
- Din 2014, IQads Kadett continuă sub forma Atelierelor IQads Kadett: program intensiv de training-uri și sesiuni de coaching cu profesioniști de top din marcomm pentru aspiranții la o carieră în domeniu sau pentru juniorii deja angajați.
- **Pentru agenții:** locul unde pot fi activate credibil platforme de comunicare legate de educație, tineret, dezvoltare, employer branding, dar și recrutare premium pe un brief real
- **Pentru branduri:** locul unde pot fi atinși tinerii de top interesați de marcomm; recrutare premium pe un brief real, employer branding
- **Pentru participanți:** locul unde arzi etapele și te pregătești de marcomm în 10 zile intense

Argumente pentru brand

- **Brandul** sprijină formarea și dezvoltarea profesională a tinerilor aflați la început de drum, are modalități de recrutare extinse și oferă oportunități celor mai buni dintre ei.
- **IQads Kadett** reprezintă cea mai importantă și mai vizibilă modalitate de formare ongoing a tinerilor care aspiră la o carieră în industria de marcomm, acoperind la nivel generalist cele mai importante 10 tipuri de job-uri din domeniu.
- Prin această asociere, putem facilita interacțiunea dintre brand și cei mai buni tineri interesați de o carieră în marcomm, filtrați prin program, printr-o comunicare personală cu ei, generând un aport semnificativ pentru brand pe partea de employer branding.

Desfășurarea

- Brandul oferă suport tinerilor interesați de advertising care vor un modul intensiv de acumulare de cunoștințe și experiență concretă, acumulată organic
- Inițial, tinerii interesați de Atelierele IQads Kadett sunt selectați pe baza CV-ului și a 2 texte argumentative referitoare la campania lor preferată și la departamentul în care ar vrea să lucreze
- Ulterior, selectăm pe cei mai buni dintre cei înscriși pentru un program de traininguri intensive de publicitate cu profesioniști în marcomm, foarte vizibil în media, asociat brandului
- **Timingul etapei:**
 - **3 săptămâni:** înscrierea participanților, selectarea celor mai buni 25
 - **9 zile (15-24 august, la Fabrica):** traininguri intensive pe echipe de câte 5 și cea mai exclusivistă formă de pregătire pentru cei mai buni tineri care lucrează direct cu profesioniști, de la brief până la prezentarea finală: strategie, art, copy, sales
 - **2 zile:** evaluare internă, analiza prezentărilor + alegerea finaliștilor
 - **2 săptămâni:** follow-up, interviuri cu câștigătorii, materiale despre atmosfera din agențiile unde ajung

Case study

- Ideile și implementarea pentru Atelierele IQads sunt realizate pentru branduri de: agențiile curente / departamentele de marketing sau de IQads sau de agenții și IQads. IQads oferă consultanță pentru oricare din ideile implementate.
- **Atelierele IQads Kadett 2011**, oferite de **Grolsch**: Cei 25 de participanți au învățat timp de la șase traineri din zonele de strategie, creație și client, prezentand la final rezolvarile brief-ului dat de Grolsch.
Articol, 3 minute: <http://www.iqads.ro/articol/14685>

Bugetul

Bugetul pentru asocierea cu IQads Kadett este de 5.000 €

Bugetul include:

- campania media asociată evenimentului
- activările brandului de la eveniment
- activitățile de PR, viralizare



ediția 1
23 – 25 septembrie



ediția 1
19 – 21 noiembrie



ediția 3
aprilie 2015



ediția 6
mai 2015

Vezi cum e la Cupe



[Vezi fotbal în 5 minute](#)

[Vezi gătit în 5 minute](#)

Promovarea brandului la Cupe: overview

10 săptămâni de campanie

- campanie dedicată
(online, radio, print)
- campanie editorială
(articole, PR)

3 zile de eveniment
500+ participanți

reach al brandului
500.000+ oameni

- competiție creație
- buzz, viralizare,
rețele sociale

branding, sampling, activări



Singura competiție de karaoke și show pentru oamenii de marcomm din România
23 – 25 septembrie 2014 | CupaAgentiilor.ro/Karaoke

un eveniment
IQads



3 zile și o mare scenă pe care publicitarii cântă solo, în formații sau în duet cu vedete, cu band live pe spate și cu fanii urlând în public. Plus starurile publicității cu bandurile lor.

Participanți: 500+ de publicitari. Reach: 500.000+ de oameni care văd Cupa și brandurile ei



Spectacolul Cupei

Marea scenă



Showmanii din marcomm



Fani + Profesioniști

Campanie media & activări

CUPA Agentilor Karaoke by CAT MUSIC

Pregătim deja covorul roșu și reflectoarele pentru cele mai bune voci ale publicității!

23 - 25 septembrie

Competiții de creație



Buzz, viralizare, ego



Cupa Agențiilor la Karaoke

Vocile industriei se adună pe o singură scenă.

- Cel mai important eveniment de karaoke pentru industria creativă din România, aflat la prima ediție pe 23, 24 și 25 septembrie 2014
- **Premieră.** Cupa este singurul eveniment care oferă o scenă comună celor pasionați de karaoke din agenții
- **Accesibilitate.** Va exista un repertoriu liber și repertoriu impus, tocmai pentru a stimula participarea - sunt bineveniți maniacii, pasionații și începătorii + suporterii lor
- **Prestigiu.** Ajung la nivelul următor, de la confruntările în grup restrâns la o competiție cu toată industria, pe aceeași scenă
- **Fun.** Conținutul cupei și activitățile din jurul său o vor face interesant de urmărit, atât pentru cei implicați direct cât și pentru cei care o privesc de la distanță
- **Endorsement.** Organizată cu o frecvență anuală, Cupa va deveni rapid un eveniment tradițional de reîntâlnire a oamenilor din breaslă



Activitățile Cupei: competiție

- Din partea fiecărei agenții se pot înscrie soliști sau trupe:
estimăm 30 de agenții x 2 - 10 reprezentanți + 200 de suporteri
- Fiecare echipă are 3 urcări pe scenă, fiecare de maxim 5 minute:
 - un cântec la liberă alegere, solo sau band
 - un cântec pe o melodie din portofoliul Cat Music, solo sau band
 - un cântec în duet cu o vedetă Cat Music și/sau cu live band-ul Cat Music
- Fiecare echipă va trebui să-și construiască o identitate: nume și logo
- Evoluția pe scenă a fiecărei echipe va fi votată de un juriu profesionist (advertising, muzică, showbiz), cu note de la 1 la 10
- Logistică: scenotehnică, catering, hostesse, cupe, eveniment de premiere



Activitățile Cupei: branduri

Posibilități extinse pentru activări de brand, online și offline

Câteva startere posibile (customizate per request pentru fiecare brand):

- Branding la locație: în sală, pe scenă, în perimetru etc.
- Activări înainte de eveniment:
 - Competiții de creație pentru branduri, legate de profilul brandului și al competiției
 - Activări ale partenerilor în agenții
- Activări la eveniment:
 - Zona VIP / Smoking Lounge / Interview Area
 - Zona de pregătire de show: machiaj, coafură, masaj, training vocal
 - Product demos: produse, servicii, în zone dedicate
 - Mașina oficială
 - Partener al transmisiei live
 - Camera afonilor
 - Competiție de lipsyncing
 - Show-uri prezentate de cântăreți profesioniști (publicitari sau nu)
 - Reprezentant al brandului în juriu
 - Premii speciale, inventate după profilul brandului
- Activări după eveniment:
 - Premii trimise în agenții
 - Activări ale partenerilor în agenții



Case studies Cupe



1. **[Cupa Agențiilor la Karaoke 2014] Cat Music ca naming sponsor concept și implementare by IQads & Cat Music**

Naming sponsor fondator, Cat Music aduce artiștii săi în duet cu agențiile, pentru a promova B2B serviciile de artist management și music licensing



2. **[Cupa Agențiilor la Gătit 2014] Floriol ca naming sponsor concept și implementare by Floriol**

Naming sponsor fondator (la fel ca în 2013), Floriol a creat un event high profile pentru publicitari, susținut de la prima ediție

Vezi making of Floriol, 4 min.: <http://www.iqads.ro/podcast/1083>



3. **[Cupa Agențiilor la Gătit 2013] Verla ca partener de producție concept și implementare by IQads**

Verla (importator de materiale pentru producția publicitară) a atins în premieră agențiile de publicitate în 2013 oferind materialele sale ca suporturi creative pentru publicitari, în 11 puncte de contact

Vezi making of Verla, 4 min.: <http://www.iqads.ro/podcast/980>



4. **[Cupa Agențiilor la Fotbal 2013] AdProduction ca partener de soluții concept și implementare by IQads**

AdProduction a integrat la CAF materialele sale și a creat o competiție de creație care să demonstreze că sunt croitori de producție publicitară

Vezi making of AdProduction, 4 min.: <http://www.iqads.ro/podcast/870>

Bugetul

Bugetul variază între 3.000 – 7.000 EUR și include:

- Asocierea cu evenimentul
- Conceptul activităților de brand și/sau consultanță pentru activitățile propuse de agenție
- Campania media asociată evenimentului: creație și implementare (10 săptămâni, online, radio, print)
- Campania editorială, PR, viralizare
- Making of + follow-up

Bugetul este proporțional cu:

- Numărul activărilor la eveniment
- Numărul de zile în care brandul e vizibil la eveniment (1-3)
- Amploarea activărilor
- Amploarea campaniei media

Bugetul nu include:

- Implementarea activărilor la eveniment
- Alte elemente aduse suplimentar



Mai multe resurse despre Karaoke

Pentru o și mai bună înțelegere a evenimentului sau ca să creai activări la Cupa Agențiilor la Karaoke, mai sunt disponibile următoarele resurse:

prezentarea generală:

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/Cupa_Agentiilor_la_Karaoke_2014_RO_General.pdf

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/Cupa_Agentiilor_la_Karaoke_2014_RO_General.pptx





Singura competiție de gaming pentru oamenii de comunicare și marketing din RO
19 – 21 noiembrie 2014 | CupaAgentiilor.ro/Gaming

un eveniment
IQads

Gameplayul Cupei

Gaming Location



Gamerii din marcomm



Suporteri



Campanie media



Competiții de creație



Buzz, viralizare, ego

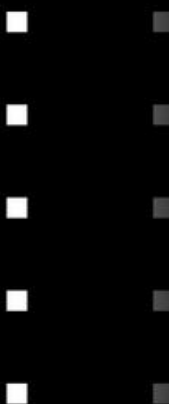


Reach al partenerului, în asociere cu Cupa: 450.000+ oameni

Cupa Agențiilor la Gaming

Cei mai tari gameri din publicitate se luptă
pentru victoria totală.

- Cel mai important eveniment dedicat pasionaților de gaming din industria creativă din România, aflat la prima ediție, pe 19, 20 și 21 noiembrie
- **Premieră.** Cupa este singurul eveniment care oferă un playground comun celor pasionați de gaming din agenții
- **Accesibilitate.** Jocurile din competiție au fost alese tocmai ca să stimuleze participarea - sunt bineveniți *maniac gamers*, *casual gamers* și *newbies* + suporterii lor
- **Prestigiu.** Gamerii urcă la nivelul următor, trecând de la confruntările în grup restrâns la o competiție desfășurată cu toată industria
- **Fun.** Conținutul cupei și activitățile din jurul său o vor face interesant de urmărit pentru toți cei prezenți și în același timp, e o formă neconvențională de teambuilding pentru agenții și un spectacol pentru pasionați
- **Endorsement.** Organizată cu o frecvență anuală, Cupa va deveni rapid un eveniment tradițional de reîntâlnire a oamenilor din breaslă



Profil participanți

Profesioniști care activează în marcomm:

- **Maniac gamers:** cei cu multă experiență, au o zonă dedicată gamingului în agenție și/sau organizează întâlniri tradiționale cu adversarii de gaming, au skilluri și vocabular, joacă în crâncenat, vin pentru ego;
- **Casual gamers:** cei care au mai jucat, au ceva vocabular, joacă mai mult pentru fun;
- **Newbies:** cei pentru care gamingul e mai mult o experiență pe care vor s-o încerce, au jucat când erau mai tineri și au prins gustul, joacă cel mai relaxat, vin pentru socializare și fun;
- **Suporteri:** vin aduși de gameri sau ca să-și susțină colegii și ca să apere gloria agenției.

Participanți direcți: 200+ în cele 3 zile de

Reach campanie: 400.000+

Durată campanie: 10 săptămâni

Beneficii ale asocierii

- **Pentru agenții:** locul unde se pot realiza activări, demo creativ și competiții dedicate mai multe tipuri de branduri: pentru snacks, băuturi răcoritoare, energizante etc.
- **Pentru branduri:** locul unde se strâng cei publicitarii pasionați de gaming, care se luptă for the ultimate win
- **Pentru participanți:** locul unui teambuilding și chiul creativ cu industria, luptă de ego
- **Branduri prezente în 2014:** nici unul confirmat până în acest moment



Mecanism

- Jocuri din cele mai populare 3 categorii: fotbal, racing, shootere - jocurile fiind cele mai fun pentru sistem multiplayer, cele mai bune jocuri dpdv rating, cele mai ușor de jucat și pentru un nivel de începător
- În total: 6 grupe, 24 de echipe, 5 jucători / echipă, maxim 3 rezerve (între 120 și 192 de jucători) și meciuri de 15 minute
- Punctajele fiecărei echipe de la fiecare meci sunt transformate în note, de la 1 la 10, iar cele mai bune 2 echipe din fiecare grupă se califică mai departe

Activări de brand

Posibilități extinse pentru activări de brand, în pauzele dintre jocuri / în paralel cu acestea

Câteva startere:

- Demo-uri făcute de gameri profesioniști: live sau înregistrate
- Zona de antrenament oferită de brandul partener
- Ecrane multitouch cu minigames simple
- Sampling / branding la locație, pe echipamentul jucătorilor
- Alte jocuri: pe mobile, boardgames, jocuri retro: tetris, snake...



Bugetul

Bugetul variază între 3.000 – 7.000 EUR și include:

- Asocierea cu evenimentul
- Conceptul activităților de brand și/sau consultanță pentru activitățile propuse de agenție
- Campania media asociată evenimentului: creație și implementare (10 săptămâni, online, radio, print)
- Campania editorială, PR, viralizare
- Making of + follow-up

Bugetul este proporțional cu:

- Numărul activărilor la eveniment
- Numărul de zile în care brandul e vizibil la eveniment (1-3)
- Amploarea activărilor
- Amploarea campaniei media

Bugetul nu include:

- Implementarea activărilor la eveniment
- Alte elemente aduse suplimentar



Mai multe resurse despre Gaming

Pentru o și mai bună înțelegere a evenimentului sau ca să creați activări la Cupa Agențiilor la Karaoke, mai sunt disponibile următoarele resurse:

prezentarea generală:

http://www.igads.ro/mediacontinut/prezentari/Cupa_Agentiilor_la_Gaming_2014_RO_teasing.pdf



Conectați-vă la Yahoo!

PC-ul dvs. este protejat? **EE**
Click-ul pe un link de securitate

ID Yahoo!

Adresa de e-mail:

Parola:

[[) Făcând clic sunteți de acord să acceptați un contract partener

Autentificare

Valabilitate ID-ul meu este? 1 An
1 An

Autentificare

Facebook Google

Nu aveți un ID Yahoo!? [Creați cont nou](#)

Repede!
Poate ai primit vesti bune!

Copyright © 2011 Yahoo! Toate drepturile rezervate. Pentru mai multe informații, vizitați [http://www.yahoo.com/privacy](#). Yahoo! este un serviciu de Yahoo! Inc. sau una dintre companiile sale. Yahoo! Inc. este o companie listată public la New York Stock Exchange Inc. Yahoo! este un serviciu de Yahoo! Inc.

PAYBACK TIME, Iulia Dincă

- ESTETISMUS TUNGUDES
- VINGANCE BLACK
- S&S TO ERZAN DRAMA
- P&P 1871 F&P&S
- H&ZURE F&K&S O&E&N

Comenzi și design-uri realizate pe platforma P&D&S 72
Distribuit în România de 24 săptămâni | Distribuitor român: DR. Aron Avram
Prețuri: 4.000 euro - preț de vânzare de bază
Timp de livrare: 2011/03/17

www.paulsavulescu.com

Piccolo Laboratory de Nicu Duta

FATA

SPAȚE



Publicul activat de TheCreator

Target inițial: influențatorii, creativii care vor înscrie lucrările

Profesioniști ai industriilor creative și cei interesați de publicitate

- **Pasionați:** Oameni care nu urmăresc publicitatea pasiv, ci judecă reclamele, au opinii, intră pe IQads, sunt foarte brand-aware și au ad-uri favorite

O parte din ei aspiră / se pregătesc pentru o carieră într-una din industriile creative

- **Profesioniști:** publicitate, film, video, design, alte industrii creative.

Target derivat: răspândacii, cei care vor disemina înscrierile

Public conectat cu cei din prima categorie: prieteni în viața reală, prieteni sau followeri pe Facebook și Twitter, cititori ai blogurilor scrise de aceștia etc.

Aceștia îi privesc pe influențatori ca lideri de grup, care le marchează gusturile în materie de advertising și creativitate în general



Direcția de asociere cu brandul, într-un slide



Direcția: Creăm awareness și înscrieri de calitate pentru competiția organizată de brand, provocând cea mai importantă comunitate creativă din România, printr-o competiție de creație centrată în jurul brandului, a unui produs sau a unui proiect.

Competiție de creație pentru cea mai importantă comunitate creativă din România

Durata: 8-10 săptămâni: înscrieri + vot în paralel

Reach: 500.000 de oameni

Buget: 10.000 EUR include toate cele necesare lansării și desfășurării competiției: creație, brief, regulament, campanie, media, PR, managementul înscrierilor, plus premii de 3.000 EUR brut (valoare recomandată)

Tipul creațiilor și estimare participare:

- **design:** circa 150 de creații premium, originale, care devin proprietatea brandului
- **scurtmetraj:** circa 50 de filme finaliste, care devin proprietatea brandului

Exemplu de competiție cu creații valorificate 2 ani:

- În 2011, organizam competiția de design pe jacheta PUMA T7: [aici](#)
- În 2012, produceam cele 4 jachete câștigătoare, unicat.

Printre câștigători era și o creație by Lana, designeriță română foarte pe val: [RO2](#)

- În 2013, s-a lansat jacheta în serie super limitată de 15 bucăți, în [PUMA Concept Store din AFI](#). Lansarea a fost o altă activare offline, promovată cu un Harlem Shake: [Etno Shake](#)

Beneficii ale asocierii

Pentru agenție: oportunitatea de a propune unui brand o competiție de creație cu sute de înscrieri premium, care devin apoi proprietatea brandului. Aceste înscrieri pot deveni apoi content pentru social media, evenimente etc. Competițiile pot veni din partea unor branduri deja cool sau a unor branduri care vor să-și crească percepția de coolness.

Pentru brand: interacțiune cu cea mai mare comunitate creativă din România

Pentru participanți: un pretext pentru a fi creativ, o șansă de a fi remarcat de industrie, un ego booster

Branduri care vor organiza competiții creative în 2014: Dero



ÎNSCRIEREA LUCRĂRILOR

TOP

8 săptămâni: Lucrările finaliste sunt publicate pe măsura aprobării

1 săptămână

VOTING PUBLIC + JURIU

Promovarea
câștigătorilor

8 săptămâni: Recomandat: Profesioniști (70%), Public (30%)

amplarea promovării

Promovarea înscrierilor

campanie media: bannere: 500k afișări, branding
comunitatea IQads: newslettere, 20k membri activi
social media: updates, 120k fans & friends
PR, buzz

Buzz generat de concurenți

rețele sociale, bloguri, prieteni

Promovarea votului

campanie media: bannere: 500k afișări, branding
comunitatea IQads: newslettere, 20k membri activi
social media: updates, peste 120k fans & friends
PR, buzz

la final, promovarea câștigătorilor:
conținut editorial, propagare oficială pe rețele
sociale

Superbuzz generat de concurenți

Propagarea creațiilor finaliste de către concurenți
“Campanie electorală” pentru fiecare înscriere



the
creator

branded reach pentru campanie + buzz: peste 500.000 oameni

2013 / Nokia Lumia Design Competition

Descriere: Nokia a propus tuturor pasionaților de design să se gândească la cât mai multe moduri fun de a accesoriza noul smartphone Nokia Lumia 520, astfel încât să fie și un manifest personal creativ și amuzant. Au fost acordate 6 premii, dintre care 3 speciale, plus câte un smartphone personalizat cu design-ul câștigător pentru fiecare premiant.

Brief pe scurt: Demonstrează-ne că știi să găsești ceva distractiv în tot ce te înconjoară. Personalizează spatele detașabil al noului smartphone Nokia Lumia 520 printr-un design unic și original, creat de tine, care să-i amuze până și pe cei mai critici prieteni ai tăi. Ca în orice lucru distractiv, nu există limite. Exprimă-te creativ și lasă loc imaginației. Fii curios, explorează și fii original.

Înscrieri: 5 săpt., 17 iulie – 21 august 2013

Vot: 9 săpt., 17 iulie – 16 septembrie 2013

Reach total: 300.000+ oameni (TheCreator)

Creații: 660 înscrieri / 428 finaliste

[Vezi finalistele](#)

2013 / Grand Spoof oferit de Ciuc Premium

Descriere: Grand Spoof, aflat la cea de-a 7 ediție, este singura competiție de parodiat reclame din România, oferită în 2013, pentru a doua oară consecutiv, de Ciuc Premium. Cele mai bune 17 spoofuri din competiție au fost proiectate pe 14 august în cadrul evenimentului de publicitate neconvențională ADfel, iar cele mai bune 2 lucrări au fost și premiate.

Brief pe scurt: După ce te-ai răcorit bine cu un Ciuc Premium, adună toată creativitatea de care ești în stare și realizează un spoof de maxim 90 de secunde care să parodieze o reclamă românească sau internațională. Ai grijă să incluzi însă suficiente elemente din reclama parodiată pentru ca publicul să poată să recunoască și originalul. Și nu uita că numai creativitatea contează.

Înscrieri: 4 săpt., 6 iunie – 18 iulie 2012

Vot: 3 săpt., 22 iulie – 12 august 2012

Reach total: 750.000+ oameni (TheCreator + ADfel)

Creării: 84 înscrieri / 65 finaliste

[Vezi finalistele](#)



POPODONTAX

Oh, Răngi nu l-a uitat
pe cei mai buni dintre noi

Un spoof original



Doar IDEEEI contează.

Ciuc

Buget The Creator

10.000 EUR activare competiție + 3000 EUR premii

Bugetul este proporțional cu:

- tipul de competiție (design sau scurtmetraj – competițiile de scurtmetraj presupun o perioadă de înscrieri mai lungă și un buget de premii mai mare)
- amploarea campaniei media
- valoarea premiilor



Mai multe resurse despre TheCreator

Pentru o și mai bună înțelegere a proiectului sau ca să creai competiții pe TheCreator, mai sunt disponibile următoarele resurse:

prezentarea generală:

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/The_Creator_Promovare_si_rezultate_competitii.pdf

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/The_Creator_Promovare_si_rezultate_competitii.pptx





3rd edition,
6 - 7 March



3rd edition,
7 - 8 May



5th edition,
25 - 26 June



2nd edition,
1 - 2 October



2nd edition,
29 - 30 October



3rd edition,
26 - 27 November

sponsorship opportunities for marcomm events in 2014

Association model / 4 examples:

Most recent event:



antrenat de



depozitat de



strategii ai datelor



aromat de



Past examples:



data strategists



activated by



trust providers



youth expert



promotionals by



protected by



men specialist



leathered by



Other partner agencies in 2013



Main benefits

For agencies: a great context for smart activations and building awareness for brands that target marketing professionals or simply people with a good financial situation. The collaboration can also be based on content: you bring international keynote speakers at the event.

For brands: the place where these people gather for 2 days, 6 times a year, and where they are quite receptive to promotional activities, especially when they are tailored for the event

For the participants: an important knowhow source on themes that are not frequently approached at other marketing conferences

The knowhow partners confirmed so far:

Promotions Now 2014: Ad Production, Edenred, Bioderma, Samdam

Brands & Communities 2014: Ascendis, Spoon Media, Euroministorage, Nestlé Professional



Main activities

Workshop

2-hour session with a smaller group of the conference participants with local / global brand leader.
E.g.: Spoon held a [workshop](#) about wearable technologies at Brands & Communities 2014.

Activations

your dedicated area on location or branded mini-events during the event,
creative materials in the event folders, digital presentation sent to all the participants post event

Activation examples:

- a. before the event:** a custom training for the speakers, offered by brand with 10-15 of the speakers and other relevant top professionals in the room (knowhow by Ascendis)
- b. during the event:** branded lounge, on premise
- c. after the event:** networking lunch after the training or after the workshop(s)

Promotional Campaign

featuring you as the partner agency, part of the event extended communication



Event target

Direct: 150 participants + 20-30 speakers per event

- **Clients, 37%:** brand managers, marketing managers, managing directors, entrepreneurs
- **Agencies / ATL, 22%:** creatives, planners, account managers, media people, online
- **Research, 13%:** agencies and specialized marketing people
- **Production / BTL, 6%:** BTL & events, production & implementation
- **Others:** consultants, journalists, people interested in new ideas

Extended: 250.000 people reached per event:

- Pre- and post-campaign – a 6 week campaign
- The most important community of creative people & the community of marketing specialists
 - reached by the content we generate on IQads and SMARK about each event
- A more general urban target – reached through our media partners



Budget

FOR ONE SINGLE EVENT

1. Main Brand Partner: 3.500 EUR

- **Reputation** as brand partner of the event
- **Engagement** via activations at the event
- **Networking** with premium business participants
- **Promotion** via visibility in the event's campaign & PR
- **Extra benefits**: advertorial, invitations
- **Dedicated promo** via activation and/or campaign

2. Main Agency Partner: 2.500 EUR

- **Reputation** as agency partner of the event
- **Engagement** via activations at the event
- **Networking** with premium business participants
- **Limited promotion** via visibility in the event's campaign & PR
- **Extra benefits**: advertorial, invitations

FOR SEVERAL EVENTS: tbd



Resources

For a better understanding of the project or to create customized sponsorship proposals for your brands or clients, more resources are available:

SMARK KnowHow 2014: general presentation of the series:

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/SMARK_KnowHow_2014_EN_General.pdf

http://www.iqads.ro/mediacontinut/prezentari/SMARK_KnowHow_2014_EN_General.pptx



Evenimentele IQads și SMARK de la început de 2015

Cupa Agențiilor la Gătit

Gătitul e la mare modă,
să facem o petrecere din asta!



- Cel mai important eveniment culinar pentru industria creativă din România va ajunge la a treia ediție în aprilie 2015. Probabil tot la [Kuxa Studio](#), dar putem schimba locația în funcție de parteneri.
- O competiție de ego, creativitate și gătit între toate marile agenții, care activează întreaga industrie locală: agențiile își fac embleme, șorțuri, mesaje de participare, preselecții și traininguri de gătit, postări și laude, mai ceva ca la festivalurile de creativitate.
- Publicitarii concurează în echipe de câte 2-4 oameni pentru titlul de Agenția Anului la Gătit și alte premii: Cea mai frumoasă farfurie, Cel mai interesant nume de preparat, Cel mai creativ design de șorț, Cea mai creativă emblemă și altele.
- **Cupa va reuni cele mai importante 20+ echipe din prima ligă a industriei marcomm.** Aceștia sunt jurați de către profesioniști ai gătitului: bucătari profesioniști, food stylists, food bloggers.

Video, 4 minute: [follow-up Cupa Agențiilor la Gătit 2014](#)

Beneficii ale asocierii



- **Pentru agenții:** locul unde se pot realiza evenimente, demo creativ și competiții dedicate pentru branduri din zona de gătit, ingrediente, electrocasnice, lifestyle, spirit de echipă / competiție etc., pentru un public superpremium, cu efect viral important în industria de marcomm
- **Pentru branduri:** locul se strâng cei mai creativi dintre bucătari, care fac spectacol în bucătărie și a căror evoluție e urmărită dincolo de publicitate
- **Pentru participanți:** locul unui teambuilding și chiul creativ cu industria, luptă de ego și talent



Profil participanți



- De la pasionații care practică arta culinară ca pe un hobby constant, la începătorii pentru care bucătăria este un loc de joacă și de distracție din când în când, la colegii-suporteri care îi susțin creativ. Fac spectacol în oricare dintre cazuri, sunt încurajați să participe în oricare dintre cazuri



- **Participanți direcți:** 220+ în cele 3 zile de competiție (30X4 participanți + 100 suporteri)
- **Reach brand:** 500.000+, pentru brandurile cele mai vizibile la Cupă
- **Durată campanie:** 10 săptămâni

Case studies



- Ideile și implementarea pentru Cupa Agențiilor la Gătit sunt realizate de: agenții / departamente de marketing / IQads / IQads + agenții. IQads oferă sprijin pentru oricare din ideile implementate: de la strategie, la prezentare, la implementare.



1. **[Cupa Agențiilor la Gătit 2013] Floriol, idee și implementare by Floriol**
Naming sponsor fondator (la fel și în 2014), Floriol a avut cea mai mare vizibilitate pentru creativi, oferind sampling și trial high profile pentru publicitari
Video, 4 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/968>



2. **[Cupa Agențiilor la Gătit 2013] Verla, idee și implementare by IQads**
Verla (importator de materiale pentru producția publicitară) a intrat în contact cu agențiile în 2013 oferind materialele sale ca suporturi creative pentru publicitari, în 11 puncte de contact: de la competiția dedicată de design pe șorțuri de gătit la fotopaneluri, tabela de clasament live, premii personalizate pentru agenții.
Video, 4 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/980>



3. **[Cupa Agențiilor la Gătit 2013] Robofun, idee și implementare Robofun**
Pentru a demonstra agențiilor skillurile de robotehnică pentru branduri, Robofun a inventat la noi un nou instrument: The Kitchen Symphonizer și a trimis în agenții Tigaia cu like-uri. Exemplul perfect de cal troian
Articol, 3 minute: aici



Cupa Agențiilor la Fotbal

Prima dintre Cupele Agențiilor, acum
Cannes-ul fotbalului.

- Cel mai important eveniment sportiv pentru industria creativă din România, aflat la a șaptea ediție pe 29 - 30 mai 2014 (joi - vineri, 10:00 - 20:00), la Daimon Club
- Competiția e legătura perfectă între fotbal + masculinitate + creativitate, pentru a susține perceperea cool a brandului și a genera trial printre influenceri
- **Reunește cele mai importante 30+ de echipe** din prima ligă a industriei de marcomm, pentru cea mai importantă confruntare sportivă la nivelul întregii industrii
- **Reach excelent** pentru oamenii din marcomm, fani și suporterii ai lor din industriile creative, prieteni și o audiență tangentă industriei: **peste 500.000 oameni în 2013**, o campanie de 45+ zile, legând online-ul și offline-ul





Beneficii ale asocierii

- **Pentru agenții:** locul unde se pot realiza activări, demo creativ și competiții dedicate pentru branduri le care se asociază cu fotbalul, produse de îngrijire personală, beri, echipamente sportive, mașini etc., pentru un public superpremium, cu efect viral important în industria de marcomm
- **Pentru branduri:** locul unde se strâng cei mai creativi amatori de fotbal, care fac spectacol și a căror evoluție e urmărită dincolo de publicitate
- **Pentru participanți:** locul unui teambuilding și chiul creativ cu industria, luptă de ego



Profil participanți

- În general, ei se împart în două categorii: cei care iau competiția extrem de serios, fac antrenamente și sunt puși pe câștigat titlul de *Agencia Anului* și cei care vin pentru distracție, axați mai mult pe partea creativă – design-ul de echipament, embleme și alte materiale de suport. Agențiile își fac echipamente proprii de joc, embleme sportive, pancarte cu mesaje pentru adversari, postere de echipă.
- **Participanți direcți:** 470+ în cele 2 zile de competiție (30X9 participanți + 200 suporteri)
- **Reach brand:** 500.000+, pentru brandurile cele mai vizibile la Cupă
- **Durată campanie:** 10 săptămâni





Case studies

- Ideile și implementarea pentru Cupa Agențiilor la Fotbal sunt realizate pentru branduri de: agențiile curente / departamentele de marketing sau de IQads sau de ambele împreună. IQads oferă sprijin pentru oricare din ideile propuse: de la strategie, la prezentare, la implementare.



1. Bergenbier

Naming sponsor al edițiilor din 2011 și 2012, Bergenbier a profitat de un pretext bun de sampling. Acesta a oferit și toate premiile participanților, beneficiind de cea mai mare vizibilitate.

Video, 4 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/221>



2. Ad Production

Ad Production a gândit pentru participanții la CAF 2013 o serie de materiale și provocări care să scoată în evidență serviciile proprii – welcome desk, taraba cu trofee, competiții de embleme, postere și pancarte, fotonpanel

Video, 4 minute: <http://www.iqads.ro/podcast/870>



Dacă tot ai ajuns până aici, dă-ne un semn la:

Marin Preda

Business Developer Blue Idea

Marin@IQads.ro

+40 727 842 813

Adriana Jescu

Business Developer Blue Idea

Adriana@IQads.ro

+40 749 058 306

Monica Dudău

Senior Project Manager Blue Idea

Monica@IQads.ro

+40 742 040 726