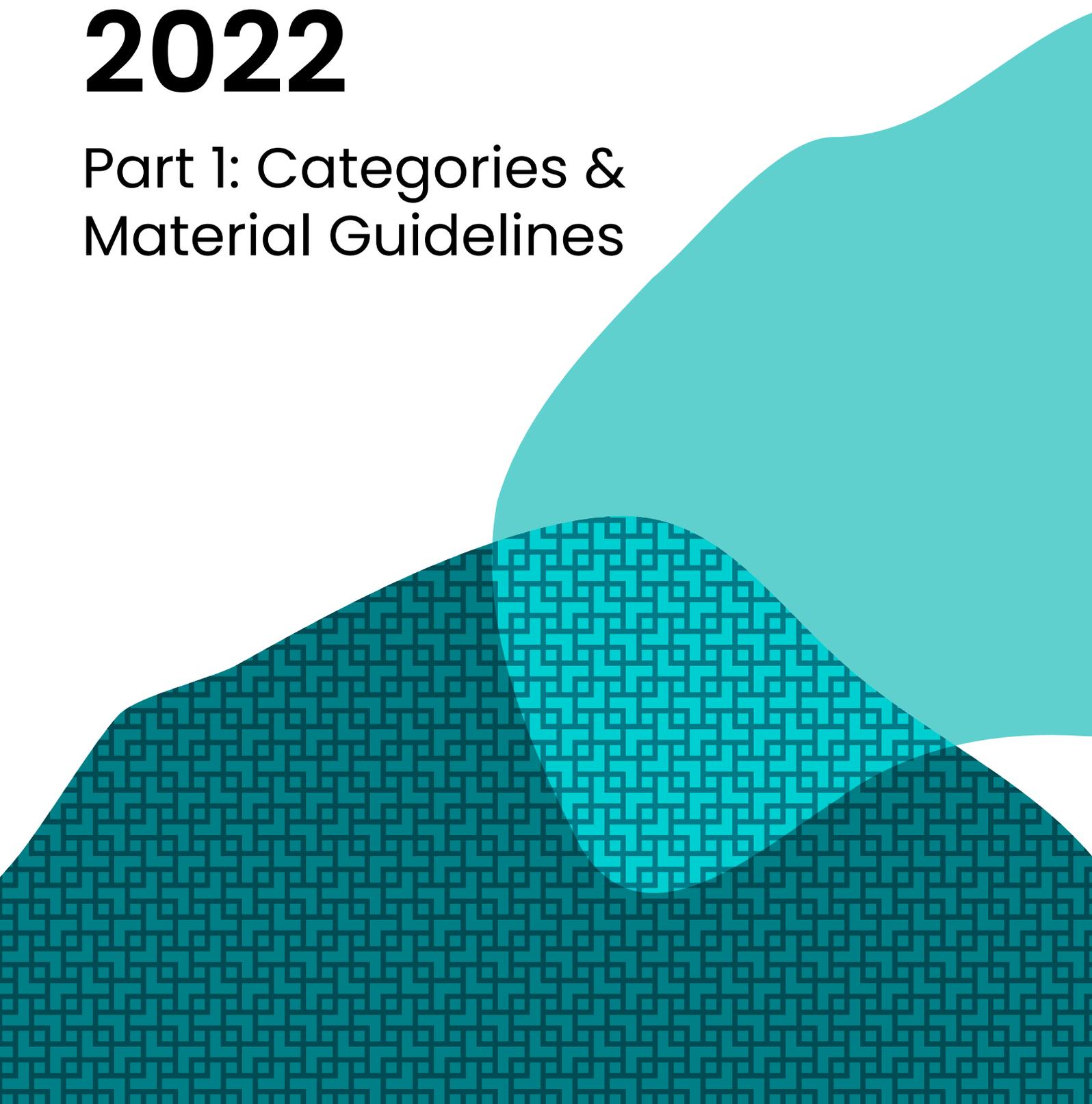


ENTRY KIT 2022

Part 1: Categories &
Material Guidelines



2022 AWARDS

– Contents

Brand Experience & Activation.....	03
Creative Data.....	08
Creative eCommerce.....	10
Creative Effectiveness	13
Design	15
Digital Craft.....	18
Direct.....	20
Entertainment.....	24
Film.....	28
Film Craft.....	32
Glass: The Award For Change.....	34
Healthcare.....	35
Industry Craft.....	43
Innovation.....	47
Integrated.....	48
Media.....	49
Mobile.....	54
Music.....	57
Outdoor.....	59
PR.....	63
Print & Publishing.....	67
Radio & Audio.....	69
Social & Influencer.....	72
Strategy & Effectiveness.....	75
Supporting Material Guidelines.....	78

Brand Experience & Activation

브랜드 익스피리언스 & 액티베이션 스파이크스는 차원이 다른 경험 디자인, 액티베이션, 몰입형 리테일, 360° 고객 참여를 활용한 크리에이티브하고 포괄적인 브랜드 구축을 평가합니다.

출품작은 고객 여정, 브랜드 경험, 모든 접점의 최적화가 어떻게 브랜드 친밀감을 키우고 상업적 성공을 이뤄냈는지 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 20%, 전략 20%, 실행 30%, 결과 30%.
- 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션 부문에서 동일한 작품을 최대 3 회 출품할 수 있습니다. 다만, 'A. 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

<p>A. Brand Experience & Activation: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>Materials</p>
<p>A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.</p>	
<p>A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.</p>	
<p>A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.</p>	
<p>A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.</p>	
<p>A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or G07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section G. Culture & Context</i></p>	

<p>B. Channels</p> <p>브랜드 익스피리언스 & 액티베이션 전반에 관련된 채널의 전략적 활용</p>	<p>Materials</p>
<p>B01 Use of Ambient Media: Small Scale</p> <p>바와 식당에서 쓰는 아이템과 그 외 모든 휴대용(혹은 그와 비슷한 크기의) 아이템.</p> <p><i>'Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film
<p>B02 Use of Ambient Media: Large Scale</p> <p>3D와 일반적이지 않은 위치, 개찰구, 사이니지, 벽면 광고, 디지털 광고판, 창문 스티커, 빌딩 래핑, 헬리콥터 배너와 공간이나 기존의 형상을 활용한 그 외 실행들을 포함한 비전형적인 옥외 광고판.</p> <p><i>'Large Scale' refers to the physical size of the ambient item or execution, not the scale of the distribution.</i></p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>B03 Use of Broadcast</p> <p>시네마, TV, 온라인 혹은 오디오를 쓰는 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션.</p>	
<p>B04 Use of Print or Outdoor</p> <p>인쇄물 및 옥외 장소를 활용한 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션. 여기에는 신문, 잡지, 삽입 광고, 엽계지, 전통적인 광고판이나 포스터 게시판, 버스 정류장, 일반적인 광고 공간을 쓰는 대중교통 광고가 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	

<p>C. Use of Brand Experience & Activation</p> <p>These categories focus on strategic planning and execution of brand experiences.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Guerrilla Marketing & Stunts</p> <p>소비자의 참여를 이끌기 위한 게릴라 마케팅, 단기/일회성 실시간 팝업 이벤트, 가두 선전을 활용한 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film
<p>C02 Live Shows / Concerts / Festivals</p> <p>스포츠, 축제, 콘서트, 단체 오락, 큰 무대 등 고객과의 소통을 위한 대규모 이벤트를 활용한 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>C03 Exhibitions / Installations</p> <p>공간을 만들거나 영구적인 공간 형상을 활용해 고객 참여를 유도하는 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션. 여기에는 갤러리, 전시회, 박람회, 무역 박람회, 자판기, 사이니지, 플로어 그래픽 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	
<p>C04 Competitions & Promotional Games</p> <p>고객 참여를 유도하는 경쟁이나 홍보 장려.</p>	
<p>C05 Customer Retail / In-Store Experience</p> <p>제품 출시, 시연, 샘플링 활동과 구매 경로의 모든 채널에서 진행되는 고객 참여 유도형 팝업 스토어를 비롯한 매장내 및 리테일 활동이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	
<p>C06 360 integrated Brand Experience</p> <p>브랜드 메시지, 제품 혹은 서비스에 관여하고 확장시키는 온, 오프라인의 멀티채널 경험.</p>	
<p>C07 Customer Acquisition & Retention</p> <p>고객 유치, 고객 활동 장려와 전반적인 거래 가격 상승을 위해 경계를 허물고 의미 있고 매력적인 경험과 액티베이션을 만드는 작품.</p>	

D. Touchpoints & Technology The use of technology and multiple touchpoints across a brand experience or activation.	Materials
D01 Tech-led Brand Experience 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션을 개선하기 위해 새로운 기술이나 기존 기술을 활용한 작품.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D02 Use of Mobile & Devices 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션에서 고객과의 상호 작용을 만들고 향상시키기 위해서 모바일 앱, 휴대용 기기, 모바일 기술을 활용하는 작품.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D03 Use of Social & Digital Platforms 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션을 향상시키기 위해 소셜 및 디지털 플랫폼을 활용한 작품.	
D04 Digital Installations 고객과의 관계를 맺고 강화하는 대규모 혹은 소규모 몰입형 디지털 경험과 이벤트. 여기에는 증강 현실/가상 현실 기구, 모션 체어, 멀티스크린, 다차원의 경험이 포함되나 이에 국한되지 않음.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D05 New Realities & Voice Activation 브랜드 경험에 증강 현실, 가상 현실, 혼합 현실 또는 음성 활성화의 크리에이티브한 응용. <i>Please provide a demo film of the technology for the jury</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Demo Film Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D06 Branded Games NEW 게임을 위해 새롭게 개발한 기술을 비롯해 브랜드를 위해 특별히 만든 콘솔, 온라인, 모바일 게임. <i>Please provide a demo film of the technology for the jury.</i>	
D07 Branded Tech NEW 브랜드 가치를 창출하고 라이프스타일이나 행동을 향상시키는 디지털 제품, 액티베이션, 장비와 툴. 여기에는 로봇 공학, 생명 공학, 설비, 전시, 인터랙티브 스크린 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.	

E. Strategy Strategic planning and execution of a brand experience or activation.	Materials
E01 Launch / Re-launch 브랜드, 제품 또는 서비스를 출시 혹은 재출시하기 위해 만들어진 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션.	Compulsory Digital Presentation Image JPG
E02 Sponsorship & Brand Partnership 즉각적이고 장기적인 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션을 만드는 파트너십/후원. 출품작은 파트너십/후원의 효과에 따라 심사됨.	Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

F. Campaign	Materials
F01 Integrated Campaign led by Brand Experience & Activation 주로 브랜드 익스피리언스 & 액티베이션으로 인해 시작, 주도 또는 운영되는 여러 플랫폼을 활용하는 작품. 이 카테고리의 출품작은 다양한 미디어를 포함해야 하며 홍보 활동 전반에 걸쳐 선택한 요소나 채널을 얼마나 성공적으로 수행했는지에 따라 평가됨.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

G. Culture & Context 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.	Materials
G01 Local Brand 단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.	Compulsory Digital Presentation Image JPG
G02 Challenger Brand 경쟁 브랜드의 압력/휩박에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.	Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL
G03 Single-market Campaign 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.	Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
G04 Social Behaviour 식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.	
G05 Cultural Insight 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.	
G06 Breakthrough on a Budget 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.	
G07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.	
G08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.	

Creative Data

크리에이티브 데이터 스파이크스는 데이터와 아이디어의 상호 작용을 평가합니다.

출품작은 데이터와 인사이트의 크리에이티브하고 전략적으로 활용, 해석, 분석, 응용으로 작품이 어떻게 개선됐는지 보여줘야 합니다. 아이디어의 핵심은 데이터 중심 전략이어야 하며 결과/영향은 명료하고 확실해야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 전략 30%, 응용 20%, 혁신 20%, 영향 및 결과 30%. 크리에이티브 데이터 부문에서는 동일한 작품에 대한 출품 횟수에 제한이 없습니다.
-

A. Analytics & Insights The strategic use of insights and analytical technologies	Materials
A01 Social Data & Insight NEW 특정 고객이나 커뮤니티를 타겟으로 삼아 관계를 맺고 발전시키는, 소셜 미디어 플랫폼에서 특별히 생성된 데이터의 크리에이티브한 해석. 소셜 데이터와 관련된 타기팅 방법의 전략적 활용을 통해 얻은 인사이트를 고려.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
A02 Creative Data Collection & Research NEW 더 강력한 캠페인과 브랜드 전략을 수행하기 위한 데이터 중심 조사(시장 조사 포함), 데이터 소싱, 데이터 수집. 출품작은 반드시 선택한 프로세스와 연구 방법론, 기술, 채널, 리소스가 전체 결과에 어떤 영향을 미쳤는지 보여줘야 함.	
A03 Innovative use of Analytics NEW 소비자를 더 잘 이해하거나 강력한 인사이트를 얻기 위한 진보적이고 독창적인 분석 기술의 전략적 활용.	

B. Strategy & Techniques The strategic use of data to build a powerful brand narrative.	Materials
B01 Data-driven Targeting & Personalisation NEW 실질적인 고객들의 세분화 전략을 수행하기 위한 데이터의 크리에이티브한 활용 및 해석. 출품작은 반드시 데이터가 프로그래매틱 타기팅에 기여한 방법 혹은 타겟 및 특정 소비자 그룹, 브랜드 메시지, 채널을 정의하는데 도움을 주고 개인화를 개선하거나 시장에서 브랜드 위치를 높은 핵심 정량적 인사이트를 보였는지 밝혀야 함.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
B02 Use of Real-time Data NEW 동적 콘텐츠를 제공하거나 소비자 관계를 지속적으로 유지시켜 주는 실시간으로 생성되고 활용되는 데이터. 출품작은 반드시 실시간 데이터와 전략적 결과물 간의 반응성 관계를 명료하게 설명하고 작품을 보다 적절하고 때에 맞게 만듦으로써 데이터가 소비자 경험을 어떻게 개선했는지 보여줘야 함.	
B03 Data Storytelling NEW 강력한 브랜드 내러티브를 전달하기 위한 데이터의 전략적 활용. 출품작은 반드시 데이터 중심 인사이트가 어떻게 소비자 참여를 늘렸고 성공적인 브랜드/소비자 스토리를 제공하기 위해 데이터에서 파생된 메시지를 어떻게 제시했는지 보여줘야 함.	
B04 Data-enhanced Creativity NEW 개인화와 상호 작용성을 포함하나 이제 국한되지 않는 데이터와 데이터 중심 방법의 활용을 통해 개선한 크리에이티브한 작품. 개선 사항은 반드시 고객 경험과 결과를 확실하게 개선한 것이어야 함.	
B05 Data Integration NEW 크리에이티브한 캠페인 또는 브랜드 전략의 계획에서 전달까지 새로운 인사이트를 제공하기 위한 여러 데이터 스트림 통합. 여기에는 데이터 수집, 융합, 다양한 소스의 데이터 통합과 데이터 스트림 연결을 지원하는 기술이 포함되지만 이에 국한되지 않음.	

C. Use of Data Technologies & Tools	Materials
<p>C01 Customer / Business Intelligence NEW 원 소비자와 비즈니스 데이터를 가치 있는 정보로 해석하는 데 도움을 주는 기술의 전략적 활용. 이 분류의 출품작은 반드시 크리에이티브한 기술 활용이 전체 참여 전략에 직접적인 영향을 줬다는 것을 보여줘야 함.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>C02 Data-driven Consumer Product NEW 데이터 및 조사를 활용하여 제작한 물리적, 디지털 상품들. 데이터가 제품 개발에 어떻게 기여했는지, 제품이 비즈니스 목표를 어떻게 달성했는지 명료하게 보여주는 작품. 판매 데이터와 지속적인 데이터를 중심으로 한 제품 개선이 고려됨.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C03 Data Visualisation NEW 행동의 변화를 부르는 방식으로 소비자에게 정보를 명확하고 효율적으로 전달하는 복합적인 데이터의 맞춤형 시각화. 온라인 동적, 정적, 인터랙티브, 실시간 인포그래픽과 시각 설치물 및 시각 활성화와 같은 오프라인 시각화가 포함됨.</p>	
<p>C04 Innovative Use of Data Technology NEW 모델, 툴, 플랫폼, 앱, 알고리즘을 포함하되 이에 국한되지 않는 신규 데이터 중심 기술의 크리에이티브하고 전략적인 활용. 출품작은 반드시 데이터 기술의 응용과 발명이 브랜드 전략과 크리에이티브한 메시지를 개선한 방법을 보여줘야 함. 기술 제공자와의 전략적 컬래버레이션도 심사에 반영됨.</p>	

Creative eCommerce

크리에이티브 E 커머스 스파이크스는 크리에이티브하고 상업적인 전자 상거래, 결제 솔루션 및 혁신을 평가합니다.

출품작은 반드시 고객 여정의 혁신과 최적화가 어떻게 소비자 참여를 유도하고 상업적 성공을 키웠는지 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 30%, 전략 20%, 실행 20%, 결과 30%.
- 크리에이티브 E 커머스 부문에서는 동일한 작품을 최대 3 회 출품할 수 있습니다. 다만, 'A. 크리에이티브 E 커머스: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

A. Creative eCommerce: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	Materials
A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section D. Culture & Context</i>	

B. Experience & Engagement	Materials
B01 Customer Acquisition & Retention 고객을 유치하고 고객 활동을 장려하고, 전반적인 거래 가치를 높이는 디지털과 소셜 미디어 플랫폼을 크리에이티브하게 활용하는 작품. 여기에는 로열티 프로그램과 메시지 서비스, 챗봇, 프로모션 코드, 대회가 포함되나 이에 국한되지 않음.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
B02 Payment Solutions 효과적으로 구매를 장려하고 소비자 참여(본인 인증 & 생체 인증 데이터)를 필요로 하는 결제 솔루션. 여기에는 소프트웨어, 앱, 모바일 지갑, 보상 프로그램 자동화, 권한 위임, 최고의 편의성, 주문 버튼을 포함하나 이에 국한되지 않음.	
B03 Personalised Campaigns 참여를 유도해서 사용자의 온라인 쇼핑 경험을 풍부하게 만들어 주는, 소비자 데이터와 인사이트를 기반으로 한 동적 데이터. 여기에는 웹 사이트, 비디오, 이메일, 소셜 및 블로그 등의 콘텐츠가 포함되나 이에 국한되지 않음.	
B04 Retail Promotions & In-store Integration 프로모션, 게임 접근성 활성화, 지오펜싱, 앱, 소셜 통합, VR 경험 등이 포함되나 이에 국한되지 않은 매장 내 경험을 개선해 주는 멀티채널 디지털 기술.	
B05 Social Commerce 소셜 플랫폼을 활용하여 소비자를 참여시키고 비즈니스 결과를 이끌어 내는 작품.	

C. Use of Digital	Materials
C01 Websites / Microsites NEW 브랜드, 제품, 서비스를 위한 장기 혹은 단기 사이트.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
C02 Web Service / App NEW 타겟 고객의 브랜드 경험을 키우고 참여를 유도하기 위해 제공되는 클라이언트 서버 소프트웨어 애플리케이션과 서비스.	
C03 Online Ad NEW 디스플레이 광고, 웹 배너, 네이티브 광고 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.	

D. Culture & Context	Materials
<p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.</p>	
<p>D01 Local Brand 단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p>
<p>D02 Challenger Brand 경쟁 브랜드의 압력/위협에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D03 Single-market Campaign 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D04 Social Behaviour 시뮬 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>D05 Cultural Insight 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>D06 Breakthrough on a Budget 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>D07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>D08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 ‘응용&채택’ 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Creative Effectiveness

크리에이티브 효과 스파이크스는 크리에이티브한 작품의 측정 가능한 영향을 평가합니다.

출품작은 크리에이티브티에 기반을 둔 효과적인 전략이 비즈니스 목표를 달성한 방법과 긍정적인 고객 결과를 낳고 시간이 지남에도 지속 가능한 비즈니스 영향을 가져온 방법을 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 25%, 전략 25%, 영향 및 결과 50%.
- 출품 자격을 얻으려면 이전에 열렸던 3 번의 스파이크스 축제에서 한 번이라도 수상했거나 최종 후보에 올랐어야 합니다.
- 크리에이티브 유효성 부문에서 동일한 작품을 최대 3 회 출품할 수 있습니다. 다만, 'A. 크리에이티브 유효성: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

<p>A. Creative Effectiveness: Sectors</p> <p>Work in this section should focus on effectiveness achieved in a particular sector, and whether the work achieved or exceeded its objectives and goals.</p> <p>The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>Materials</p>
<p>A01 Consumer Goods NEW</p> <p>식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.</i></p>	<p>Compulsory</p> <p>Online Form Client Approval Letter</p> <p>Optional</p> <p>URL Appendix Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 Healthcare NEW</p> <p>제약, 일반 의약품, 건강 제품.</p>	
<p>A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains NEW</p> <p>대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.</p>	
<p>A04 Media / Entertainment NEW</p> <p>음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.</p>	
<p>A05 Consumer Services / Business to Business NEW</p> <p>법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.</p>	
<p>A06 Not-for-profit / Charity / Government NEW</p> <p>정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체.</p>	

<p>B. Market</p> <p>Work in this section should demonstrate how the work enabled the brand to effectively achieve their objectives in a chosen market.</p>	<p>Materials</p>
<p>B01 Single Market NEW</p> <p>단일 타깃 시장을 중심으로 단일 시장에 출시한 작품. 출품작은 반드시 타깃 시장에서 작품을 크리에이티브하게 디자인한 방법과 유형 비즈니스와 인지도를 달성한 방법을 보여줘야 함.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Online Form Client Approval Letter
<p>B02 Multi Market NEW</p> <p>여러 시장에 구현된, 글로벌 접근 방식을 포함하는 작품. 출품작은 반드시 작품이 여러 시장을 목표로 크리에이티브하게 디자인한 방법과 유형 비즈니스와 인지도를 달성한 방법을 보여줘야 함.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Digital Supporting Images JPG
<p>B03 Creative Effectiveness for Good NEW</p> <p>사회적 목표가 핵심인 크리에이티브한 작품의 측정 가능한 영향을 평가함. 작품은 반드시 자선 단체, 비영리 단체, 정부 기관, 비영리 단체와의 협력을 입증할 수 있는 브랜드를 위한 것이어야 함. 출품작은 반드시 캠페인이 어떻게 유형적 결과를 가져왔고 문화의 변화에 도움이 되었으며 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적인지 보여줘야 함.</p>	

<p>C. Brand Challenges & Opportunities</p> <p>Work in these categories should focus on the brand challenge or opportunity identified. Entries should explain their strategic response, as well as specific channels and touchpoints chosen and why.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Launch & Re-Brand NEW</p> <p>제품과 서비스 출시, 조직 발족, 리브랜딩, 리프레시하기 위해 만든 작품.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Online Form Client Approval Letter
<p>C02 Acquisition & Retention NEW</p> <p>신규 고객을 효과적으로 유치하고 신규 참여를 유도하고 기존 고객 관계를 개선하는 작품. 출품작은 반드시 신규 비즈니스나 고객 활동이 증가했음을 보여줘야 함.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Appendix Digital Supporting Images JPG
<p>C03 Real-time Response NEW</p> <p>세계적인 이벤트, 공공의 문제와 실제 상황에 대응하는 효과적인 타깃 작품. 소셜 세어링을 촉진하는 실시간 활동과 측정 가능한 반응.</p>	
<p>C04 Sustained Success NEW</p> <p>크리에이티브한 작품의 장기적인 영향 평가. 출품작은 반드시 오랜 기간 지속해 온 캠페인이 어떻게 유형 비즈니스 결과를 낳았는지, 문화적 변화에 어떻게 기여했고 브랜드 목적을 달성하는 데 얼마나 중요했는지 보여줘야 함. 이 분류의 출품작은 지난 몇 년간의 결과를 보여야 함.</p>	
<p>C05 Collaboration NEW</p> <p>비즈니스 목표를 달성하기 위해 브랜드와 에이전시 혹은 파트너 에이전시의 콜라보레이션해서 나온 크리에이티브한 작품의 측정 가능한 영향을 평가. 출품작은 반드시 협업이 어떻게 가시적인 비즈니스 결과를 도출했는지 증명해야 함.</p>	
<p>C06 Breakthrough on a Budget NEW</p> <p>한정된 자원으로 실행한 작품. 출품작은 반드시 지출한 총예산에 관한 세부 사항과 작업을 수행하기 위해 사용한 혁신적이고 크리에이티브한 전술에 대한 세부 설명을 제출해야 함.</p>	
<p>C07 Challenger Brand NEW</p> <p>관습과 현상에 반하는 혁신적인 방법과 크리에이티브리티를 활용한 작품. 출품작은 반드시 작품 배후의 전략과 가시적인 비즈니스/인지도 결과를 달성하기 위해 사용한 특정 전술을 보여줘야 함.</p>	
<p>C08 Market Disruption NEW</p> <p>지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Design

디자인 스파이크스는 시각적 실력을 평가합니다.

출품작은 반드시 디자인이 브랜드를 정의하고 핵심 메시지를 전달함으로써 고유한 시각적 아이덴티티가 소비자 인식이나 이해에 쓰인 방법을 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 40%, 실행 40%, 결과 20%.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 디자인 부문에 여러 번 낼 수 있습니다.

A. Comprehensive Branding Programmes 다양한 브랜드 접점과 미디어 플랫폼에 걸친 작품들을 평가. 출품작은 반드시 다양한 미디어를 아우르는 브랜드 경험을 설명해야 하며 여기에는 패키지, 인쇄물, 브랜드 콜라터럴, 디지털 콘텐츠, 환경과 영화 콘텐츠가 포함되나 이에 국한되지 않음.	Materials
A01 Creation of a new Brand Identity 제품, 서비스, 조직을 위해 창작한 신규 브랜드나 기업의 아이덴티티. <i>Please provide at least 3 examples of the new branding in situ.</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film
A02 Rebrand / Refresh of an existing Brand 제품, 서비스, 조직을 위해 리브랜딩/리프레시한 기존 브랜드 아이덴티티. <i>Please provide examples of the previous branding for comparison.</i>	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

B. Communication Design Please supply a demo film showcasing the design element of the work.	Materials
B01 Books 인쇄된 책의 편집 디자인과 표지 디자인이 포함되나 이에 국한되지 않음. <i>Please indicate in your submission whether you would like the cover or the whole book to be considered / judged. E-Books should be entered into C01. Digital & Interactive Design.</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film
B02 Publications & Brand Collateral 잡지, 신문, 책자, 기사, 보도 자료/광고 단가 자료, 게임, 브랜드 문구류 등이 포함되나 이에 국한되지 않음. <i>Online publications should be entered into C01. Digital & Interactive Design</i>	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
B03 Posters 프로모션과 브랜드 커뮤니케이션을 위한 포스터 디자인. <i>Poster campaigns of 2+ executions should be entered together as a single entry. Concepts conceived for another medium and applied to a poster format are not eligible in this category.</i>	
B04 Self-promotion 에이전시에서 자체 홍보를 위해 디자인한 모든 유형의 미디어 형식.	

C. Digital & Interactive Design	Materials
<p>C01 Digital & Interactive Design 디지털 디자인으로 여기에 웹 사이트, 마이크로 사이트, 온라인 간행물, 영상 조형물, 앱, 데이터 시각화 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>In order to avoid your work being withdrawn from the festival your URL must be accessible online until 31st May 2022.</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

D. Brand Environment & Experience Design	Materials
<p>D01 Retail Environment & Experience Design 영구적이거나 일시적인 리테일 장소/설비의 디자인과 건설. 출품작은 반드시 기능성, 브랜드 가치와 판매 용이성을 보여줘야 함. 여기에는 팝업 스토어, 계절별 디스플레이, 모바일 시연 장치, 백화점 및 전문점, 은행, 미용실이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>Please supply 3-5 images in JPG format showing different views of the interior or exhibition, including a floor plan or layout if possible.</i></p> <p>D02 Point of Sales, Consumer Touchpoints & In-store Collateral 즉각적인 판매를 유도하기 위한 매장 내 커뮤니케이션. 여기에는 포스터, 온 셸프 커뮤니케이션, 물리적 POS, 디지털 POS, 시각 판촉, 제품 진열, 리테일 설비, 쇼핑백, 선물 패키지, 카탈로그, 그 외 구매 후 컬래터럴이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>Entries should show the work within a sales environment.</i></p> <p>D03 Events Storytelling 내러티브와 스토리텔링으로 이벤트의 핵심 메시지를 강화한 참가자들의 물리적, 감정적 여정. 핵심 요소에 기술, 상호 작용, 다감각 응용 경험의 활용이 포함됨.</p> <p>D04 Spatial & Sculptural Exhibitions and Experiences 커뮤니티와 공공 공간을 활용한 전시/체험. 여기에는 참가자들의 경험을 키우기 위해 공간을 큐레이팅하고 디자인하고 짓는 방법이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p>D05 Multi Channel Experience 여러 접점에서 전체 사용자 경험을 보여주는, 여러 온라인 또는 오프라인 채널을 위해 디자인된 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

E. Packaging	Materials
Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience E01 Consumer Goods 모든 식품/음료, 청소용품, 생활용품과 그 외 FMCG 패키지. <i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film
E02 Beauty / Healthcare 미용 제품 & 화장품, 제약, 비처방 일반 의약품, 건강 제품. <i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i>	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
E03 Consumer Durables 소비자 기술, 가전용품, 가구, 조명, 장난감, 패션, 가전제품, 그 외 내구재. <i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i>	

F. Products	Materials
형태, 기능, 사용성, 미학, 문제 해결, 제작, 조사, 제조 가능성을 통해 브랜드 품질/제품 아이덴티티를 나타내는 기능적, 미적 해결법을 써서 브랜드 가치를 높이는 디자인. F01 Consumer Products 소비자 기술, 가전용품, 가구, 조명, 장난감, 패션, 가전제품, 기타 내구재. <i>Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film
F02 Environmental / Social Impact 사회에 긍정적인 영향을 주는 제품 디자인 활용. 여기에는 교육, 보건, 의료, 국제 사회적 문제 등이 포함되나 이에 국한되지 않음. <i>Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i>	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
F03 Innovative solutions 기능, 문제 해결, 사용 용이성, 인체 공학, 적절한 제품 규제 준수로 삶의 질을 개선하는 디자인 솔루션을 사용해 혁신적인 제품을 만드는 신기술, 심층 개발, 테크닉, 방법, 자재 활용. <i>Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i>	

Digital Craft

디지털 크래프트 스파이크스는 기술적 예술성을 평가합니다.

출품작은 반드시 디지털 측면에서 예외적인 형태와 기능을 보여야 합니다. 모든 디지털 환경을 위해 제작된 완벽한 디자인, 능수능란한 실행과 뛰어난 사용자 경험을 갖춘 작품이 이에 포함됩니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 실행과 경험입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 디지털 크래프트 부문에 여러 번 낼 수 있습니다.

A. Form	Materials
The overall creative aesthetic value of the work entered in both sound and visuals.	
A01 UI 브랜드의 시각적 자산을 디지털 제품이나 서비스로 이전해서 만들어진 인터랙티브 여정. 전반적으로 연출, 외견, 느낌, 상호 작용에서 오는 일관성에 중점을 둬.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL
A02 Digital Illustration 3D 모델링을 포함한 디지털 측면에서 일러스트레이션의 크리에이티브한 응용.	Highly Recommended (Optional) Demo Film
A03 Video / Moving Image 360 도 인터랙티브 비디오를 포함한 기술력을 갖춘 온라인 비디오와 디지털 영상의 크리에이티브한 활용.	Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
A04 Digital Image Design 사진, 아트웍, 이미지 조작을 포함한 정적 화상의 크리에이티브한 활용.	
A05 Music / Sound Design 소닉 브랜딩과 음악을 삽입한 작품 등을 비롯한 음악/음향 디자인의 크리에이티브한 활용.	
A06 Overall Aesthetic Design 그래픽 디자인의 미적 구성과 유연성의 종합적인 성취.	

B. Function	Materials
크리에이티브한 디자인, 운영, 성능에서 실용적인 활용/목적. 이 섹션에서 모바일을 포함한 모든 디지털 작품들은 여러 번 출품 가능.	
B01 UX & Journey Design 모든 상호 작용 지점에서 적절하고 매끄럽고 일관적인 사용자 경험을 갖춘 디지털 제품이나 서비스에 대한 감정적, 행동적 반응에 중점을 둔 디자인 사례.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL
B02 Native & Built-in Feature Integration 카메라, 마이크, 터치스크린, 블루투스, 모바일 센서, GPS 등을 비롯한 모바일, 데스크톱, 기타 디지털 장치의 내장 기능과 기존 통합 기능의 크리에이티브한 활용.	Highly Recommended (Optional) Demo Film
B03 Experience Design: Multi-platform 소비자의 참여를 유도하고 관계를 개선하는 몰입형 디지털 경험과 이벤트. 여기에는 증강 현실, 가상 현실 기구, 모션 제어, 멀티스크린 및 다차원 경험이 포함되나 이에 국한되지 않음.	Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
B04 Overall Functional Design 디지털 제품이나 서비스에서 모든 사용자 기능이 가진 성능의 전반적인 우수성.	
B05 Websites / Microsites NEW 브랜드, 제품, 서비스를 위한 장기 혹은 단기 사이트.	

<p>C. Data</p> <p>브랜드 경험을 개선하기 위해 활용되는 데이터와 인공지능 프레젠테이션.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Curation of Data</p> <p>사용자 경험, 디자인, 콘텐츠를 개선하는 크리에이티브하고 눈에 띄는 개인 데이터와 빅 데이터 추적/수집. 여기에는 비전형적인 인터페이스, 업무/비업무, 능동/수동 사용자 데이터 캡처, 소셜 리스닝/애널리틱스, GPS, 사물 인터넷, 생체 인식 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory</p> <p>Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>C02 Data Storytelling</p> <p>브랜드 스토리를 전달하는 데이터의 크리에이티브한 활용. 특정 고객, 문화, 커뮤니티와의 의미 있는 관계를 맺거나 참여를 유도하기 위해 정리된 데이터/인사이트가 어떻게 활용되었는지에 중점을 둠.</p>	<p>Optional</p> <p>Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C03 Data Visualisation</p> <p>디지털 데이터와 인사이트의 크리에이티브한 시각적 표현.</p>	

<p>D. Technology</p> <p>크리에이티브한 디지털 콘텐츠 플랫폼이 가진 응용 기술의 가치와 사용자 경험 향상을 위한 실행 방법.</p>	<p>Materials</p>
<p>D01 New Realities & Voice Activation</p> <p>증강 현실, 가상 현실, 혼합 현실, 음성 활성화의 크리에이티브한 활용.</p> <p><i>Please provide a demo film of the technology for the jury.</i></p>	<p>Compulsory</p> <p>Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>D03 Technological Achievement in Digital Craft</p> <p>심미적 기술과 디지털 커뮤니케이션/경험에서 기술적 이해/진보 간의 균형을 맞추는 디지털 작품.</p>	<p>Optional</p> <p>Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D02 Innovative Use of Technology</p> <p>사용자 경험/브랜드 커뮤니케이션을 개선하려는 기존 혹은 새로운 디지털 기술의 혁신적인 활용.</p>	

Direct

다이렉트 스파이크스는 목표 및 대응 중심의 크리에이티비티를 평가합니다.

출품작은 반드시 특정 타깃 고객 그룹을 참여시킨 방법과 고객 관계, 측정 가능한 결과를 발전시키는 전략으로 인사이트/데이터를 어떻게 활용했는지 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 30%, 전략 20%, 실행 20%, 영향 및 결과 30%.
- 다이렉트 부문에서 동일한 작품을 최대 3 회 출품할 수 있습니다. 다만, 'A. 다이렉트: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

<p>A. Direct: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>Materials</p>
<p>A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.</p>	
<p>A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.</p>	
<p>A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.</p>	
<p>A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.</p>	
<p>A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or G07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section G. Culture & Context</i></p>	

<p>B. Use of Direct</p> <p>How the medium was used as a piece of direct communication for a brand.</p>	<p>Materials</p>
<p>B01 Mailing 1 차원 및 다차원 우편물. 여기에는 연하장, 초대장, 샘플, 팝업과 그 외 모든 유형의 우편 자료가 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG <p>Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film</p>
<p>B02 Use of Ambient Media: Small Scale 작은 사물과 그 외 휴대용(혹은 이와 비슷한 크기의) 아이템을 포함한 비우편물 및 인쇄물 자료.</p> <p><i>'Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>B03 Use of Ambient Media: Large Scale 가두 선전, 길거리 공연, 이벤트, 옥외/환경 미디어를 포함하는 비전형적인 미디어와 직접적인 상호 작용을 장려하고 측정 가능한 반응을 찾는 그 외 미디어.</p> <p><i>'Large Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>B04 Use of Broadcast 선택한 미디어가 다른 직접적인 요소를 어떻게 주도했는지 보여주는, 영화, TV, 오디오를 사용한 다이렉트 작품.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>B05 Use of Print / Outdoor 인쇄물과 옥외를 활용하는 다이렉트 작품. 여기에는 신문, 잡지, 삽입 광고, 무역 저널, 기존의 광고판이나 포스터 게시판, 버스 정류장, 일반적인 광고 공간을 쓰는 대중 교통 광고가 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>Augmented billboards should be entered into B03. Use of Ambient Media: Large Scale</i></p>	
<p>B06 Use of Technology 광고 제작, 동적 광고, 크리에이티브한 최적화 테크닉을 포함한 그 외 기술 방법.</p>	

<p>C. Digital & Social</p> <p>이 분류의 작품들은 디지털 및 소셜 미디어와 테크닉이 얼마나 잘 사용되었는지로 평가됨.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Use of Social / Digital Platforms 커뮤니티/소비자 간의 관계를 구축/강화하기 위한 디지털 플랫폼이나 소셜 네트워크.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG URL
<p>C02 Use of Mobile & Devices 모바일/휴대용 장치를 통해 제공되는 명확하게 식별 가능한 콜 투 액션 또는 응답 메커니즘을 갖춘 타깃 커뮤니케이션.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>C03 Real-time Response 세계적인 이벤트, 공공의 문제와 실제 상황에 대응하는 효과적인 타깃 작품, 소셜 세어링을 촉진하는 실시간 활동과 측정 가능한 반응.</p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>C04 Co-creation & User Generated Content 커뮤니티/팬층이 명확한 콜 투 액션을 통해 브랜드 계획에 기여하거나 협력하도록 디자인된 소셜 활동.</p>	

D. Data	Materials
<p>데이터나 기술을 크리에이티브하게 활용하여 고객 경험을 개선하고 측정 가능한 비즈니스 결과를 이끌어 낸 작품.</p>	
<p>D01 Data Strategy 다이렉트 전략의 기초를 이루는 데이터의 응용. 데이터 중심 전략이 고객의 행동 및 세분화를 프로파일링하여 결과적으로 성공적인 다이렉트 마케팅 활동으로 이어지는 방법.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D02 Data-driven Targeting 특정 고객을 대상으로 한 커뮤니케이션을 구축하기 위해 활용하는 데이터의 해석과 분석. 여기에는 하이퍼 타기팅, 정밀 타기팅, 고객 매핑, 타기팅 세분화가 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

E. Strategy	Materials
<p>특정 다이렉트 전략을 써서 상당한 소비자 반응을 창출한 작품.</p>	
<p>E01 Acquisition & Retention B2B 와 B2C 고객과의 약해진 관계를 유지, 추진, 재생하기 위해 활용되는 다이렉트 마케팅.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>E02 Launch / Re-launch 제품이나 서비스를 출시하거나 재출시하기 위해 생성한 다이렉트 작품.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

F. Campaign	Materials
<p>F01 Integrated Campaign Led by Direct 여러 플랫폼을 사용하면서 주로 다이렉트 마케팅이 시작, 주도, 추진하는 작업.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

G. Culture & Context 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.	Materials
<p>G01 Local Brand 단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>G02 Challenger Brand 경쟁 브랜드의 압력/훼방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	
<p>G03 Single-market Campaign 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G04 Social Behaviour 시뮬 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>G05 Cultural Insight 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>G06 Breakthrough on a Budget 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>G07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 ‘응용&채택’ 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Entertainment

엔터테인먼트 스파이크스는 콘텐츠를 문화로 바꾸는 크리에이티브리티를 평가합니다.

출품작은 반드시 새로운 방식으로 메시지를 전달하거나 소비자의 마음을 사로잡은 작품에 쓰인 아이디어를 보여줘야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 주로 아이디어, 브랜드 통합 및 실행입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 엔터테인먼트 부분에 여러 번 낼 수 있습니다.

A. Audio-Visual Branded Content	Materials
<p>A01 Fiction & Non-Fiction Film: Up to 5 minutes 영화, TV, 온라인 또는 VOD 플랫폼으로 제작된 브랜드 픽션/논픽션 영화, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영화.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spike Award.</i></p>	<p>Compulsory Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 Fiction & Non-Fiction Film: 5-30 minutes 영화, TV, 온라인 또는 VOD 플랫폼으로 제작된 브랜드 픽션/논픽션 영화, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영화.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spike Award.</i></p>	
<p>A03 Fiction & Non-Fiction Film: Over 30 minutes 영화, TV, 온라인 또는 VOD 플랫폼으로 제작된 브랜드 픽션/논픽션 영화, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영화.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spike Award.</i></p>	
<p>A04 New Realities: Film or Series VR 과 AR 을 포함한 새로운 플랫폼으로 제작된 픽션 영화, 다큐멘터리 또는 시리즈 작품</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Please provide a demo film of the technology used for the jury.</i></p>	<p>Compulsory Film</p> <p>Optional URL Demo Film Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A05 Audio Content 라디오, 팟캐스트 등 오디오 플랫폼으로 제작된 콘텐츠</p>	<p>Compulsory MP3 Original Version</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

B. Branded Games 게임에 중점을 둔 크리에이티브한 콘텐츠 제작, 홍보, 배포를 통해 브랜드, 제품, 아티스트와 커뮤니케이션 하는 게임 및 게임 계획.	Materials
B01 Branded Games 새로운 게임 기술을 포함한 브랜드를 위해 특별히 제작된 콘솔, 온라인, 모바일 게임.	Compulsory Digital Presentation Image JPG
B02 Brand Integration for Games NEW 게임 내 마케팅, 홍보 콘텐츠 게임에 대한 실시간 경험을 포함한 게임 또는 게임 플랫폼과 브랜드의 전략적이고 크리에이티브한 통합.	Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

C. Sports & eSports 팬 문화와 스포츠, E 스포츠의 힘을 활용하여 사람과 브랜드를 연결하는 크리에이티브티.	Materials
C01 Sports: Film, Series & Audio 브랜드의 메시지를 강화하고 고객의 참여를 높이는 것을 목표로 하는 스포츠가 중심인 영화, 다큐멘터리, 시리즈, 인터넷 방송, 오디오 콘텐츠. <i>If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.</i>	Compulsory Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
C02 Sports: Live Experience 브랜드가 메시지를 강화하고 고객과 소통할 수 있도록 지원하는 라이브 스포츠, E 스포츠 이벤트, 쇼, 스텐트, 설비와 브랜드, 스폰서의 통합.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
C03 Sports: Digital, Social & Emerging Tech 스포츠를 중심으로 하는 디지털, 모바일, 소셜 미디어 계획. 증강 현실, 가상 현실이나 그 외 신기술, 플랫폼을 위해 디자인된 스포츠 엔터테인먼트.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

<p>C04 Brand Integration & Sponsorship / Partnership 스포츠 이벤트, 스포츠 TV 쇼, 콘텐츠와 같은 기존 스포츠 엔터테인먼트와 브랜드를 통합.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p>
<p>C05 Audience Targeting or Distribution Strategy 데이터를 통한 인사이트, 그래프 계획, 특정 고객, 커뮤니티와 의미 있는 관계를 구축하고 발전시키는 분배 전략이 포함된 타기팅 방법으로 향상된 스포츠 캠페인.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>C06 Sports for Good 일반 시민들이 참여하는 것을 비롯해 사회적 목적을 위해 브랜드, 운동 선수, 팀, 스포츠 조직과 협력하는 스포츠 활용 행위.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

D. Excellence in Entertainment	Materials
<p>D01 Co-Creation & User Generated Content 메시지 강화를 위해 고객이 만든 콘텐츠를 활용하는 계획.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p>
<p>D02 Use of Talent 브랜드 영역 확장, 인지도 상승, 비즈니스 주도를 위한 재미있고 매력적인 콘텐츠를 공동 제작 및 개발하는 브랜드와 인재(인플루언서, 연예인, 유명인 등) 간의 콜라보레이션.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D03 Live Brand Experience 브랜드가 메시지를 강화하고 대중/관객과 소통할 수 있도록 지원하는 브랜드 경험에 중점을 둔 독창적인 라이브 엔터테인먼트. 여기에는 독창적인 이벤트, 쇼, 축제, 플래시 몹 등이 포함됨.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D04 Live Broadcast / Live Streaming NEW 생중계 이벤트와 인터넷 방송 플랫폼 활용을 포함한 영화, TV, 온라인 라이브 콘텐츠. <i>Please supply a sample film file of up to 30 minutes.</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Demo Film Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D05 Brand Integration & Sponsorships / Partnerships for Branded Content NEW 영화, 시리즈, TV, 라디오 쇼 같은 기존 콘텐츠와 브랜드 간의 통합과 브랜드 콘텐츠에 대한 전략적이고 크리에이티브한 파트너십/후원.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D06 Audience Engagement & Distribution Strategy 효과적인 방법으로 시청자에게 다가가는 콘텐츠 제작, 계획, 발표, 시장 동향 확인에 중점을 둬.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>D07 Use of Digital & Social 메시지를 강화하고 타겟 고객과 소통을 지원하는 브랜드 웹 사이트 또는 모바일을 포함한 소셜 계획.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D08 Innovation in Branded Content 획기적이고 견줄 데 없는 브랜드 콘텐츠.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Film

필름 스파이크스는 동영상의 크리에이티비티를 평가합니다.

출품작은 반드시 상영을 위한 훌륭한 스토리텔링, 즉 TV, 영화, 온라인 및 옥외 경험을 위해 촬영한 콘텐츠를 보여줘야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 아이디어와 실행입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 필름 부문에 여러 번 낼 수 있습니다. 다만, 'A. TV/영화 필름: 섹터'와 'B. 온라인 필름: 섹터'에는 각각 1 회 출품할 수 있습니다.
- A, B 섹션에서 각 실행은 하나의 출품으로 구성돼야 하며 모든 실행은 정해진 기간 내에 수행돼야 합니다.
- C, D, E, F 섹션에서는 여러 실행을 하나의 출품으로 제출해야 할 수도 있지만 모든 필름 실행은 정해진 기간 내에 수행돼야 합니다.

A. TV/Cinema Film: Sectors TV 나 영화관에서 상영한 영화들. 모든 필름은 180 초 이하여야 함. 이 섹션에서는 동일한 작품을 한 번만 제출할 수 있음.	Materials
A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory Film (3 mins)
A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품..	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</i>	

B. Online Film: Sectors 프리 롤 광고를 포함해 온라인으로 방송한 필름. 이 섹션에서는 동일한 작품을 한 번만 제출할 수 있음.	Materials
B01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory Film URL
B02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
B03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
B04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
B05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션	
B06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or G07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section G. Culture & Context</i>	

C. Online Content 온라인 공유/사용자 배포를 목적으로 만든 필름. 시리즈로 제출하는 경우 다음 에피소드의 시작을 알리는 슬레이트를 삽입해 하나의 비디오 파일로 업로드 요망.	Materials
C01 Social Film NEW 소셜 플랫폼과 광범위한 공유를 위해 특별히 제작된 온라인 필름. 결과와 조회 수를 심사에 반영됨.	Compulsory Film URL Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
C02 Interactive Film NEW 대화, 맞춤형, 내러티브, 탐색을 포함한 인터랙티브를 아이디어의 핵심으로 삼은 온라인 필름.	
C03 Web Series NEW 온라인 필름 시리즈 <i>A minimum of 2 episodes must be entered.</i>	

D. Screens & Events 시리즈로 제출하는 경우 다음 에피소드의 시작을 알리는 슬레이트를 삽입해 하나의 비디오 파일로 업로드 요망.	Materials
D01 Screens & Events 스포츠 경기장, 축제, 엑스포, 무역 박람회, 시상식, 세미나, 내부 프레젠테이션을 포함하되 이에 국한되지 않는 공공 및 민간 이벤트에서 상영하는 필름	Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D02 Micro-film 페이스북, 인스타그램, 트위터, 틱톡 등을 비롯한 소셜 플랫폼용으로 제작된 단편 필름.	Compulsory Film (1 min) URL Highly Recommended (Optional) Case Film Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D03 New Realities 360 도 실사 사진 또는 탐색 가능한 디지털 시뮬레이션을 포함하되 이에 국한되지 않는 몰입형/인터랙티브 비디오 및 컴퓨터 제작 콘텐츠.	Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

E. Branded Content & Entertainment	Materials
E01 Branded Content & Entertainment Film 인터넷, TV, 영화관에서 상영하는 브랜드 제작 필름 혹은 브랜드와 함께 제작되는 필름. 보통 다큐멘터리/는 픽션이나 픽션, 음악 비디오 형태로 제작되며 필름에서 브랜드는 꼭 노출될 필요 없음.	Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

F. Use of Film	Materials
<p>F01 Use of Film 브랜드 메시지를 전달하기 위한 필름 미디어의 혁신적인 활용. 소비자의 경험을 개선하고 재생하는 작품.</p>	<p>Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

G. Culture & Context	Materials
<p>문화적 인사이트와 지역적 맥락과 함께할 때 의미 있는 작품.</p> <p>시리즈로 제출하는 경우 다음 에피소드의 시작을 알리는 슬레이트를 삽입해 하나의 비디오 파일로 업로드 요망.</p>	<p>Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>G01 Local Brand 단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	
<p>G02 Challenger Brand 경쟁 브랜드의 압력/혜방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	
<p>G03 Single-market Campaign 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G04 Social Behaviour 식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품</p>	
<p>G05 Cultural Insight 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>G06 Breakthrough on a Budget 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>G07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 ‘응용&채택’ 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Film Craft

필름 크래프트 스파이크스는 영상의 예술성을 평가합니다.

출품작은 반드시 뛰어난 영화 제작 능력, 즉 제작에서 기술적 역량이 아이디어를 개선하거나 실행력을 극적으로 높이는 작품을 보여줘야 합니다.

- 심사에서 중점이 되는 기준은 주로 실행입니다.
- 필름 크래프트 부문은 작품 출품 횟수에 대한 제한이 없습니다.
- 각 실행은 하나의 출품으로 구성되어야 하며 모든 실행은 반드시 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다.

A. Production	Materials
<p>A01 Direction 감독의 비전을 통한 크리에이티브한 개요의 번역과 그 비전이 얼마나 잘 이루어졌는지를 포함하는 방향의 비전과 성과. 여기에는 비전을 실현하는 데 사용된 캐스팅, 세트 디자인, 음향 디자인, 영화 촬영법이 포함되지만 이제 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>A02 Script 필름의 대본. 대본 분석에는 대화, 보이스 오버, 장면 설정, 동작, 표현 등을 비롯해 대본이 얼마나 성공적으로 크리에이티브한 아이디어를 전달하고 최종 실행을 지원하는지가 포함됨.</p> <p><i>You are required to provide a written English translation of the script as part of your submission.</i></p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content</p>
<p>A03 Casting 캐스팅의 비전과 성과. 배우, 댄서, 가수, 모델, 비전문가, 동물, 그 외 인재의 사전 제작 선정이 포함됨.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two minute Demo Film showcasing the casting process in addition to the film as it aired.</i></p>	
<p>A04 Production Design / Art Direction 제작 디자인/예술 방향의 미학. 여기에는 세트 디자인과 위치 구성뿐 아니라 작품의 전체적인 외관, 느낌, 분위기와 시각적 구성 요소의 절묘한 운영으로 내러티브가 향상된 방법이 포함됨.</p>	
<p>A05 Cinematography 촬영법의 품질과 효과. 스타일, 예술적 선택, 카메라워크, 영화 기법, 촬영 구성, 조명, 그 외 효과가 심사에 반영됨.</p>	
<p>A06 Use of Original Music 영화 광고를 위해 특별히 제작된 오리지널 음악의 영향과 성공. 곡 자체의 예술적 업적과 함께 작품에 대한 기여가 심사에 반영됨.</p>	
<p>A07 Use of Licensed / Adapted Music 사용 허가를 받은 음악 혹은 편곡한 음악 선곡. 음악이 대본을 보완하고 필요한 분위기를 조성하거나 크리에이티브 개요를 전달하는 방식을 심사에 반영됨.</p>	
<p>A08 Achievement in Production 개인의 야망과 도전의 맥락에서 평가되는 필름의 전반적인 성공. 제작 규모, 예산 제약, 기술 문제, 제작 프로세스 중에 직면한 문제, 제작팀이 최종 실행을 위해 자원을 최대로 활용한 방법이 심사에 반영됨.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two minute Demo Film showcasing the production process e.g. a 'making-of' or 'behind the scenes' film, in addition to the film as it aired.</i></p>	

B. Post-Production	Materials
<p>B01 Editing 편집의 기술적이고 크리에이티브한 성공. 타이밍, 페이스, 시각적 역학, 대화 역학, 음향 통합, 전반적인 스토리텔링을 포함한 영화 편집의 모든 요소가 심사에 반영됨.</p>	<p>Compulsory Film Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>B02 Colour Correction / Grading 특정 감정을 불러일으키고 영화의 최종 모습을 바꾸는 일관되고 화려한 색 구성표를 만드는 색 보정과 색 선별의 전반적인 성과. 여기에는 최종 영상의 분위기, 느낌, 해석에 영향을 주고 이를 강화하는 조명, 제작 디자인, 방향성을 갖춘 일관된 색 선별 작업이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two minute Demo Film showcasing the before and after effects of correction / grading.</i></p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content</p>
<p>B03 Sound Design 영화 광고에서 음향 디자인의 크리에이티브한 활용. 자연스러운 편집과 전체 작품에 미치는 영향과 더불어 녹음, 믹싱, 샘플과 음향 효과의 합성에서 보이는 기술적 우수성을 심사에 반영됨.</p>	
<p>B04 Animation 영화에서의 애니메이션 활용과 미학. 셀 애니메이션, 스톱모션, 그래픽, 실루엣, 컴퓨터 애니메이션 등 모든 종류의 애니메이션이 허용됨. 애니메이션과 실사 영화가 섞인 영화의 경우 애니메이션으로 심사됨.</p>	
<p>B05 Visual Effects 시각 효과 자체의 미적, 기술적 우수성과 실제 영상으로의 성공적인 통합까지 포함한 영화 환경과 그 외 시각 효과 제작.</p> <p><i>It is highly recommended to provide a two minute Demo Film showcasing how the visual effects were created.</i></p>	

Glass: The Award For Change

글래스: 변화를 위한 어워드는 문화를 바꾼 크리에이티비티를 평가합니다.

출품작은 반드시 세상을 바꾸려는 의도된 아이디어, 즉 뿌리 깊은 성차별, 불균형, 불의에 긍정적인 영향을 주기 시작한 작품을 보여줘야 합니다.

글래스 어워드는 광고에서 성별의 의식적인 표현으로 성차별이나 편견의 문제를 암묵적 혹은 명시적으로 다루는 작품을 인정합니다.

- 글래스 부분에서 동일한 작품은 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 글래스 출품작은 광고되는 제품이나 서비스, 커뮤니케이션 미디어에 상관없이 모든 상업적 혹은 비상업적 고객을 대상으로 삼을 수 있습니다.
- 글래스의 모든 참가비는 관련 자선 단체에 기부되며 해당 단체는 축제일이 가까워질 때쯤 발표합니다.

A. Glass: The Award for Change 우리는 기업과 브랜드뿐 아니라 전 세계에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 크리에이티비티의 힘을 인식하고 있습니다. 이 상은 성 고정관념을 거부하고 진보적이거나 사회적으로 의식적인 방법으로 개인의 젠더화를 표현함으로써 개인의 편견과 불평등에 맞서는 크리에이티브한 작품에 수상합니다.	Materials
A01 Glass 이 스파이크에 출품하는 작품은 모든 제품이나 서비스에 적합하며 모든 미디어를 위해 디자인될 수 있지만 어떤 방식으로든 긍정적이고 점진적이며 성인지적인 커뮤니케이션의 변화를 표현함.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

Healthcare

헬스케어 스파이크스는 소비자 의료와 규제가 강화되는 제약 산업에서 발견되는 크리에이티비티를 평가합니다.

헬스케어 출품작은 반드시 눈에 띄게 참여를 유도하는 작품, 즉 공개적으로 비처방 약품을 알리고 홍보하며 자가 치료를 허용하거나 능동적 자기 관리를 용이하게 만드는 작품에 영향을 받은 방법을 보여줘야 합니다.

제약 출품작은 반드시 의료인과 환자, 타겟 소비자에게 정보를 제공하고 참여를 유도하는 아이디어, 즉 진단, 처방, 질병 완화 및 질병 관리를 용이하게 만드는 과학과 혁신을 실현하는 작품을 보여줘야 합니다. .

- 심사에 중점이 되는 기준은 미디어 의존입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횡수에 제한 없이 동일한 작품을 헬스케어 부문에 여러 번 낼 수 있습니다. 다만, 동일한 작품은 A, B, C, D의 보전 복지나 E의 제약 섹션에만 낼 수 있습니다.
- 모든 참가자들은 거주 지역에서 규정한 의무적인 요구사항을 제출해야 합니다.

A. Health & Wellness: Consumer Products Promotion

처방전은 필요 없지만 의미 있는 의료 혜택을 제공하거나 개인의 복지를 지원하는 특정 브랜드 제품 선택을 유도하기 위해 만들어진 작품.

A01 OTC Oral Medicines

비처방 의약품, 비처방 일반 약물 및 알약, 소화기 건강.

A02 OTC Applications

벌레 퇴치제, 피부 치료제(비화장품), 티눈 치료, 사마귀 치료, 무좀 치료, 안약, 귀약, 근육통 로션, 손톱 치료제, 발 치료제, 손 소독제, 치약, 구강 청정제, 의료용 삼푸, 탈모 제품.

A03 OTC Products / Devices

콘돔, 콘택트 렌즈, 도수 있는 안경, 치실, 반창고, 파스, 구급 키트, 교정 기구, 허리 지지대, 요실금 제품, 보청기, 임신 테스트기, 불임 테스트 키트/제품, 전기 자극 치료기, 온도계, 비마약성 진통제, 그 외 건강 및 복지 제품.

A04 Nutraceuticals

비타민, 미네랄, 한방 치료법, 보충제, 기능성 식품, 미량 영양소, 오메가 3, 산화 방지제, 프로바이오틱스, 발포 비타민.

A05 Health & Wellness Tech

피트니스, 다이어트, 스트레스 및 수면을 포함하나 이에 국한되지 않는 건강한 라이프스타일을 돕는 디지털 제품, 앱, 웨어러블 기기, 장비.

B. Health & Wellness: Awareness & Advocacy

일반 공중 보건 의식을 고취하고 능동적 자기 관리를 장려하거나 합법적인 건강 관련 운동에 대한 옹호와 기부를 장려하는 작품.

B01 Brand-led Education & Awareness

브랜드/클라이언트는 건강에 대한 인식을 증진하고 능동적 개인 관리를 장려하는 커뮤니케이션에 자금을 지원함. 여기에는 자가 검진, 금연, 마약 퇴치, 건강 및 위생 정보, 에이즈 인식, 알코올 남용 인식, 성 건강 인식, 식생활 정보, 심혈관 관리, 운동, 웰빙을 포함하나 이에 국한되지 않음. 이 분류에는 미확인 질병에 대한 인식도 포함됨.

B02 Non-profit / Foundation-led Education & Awareness

자가 검진, 금연, 마약 퇴치, 건강 및 위생 정보, 에이즈 인식, 알코올 남용 인식, 성 건강 인식, 식생활 정보, 심혈관 관리, 운동, 웰빙 같은 공공 보건 인식 메시지와 비영리 마케팅 운동.

B03 Fundraising & Advocacy

고객 중심의 건강, 복지 자선 단체와 기관 기금 모금, (일반 대중을 대상으로 하는)환자 공익 광고, 질병 및 질환 공익 광고, 치료 기록, 혈약 및 장기 기증, 자원봉사자.

C. Health & Wellness: Health Services & Corporate Communications

공공 대상 기업 이미지 캠페인을 의료 브랜드의 정신을 전달하거나 공공 의료 서비스, 시설, 의료 보험, 재무 계획을 직접적으로 홍보하기 위해 만든 작품.

C01 Corporate Image & Communication

의료 & 복지 제품, 캠페인, 생산자, 클리닉, 종합 병원, 리테일, 시설을 위한 기업 이미지 작품.

C02 Health Services & Facilities

종합 병원, 클리닉, 수술, 정신과 의사, 심리학자, 치료사, 물리 치료사, 안경사, 검안사, 치과, 발 치료사, 접골사, 척추지압사, 피부과 의사, 산부인과 의사, 심장 전문의, 소아과 의사, 성형외과 의사, 비뇨기과 전문의, 내분비 전문의, 종양 전문의, 영양사, 약국, 건강 용품 판매점, 체육관, 피트니스와 요가 스튜디오 등의 소비자 시설을 직접 홍보하는 커뮤니케이션.

C03 Insurance

의료 보험과 재무 계획.

D. Health & Wellness: Animal Health

D01 Animal Health

의미 있는 의료 혜택을 제공해서 소비자의 관심을 끄는 애완동물과 그 외 동물들을 위한 건강 제품과 서비스. 여기에는 동물 클리닉과 수술, 동물 자선 단체와 시설을 위한 기금 모금, 동물 웰빙이 포함됨.

E. Pharma: Promotion, Awareness & Engagement

제약 브랜드를 위해서 제품 홍보와 질병/의료 상태에 대한 인식과 이해 그리고 참여를 통한 헬스케어 개선을 통해 환자, 의료 전문가, 타깃 소비자를 참여시키려고 만든 작품.

E01 Direct to Patient

환자를 타깃으로 하고 규제 의약품이나 서비스를 출시/홍보하기 위해 만든 작품.

Entries here must be in relation to the management of a disease or medical condition diagnosed and treated by a healthcare professional. If you wish to enter an OTC or general wellbeing product or service, please see Health & Wellness.

E02 Direct to Healthcare Professional

의료 전문가를 타깃으로 하고 규제 의약품이나 서비스를 출시/홍보하기 위해 만든 작품.

Entries here must be in relation to the management of a disease or medical condition diagnosed and treated by a healthcare professional. If you wish to enter an OTC or general wellbeing product or service, please see Health & Wellness.

E03 Disease Awareness & Understanding

질병/의학적 상태에 대한 인식과 이해를 높이고 잘못된 인식을 바꾸거나 사회적 낙인을 극복하기 위해 만들어진 작품. 여기에는 다양한 질병/장애/질환의 징후와 증상에 대한 교육을 제공하고 책임감 있고 능동적인 행동과 계획을 장려하는 브랜드 및 비브랜드 커뮤니케이션이 포함될 수 있으며 이에 국한되지 않음.

E04 Healthcare Professional Engagement

헬스케어 발전을 촉진하고 질병이나 의료 상태 관리를 지원하고 치료에 동기를 부여하고 환자의 순응과 자립을 돕기 위해 만들어진 작품. 커뮤니케이션은 헬스케어 전문가, 인플루언서, 연구자, 주요 오피니언 리더들이 과학 교육을 수집 및 지속하고 산업 발전을 촉진하며 연구 및 치료 옵션의 개발, 배포와 관련된 기술과 프로그램을 채택하는 것을 목표로 삼음. 접근법에는 헬스케어 전문 인력을 환자의 순응, 관찰, 데이터 수집, 분석, 보고로 지원하는 커뮤니케이션 툴과 장비가 포함될 수 있지만 이에 국한되지 않음. 출품작은 개선된 환자의 상태뿐 아니라 브랜드 정신도 전달할 것으로 기대됨.

E05 Patient Engagement

환자의 적응을 돕고 적절하고 책임감 있는 치료법 사용을 촉진하며 환자 경험을 개선하고 클라이언트/브랜드에 대한 긍정적인 평가를 이루는 동시에 더 나은 결과를 이끌어내는 작품. 여기에는 환자 여정, 규정 준수 프로그램, 상영 서비스, 심리 치료 서비스 지원 등이 포함될 수 있지만 여기에 국한되지 않음.

Healthcare Mediums

Brand Experience & Activation	Materials
<p>Brand Experience & Activation Creative, comprehensive brand building through the next level use of experience design, activation, immersive, retail and 360° customer engagement. Entries should demonstrate how the customer journey, experience of the brand and optimisation of every touch point led to increased brand affinity and commercial success.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Branded Content & Entertainment	Materials
<p>Branded Content & Entertainment: Digital & Social Digital content that communicates a health brand or product through the creation of engaging digital or social entertainment. To include digital game/gaming, branded social media, websites, microsites, mobile apps, native advertising.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>Branded Content & Entertainment: Film, TV and Online Film Content Branded fiction or non-fiction film, series or documentary / reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms. Work created to amplify a brand's message and increase engagement through entertainment.</p>	<p>Compulsory Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>Branded Content & Entertainment: Live Experience Original live entertainment content where the health brand is creatively positioned. Entries can include original events and shows, installations, festivals.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Creative Data	Materials
<p>Creative Data Work enhanced or driven by the creative use, interpretation, analysis or application of data. The creative use of data must sit at the core of the idea and the results / impact must be clear and robust.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
Digital	Materials
<p>Digital Work which is online, social and enhanced by the digital environment. Entries should show work originating from digital platforms and innovatively utilising associated technologies to deliver a brand message.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
Digital Craft	Materials
<p>The interactive journey created through the transference of a brand's visual assets to a digital product or service; with particular focus on the overall consistency in presentation, look, feel and interaction.</p>	
<p>Digital Craft: Interface & Navigation (UI) The interactive journey created through the transference of a brand's visual assets to a digital product or service; with particular focus on the overall consistency in presentation, look, feel and interaction.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p>
<p>Digital Craft: User Experience (UX) Design practice focused on the emotional and behavioural response to a digital product or service with relevant, seamless and consistent user experience at every point of interaction.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Direct	Materials
<p>Direct Targeted and response-driven creativity. Entries should demonstrate how insights and/or data were used as part of the strategy to engage specific target audience groups and develop customer relationships, inspiring action and producing measurable results.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
Film	Materials
<p>Product/brand commercials and other content aired on television or cinema, online, mobile, point of sale and other digital screens.</p>	
<p>Film: Cinema, TV and Digital Film Content Creativity of the moving image. Entries should demonstrate brilliant brand storytelling intended for a screen; filmed content created for TV, cinema, online and out-of-home experiences.</p>	<p>Compulsory Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
Film Craft	Materials
<p>Film Craft: Animation / Visual Effects All forms and styles of animation and visual effects created for film.</p>	<p>Compulsory Film</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>Film Craft: Cinematography The quality and effect of the cinematography. The style, artistic choices, camerawork, cinematic techniques, shot composition, lighting and other effects will be considered.</p>	<p>Optional</p>
<p>Film Craft: Direction The vision and achievement of the direction including the translation of the creative brief through a director's vision and how well that vision has been achieved. This may include but is not limited to, the way that casting, set design, sound design and cinematography have been used to bring that vision to life.</p>	<p>URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>Film Craft: Production Design / Art Direction The aesthetic of the Production Design/Art Direction. This includes set design and location builds, as well as the overall look, feel and atmosphere of the piece. The jury will consider how the narrative has been enhanced by the artful management of the visual components.</p>	
<p>Film Craft: Script The film's script, as written. Analysis of the script will include dialogue, voice-overs, scene-setting, movement, actions and expressions. The jury will consider how successfully the script delivers on the creative idea, while also considering the effectiveness in conveying important health related information.</p>	
<p>Film Craft: Use of Music / Sound Design The impact and success of original/licensed music and/or the creative use of sound design within film advertising.</p>	

Industry Craft	Materials
<p>Industry Craft: Art Direction The overall design, direction and visual execution.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG</p>
<p>Industry Craft: Copywriting How the copywriting brings the creative idea to life.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>Industry Craft: Illustration The creative impact of the illustration.</p>	<p>Optional URL</p>
<p>Industry Craft: Photography Engagement through use of photography and creative expression.</p>	<p>Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>Industry Craft: Typography Design aesthetics and storytelling conveyed through the use of typography.</p>	
Integrated	Materials
<p>Integrated Campaign</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
Mobile	Materials
<p>Mobile Device-driven creativity. Entries should demonstrate performance in portable platforms; work where a hand-held or wearable environment is integral to the idea and enables key aspects of the execution.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Outdoor	Materials
<p>Outdoor: Ambient Non-standard and free-format outdoor advertising that leverages the use of public spaces, objects and environments in an unconventional manner. Including, but not limited to, small scale solutions, special build, installations, live advertising and events.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>Outdoor: Standard Content intended for static and digital billboards, posters, bus stops, in store posters, point of sale, signage, transit solutions, banners etc.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
PR	Materials
<p>PR Strategic and creative communication that demonstrates how original thinking, transformative insight and a strategy rooted in earned has influenced opinion and driven business, societal, and/or cultural change. Work with storytelling at its core, which established, protected and enhanced reputation and business of an organisation or brand.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
Print & Publishing	Materials
<p>Print & Publishing: Collateral Brochures, booklets, leave behinds, custom sales materials, detail aids, promotional items, brand reminders, calendars, newsletters, annual reports and press releases.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>Print & Publishing: Standard Content intended for published printed media including, but not limited to; newspaper, magazines, medical journals and inserts.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
--	--

Product Innovation	Materials
<p>Product Innovation Products, devices and service innovations that have helped solve a business or patient issue for a health brand, or have been produced/developed in order to solve a brands communication need.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Radio & Audio	Materials
<p>Radio & Audio Work that communicates a brand message across the airwaves and digital streams., through audio excellence, sonic innovation and/or superior aural storytelling.</p>	<p>Compulsory MP3 Original Version</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Use of Technology	Materials
<p>Use of Technology Use of existing or new technology to execute or support a brand campaign. Including, but not limited to, AI, AR and VR, robotics, gadgets and electronics, wearable and interactive technology etc. Does not include prototypes of early stage tech.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Industry Craft

인더스트리 크래프트 스파이크스는 크리에이티브한 아이디어를 실현하는 데 필요한 예술성, 재능, 기술을 평가합니다.

출품작은 반드시 크리에이티브 테크닉을 응용함에 있어서 최고 수준의 전문성과 비전을 입증해야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 실행입니다.
- 패키지, 인쇄, 출판, 옥외의 단일 실행은 관련 분류에만 출품해야 합니다. 다만, 출품작이 보다 큰 캠페인의 일부라면 브랜드 커뮤니케이션과 디자인으로 취급됩니다.
- 표준 인쇄와 옥외 출품작에서 각 실행은 하나의 출품으로 구성됩니다.
- 패키지 & 브랜드 커뮤니케이션 & 디자인 출품작에서 전체 캠페인은 반드시 하나의 출품으로 제출되어야 합니다.
- 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 인더스트리 크래프트 부문에 여러 번 낼 수 있습니다.

<p>A. Typography 타이포그래피를 활용해 표현하는 디자인 미학과 스토리텔링.</p>	<p>Materials</p>
<p>A01 Brand & Communications Design 브랜드 아이덴티티, 로고 디자인, 자체 홍보, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 홍보 아이템, 그 외 포괄적인 브랜딩 프로그램이 포함됨.</p> <p><i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 Outdoor 전형적인 광고판, 포스터, 디지털 옥외 스크린, 앰비언트 작품을 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 옥외 작품.</p> <p>A03 Print & Publishing Any print or published work.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A04 Packaging Design Any packaging.</p> <p><i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>B. Art Direction</p> <p>이 분류의 출품작은 전반적인 디자인, 방향성, 시각적 실행에 중점을 둬.</p>	<p>Materials</p>
<p>B01 Brand & Communications Design 브랜드 아이덴티티, 로고 디자인, 자체 홍보, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 홍보 아이템, 그 외 포괄적인 브랜딩 프로그램이 포함됨. <i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B02 Outdoor 전형적인 광고판, 포스터, 디지털 옥외 스크린, 앰비언트 작품을 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 옥외 작품.</p> <p>B03 Print & Publishing Any print or published work.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B04 Packaging Design Any packaging. <i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>C. Illustration</p> <p>이 분류의 출품작은 일러스트레이션의 크리에이티브한 영향에 중점을 둬.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Brand & Communications Design 브랜드 아이덴티티, 로고 디자인, 자체 홍보, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 홍보 아이템, 그 외 포괄적인 브랜딩 프로그램이 포함됨. <i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>C02 Outdoor 전형적인 광고판, 포스터, 디지털 옥외 스크린, 앰비언트 작품을 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 옥외 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>C03 Print & Publishing Any print or published work.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C04 Packaging Design Any packaging. <i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>D. Photography 이 분류의 출품작은 크리에이티브한 표현에 중점을 둠.</p>	<p>Materials</p>
<p>D01 Brand & Communications Design 브랜드 아이덴티티, 로고 디자인, 자체 홍보, 브랜드 컬러터널, 기업 커뮤니케이션, 홍보 아이템, 그 외 포괄적인 브랜딩 프로그램이 포함됨. <i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D02 Outdoor 전형적인 광고판, 포스터, 디지털 옥외 스크린, 앰비언트 작품을 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 옥외 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>D03 Print & Publishing Any print or published work.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

E. Copywriting	Materials
<p>이 분류의 출품작은 카피라이팅이 크리에이티브한 아이디어를 실현한 방법에 초점을 둬.</p> <p>E01 Brand & Communications Design 브랜드 아이덴티티, 로고 디자인, 자체 홍보, 브랜드 콜라터럴, 기업 커뮤니케이션, 홍보 아이템, 그 외 포괄적인 브랜딩 프로그램이 포함됨.</p> <p><i>Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>E02 Outdoor 전형적인 광고판, 포스터, 디지털 옥외 스크린, 앰비언트 작품을 포함하되 이에 국한되지 않는 모든 옥외 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Proof JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>E03 Print & Publishing Any print or published work.</p>	
<p>E04 Packaging Design Any packaging.</p> <p><i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Innovation

이노베이션 스파이크스는 획기적인 혁신, 기술, 문제 해결을 평가합니다. 툴, 제품, 모델, 플랫폼과 그 외 형태의 광고 기술을 포함한 독보적 기술 솔루션과 신기술을 활용한 크리에이티브 캠페인도 인정합니다.

- 참가자들은 기술을 완벽히 실행할 수 있어야 합니다. 개념만 제시하는 것은 인정하지 않습니다.
- 이노베이션 부문에서 동일한 작품은 1 회만 출품할 수 있습니다.
- 최종 심사 후보에 오른 참가자들은 온라인으로 심사위원에게 작품을 소개해야 합니다.

A. Innovation	Materials
<p>A01 Innovative Technology 브랜드나 크리에이티브한 작품과는 별개인 스탠드 얼론 기술 솔루션. 진보, 발전, 개선을 목표로 하는, 브랜드와 연계되지 않은 획기적인 기술. 여기에는 데이터 중심 기술, 혁신적인 플랫폼, 툴, 모델, 프로그램, 하드웨어, 소프트웨어, 맞춤형 제품과 솔루션이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory</p> <p>Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional</p> <p>URL</p> <p>Digital Supporting Content</p> <p>Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 Applied Innovation 브랜드나 크리에이티브한 작품과 관련된 혁신적인 솔루션. 브랜드 문제에 대한 솔루션 찾기/브랜드 발전 추구에 중점을 둔, 브랜드와 관련된 획기적이고 혁신적인 아이디어를 갖춘 미래 지향적인 방법.</p>	
<p>A03 Scalable Innovation 신 기술이나 미래 지향적인 아이디어로 기존의 목표를 초월해 새로운 정점에 도달한 혁신 또는 크리에이티브한 작품.</p> <p><i>You may have entered Innovation Spikes in previous years but must show a marked development in your innovation since your previous submission.</i></p>	
<p>A04 Early-stage Technology 아직 테스트 중이거나 프로토타입이거나 베타 단계인 작품. 아직 투자를 유치 중이거나 계획한 예산의 일부만으로 작업 중인 작품이 포함되나 이에 국한되지 않음. 출품작은 반드시 발표 단계에서도 시연 가능해야 함. 개념만 제시하는 것은 인정하지 않음.</p>	
<p>A05 Brand Strategy & Experience 고객 경험에 가시적인 영향을 주는 브랜드 문제에 대한 혁신적이고 전략적인 솔루션. 새로운 제품/서비스 출시, 고객 경험, 브랜드 커뮤니케이션 계획의 일환인 관계 모델을 통해 이뤄지는 브랜드 포지셔닝.</p>	

Integrated

인티그리티드 스파이크스는 다양한 미디어 플랫폼을 활용하는 작품을 평가합니다.

출품작은 반드시 캠페인 전반에 걸친 선택 요소나 채널의 통합과 다양한 미디어가 상호 보완하고 구축되어 가시적인 비즈니스 결과를 이끌어낸 방법이 문화적 변화에 기여했거나 브랜드 목적 달성에 필수였는지를 설명해야 합니다.

A. Integrated	Materials
<p>A01 Integrated 여러 채널과 접점을 크리에이티브하게 활용하여 강력한 아이디어를 사회에 성공적으로 통합하는 작품. 행동 변화와 가시적인 비즈니스 결과를 이끌어 냄.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Media

미디어 스파이크스는 크리에이티브리티의 측면에서 평가합니다.

출품작은 반드시 영감을 주고, 혁신적인 아이디어의 구현, 즉 판도를 바꾸는 채널 전략으로 개선된 작품임을 입증해야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 인사이트와 아이디어 30%, 전략과 타겟팅 20%, 실행 20%, 영향 및 결과 30%.
- 미디어 부문에서 동일한 작품은 최대 3 회 출품할 수 있습니다.
다만 'A 미디어 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

A. Media: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	Materials
A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or G07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section G. Culture & Context</i>	

B. Channels 채널 내에서 크리에이티비티 및 혁신.	Materials
<p>B01 Use of TV & Other Screens TV, VOD, 그 외 온라인 서비스 제공 업체가 포함됨. TV 외의 스크린에는 터치 스크린, 반응형 디스플레이처럼 소비자와 상호 작용이 필요한 스크린이 포함될 수 있으나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>B02 Use of Audio Platforms 라디오, 팟캐스트, 그 외 오디오 기술이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Optional URL</p>
<p>B03 Use of Print / Outdoor 신문, 잡지, 삽입 광고, 무역 저널, 기존의 광고판이나 포스터 게시판, 버스 정류장, 일반적인 광고 공간을 쓰는 대중 교통 광고가 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B04 Use of Ambient Media: Small Scale 작은 사물과 그 외 휴대용(혹은 이와 비슷한 크기의) 아이템을 포함한 비우편물 및 인쇄물 자료.</p> <p><i>'Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution. Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B05 Use of Ambient Media: Large Scale 공공 공간, 사물, 환경을 활용하는 비표준적 주변공간을 위해 집행한 작품.</p> <p><i>'Large Scale' refers to the physical size of the ambient item or execution, not the scale of the</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>B06 Use of Events / Stunts 라이브쇼, 축제, 콘서트, 스포츠 이벤트, 이벤트 후원, 게릴라 마케팅, 가두 선전, 일회성 체험형 이벤트 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B07 Use of Digital Platforms 온라인 플랫폼 및 관련 기술과 미디어 캠페인에서 디지털 환경 활용. 여기에는 웹 사이트, 마이크로 사이트, 게임, 검색 엔진, 배너 광고, 메신저 등이 포함될 수 있으나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>Social media led campaigns should be entered into B09. Use of Social Platforms.</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>B08 Use of Mobile & Devices 스마트폰, 태블릿, 블루투스, GPS, 모바일 게임 및 애플리케이션 등을 포함한 모바일 기술이나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B09 Use of Social Platforms 소셜 미디어, 블로그, 위키, 비디오 공유 사이트, 호스팅 서비스 등을 활용하여 커뮤니티/소비자와 관계를 만들고 개선하는 작품.</p> <p><i>Work entered in this category should be planned and executed on Social Platforms as opposed to campaigns that went social.</i></p>	

<p>B10 Use of Technology 미디어 캠페인을 실행하거나 지원하는 기존 기술이나 신규 기술의 활용. 여기에는 인공 지능, 증강 현실, 가상 현실, 로봇공학, 전자기기 및 도구, 웨어러블과 인터랙티브 기술 등이 포함되나 이에 국한되지 않음. 초기 기술 단계의 프로토타입은 해당 사항 없음.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
--	--

<p>C. Data Media executions enhanced or driven by data.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Use of Data-Driven Insight 미디어 실행의 효율성이 도움이 되는 인사이트를 발견하거나 생성하기 위한 데이터 활용.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C02 Use of Real-Time Data 실시간으로 생성 혹은 활용되어서 동적 콘텐츠를 제공하거나 지속적인 소비자 관계를 가능하게 만드는 데이터 활용.</p>	
<p>C03 Data-Driven Targeting 효과적인 타기팅을 지원하는 데이터의 크리에이티브한 활용이나 해석. 출품작은 반드시 데이터가 프로그램 타기팅에 기여한 방법, 타킷과 브랜드 메시지 혹은 채널을 정의하는 데 도움이 된 핵심 정량적 인사이트를 제공한 방법을 보여줘야 함.</p>	
<p>C04 Social Data NEW 소셜 미디어에서 특별히 생성된 데이터의 크리에이티브한 활용. 소셜 데이터의 전략적 활용으로 얻은 인사이트와 관련된 타기팅 방법이 심사에 반영됨.</p>	
<p>C05 Data Integration NEW 계획에서부터 크리에이티브한 캠페인 혹은 브랜드 전략의 수행에 걸쳐서 다양한 스트림이 새로운 인사이트를 제공하기 위해 통합되는 방법을 보여주는 크리에이티브한 데이터 해석.</p>	

<p>D. Branded Content & Entertainment 이 분류의 작품은 소비자의 참여를 유도한 콘텐츠 배치 방법과 측정 가능한 결과로 평가됨. 이 분류의 출품작은 콘텐츠 자체가 아니라 콘텐츠를 만들고 활용하고 강화하는 미디어의 역할을 평가한다는 점에 유의.</p>	<p>Materials</p>
<p>D01 Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform 영화, TV, 미니 시리즈, 웹 시리즈, 음악 비디오, 온라인/디지털 작품, 후원 등에서의 제품 배치와 브랜딩이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>D02 Use of Branded Content created for Digital or Social 브랜드 소셜 미디어, 웹 사이트, 마이크로 사이트, 모바일 애플리케이션, 게임, 네이티브 광고 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
---	--

E. Campaign	Materials
<p>E01 Use of Integrated Media 캠페인 동안 선택된 미디어의 통합. 출품작은 반드시 브랜드 메시지를 전달하기 위해 다양한 미디어가 얼마나 서로를 잘 보완했는지를 보여줘야 함.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

F. Excellence in Media	Materials
<p>F01 Media Insights & Strategy 브랜드 특화 비즈니스 목표, 마케팅 목표, 전반적인 브랜드 포지셔닝에 부합하는 맞춤형 미디어 전략을 개발하기 위해서 활용하는 소비자 행동/니즈에 대한 개방형 인사이트와 이해.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>F02 Media Planning 브랜드 메시지를 전달하기 위한 미디어 플랫폼의 소싱 및 선택. 출품작은 요구되는 응답을 생성하기 위해 반드시 메시지의 전달 범위, 침투력, 빈도를 상세히 기재해야 함.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content</p>
<p>F03 Media Execution 출품작은 선택한 채널과 달성된 비즈니스 목표에서 미디어적 사고와 미디어 소유자와의 능숙한 협상이 어떻게 캠페인에 기여했는지 보여줘야 함. 브랜드 스토리텔링의 일환인 미디어 구매와 크리에이티브한 전달이 심사에 반영됨.</p>	<p>Digital Supporting Images JPG</p>

<p>G. Culture & Context</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.</p>	<p>Materials</p>
<p>G01 Local Brand</p> <p>단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>G02 Challenger Brand</p> <p>경쟁 브랜드의 압력/훼방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	
<p>G03 Single-market Campaign</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G04 Social Behaviour</p> <p>식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>G05 Cultural Insight</p> <p>특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>G06 Breakthrough on a Budget</p> <p>최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>G07 Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G08 Market Disruption</p> <p>지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Mobile

모바일 스파이크스는 디바이스 중심의 크리에이티비티를 평가합니다.

출품작은 휴대용 플랫폼, 즉 휴대용 혹은 웨어러블 환경이 아이디어에 필수이며 실행에 있어서 핵심 요소인 작품의 성능을 보여줘야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 아이디어, 실행, 플랫폼 관련성, 영향 및 결과입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 모바일 부문에 여러 번 낼 수 있습니다.

A. Technology 브랜드, 제품, 서비스를 강화하는 모바일 기술의 크리에이티브한 응용.	Materials
<p>A01 Activation by Location 모바일 경험을 활성화하는 GPS, 지오로케이션, 프록시미티 기술의 활용.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 AR 증강 현실을 활용해서 실제 환경에 디지털 정보 실시간 통합과 레이어링을 함으로써 사용자 경험을 개선하는 작품.</p> <p><i>Please provide a demo film of the technology for the jury</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>A03 New Realities & Voice Activation 문제 해결, 참여 유도, 소비자 경험 향상을 위한 가상 현실, 혼합 현실, 음성 활성화의 크리에이티브한 활용.</p> <p><i>Please provide a demo film of the technology for the jury</i></p>	<p>Optional Demo Film Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>A04 Connected Devices / Wearables 하나 이상의 장치에 연결되거나 네트워크에 연결돼서 소비자의 참여를 유도하고 경험을 개선하는 모바일 장치를 활용한 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>A05 Data / Insight 특정 고객이나 커뮤니티와의 의미 있는 관계를 목표로 하거나, 참여, 개발하기 위한 크리에이티브한 모바일 솔루션으로 이어지는 개인 데이터의 크리에이티브한 활용.</p>	<p>Optional Digital Supporting Content</p>
<p>A06 Innovative use of Technology 내장된 기능의 혁신적인 활용을 포함하는 모바일 기술의 크리에이티브한 응용. 여기에는 터치 스크린, 가속도계, 카메라, 스피커, 마이크, 그 외 햅틱 기술이 포함될 수 있지만 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A07 Advanced Learning Technologies 모바일 기반의 지능형 기술의 크리에이티브한 활용. 여기에는 인공 지능, 봇, 얼굴 인식, 클라우드 기술 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	
<p>A08 mCommerce 고객 여정 최적화, 참여 확대 및 상업적 성공으로 이어지는 모바일 커머스 솔루션의 크리에이티브한 응용. 여기에는 앱, 지갑, 리워드 프로그램, 하이퍼 편의성이 포함될 수 있지만 이에 국한되지 않음.</p>	

B. Use of Mobile	Materials
<p>B01 Mobile Websites 단일 실행 웹 사이트와 더 큰 캠페인의 일환으로 제작된 웹 사이트가 포함된 모든 모바일 웹 사이트.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p>
<p>B02 Mobile Apps 모바일 장치나 스마트 TV 용으로 나왔고 웹을 통해 액세스하거나 앱 스토어 및 기타 모바일 소프트웨어 배포 플랫폼에서 다운로드할 수 있는 모든 애플리케이션(네이티브, 하이브리드, 웹 기반, 사전 설치).</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>B03 Social Content for User Engagement 브랜드 친화력을 높이기 위한 소셜 커뮤니티에서 비디오, 스트리밍 비디오, 사진 공유, 이미지, GIF, 그 외 콘텐츠를 활용하고 고객 참여, 오락, 제작, 유지 관리, 결실을 맺도록 디자인된 소셜 활동.</p>	<p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B04 Social Commerce 비즈니스 목표에 영향을 주거나 브랜드, 커뮤니티, 소비자와의 관계를 개선하기 위해 온라인 커뮤니티의 힘을 활용하는 크리에이티브한 소셜 활동. 여기에는 콘텐츠, 운영, 인텔리전스, 자원 조달, 영업, 제품 개발, 가치 사슬의 그 외 측면이 포함됨.</p>	
<p>B05 Targeted Communication 이미 형성된 커뮤니티, 그룹, 개인을 위해 행동, 관심사, 우정, 지리적 위치 등과 같은 소셜 시대 인사이트 자료를 바탕으로 맞춤형 한 소셜 활동. 여기에는 네이티브 광고와 계획적인 캠페인, 고객 인사이트, 소셜 메시지의 맞춤화, 관련성, 크리에이티브한 실행 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	

<p>B06 Mobile Games 브랜드를 위해 특별히 만들었거나 브랜드와 게임의 전략적이고 크리에이티브한 통합을 위해 모바일 장치에서 플레이할 수 있도록 디자인하고 만든 게임.</p> <p><i>Please provide a demo film for the jury to experience</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Demo Film Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
--	---

<p>C. Campaign 브랜드, 제품, 서비스를 개선하는 모바일 우선 캠페인과 커뮤니케이션(일회성 실행 아님).</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Integrated Mobile Campaigns 모바일 기술과 다른 미디어 기술을 함께 활용하는 작품. 출품작은 반드시 캠페인의 모바일 구성 요소가 다른 채널과 어떻게 상호 작용하는지 보여줘야 함.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C02 Messaging Campaign 인스턴트 메시징, 푸시 알림, 비디오 메시징, 사진 공유, SMS 등을 포함한 메시징 플랫폼을 활용하는 작품.</p>	

Music

뮤직 스파이크스는 크리에이티브한 음악적 컬래버레이션과 자작 음악 콘텐츠를 평가합니다.

출품작은 반드시 브랜드를 위한 자작 음악 홍보, 배급 즉, 소비자와 커뮤니케이션하기 위해 가수나 플랫폼을 크리에이티브하게 활용한 작품을 보여줘야 합니다.

- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 음악 부문에 여러 번 낼 수 있습니다.

A. Music Content The same entry can be submitted only once in this section.	Materials
A01 Music Video 출품작은 자작 음악 비디오와 인터랙티브 음악 비디오의 특별한 예를 보여줘야 함.	Compulsory Film
A02 Brand or Product Integration into Music Content 음악 비디오나 그 외 음악 콘텐츠와 관련 있는 브랜드의 공생적인 통합.	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

B. Community Creativity and innovation within a channel.	Materials
B01 Music Live Experience 콘서트, 가두 선전, 설치 및 활성화를 포함하되 이에 국한되지 않는, 음악을 중심으로 하는 경험의 디자인과 제작.	Compulsory Digital Presentation Image JPG
B02 Fan Engagement / Community Building 아티스트의 팬 층/커뮤니티 참여, 구축, 유지하고 브랜드 친밀도를 높일 수 있게 디자인된 전략적 계획. 커뮤니티 활동(수동적 팬 vs 능동적 팬), 참여 수준, 활동/비활동 사용자를 대상으로 한 타깃 대화/커뮤니케이션의 관련성이 심사에 반영됨.	Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

C. Innovation in Music Media executions enhanced or driven by data.	Materials
C01 Innovative use of Music Technology 브랜드의 콘텐츠와 제품, 서비스를 개선하는 음악 플랫폼과 기술의 크리에이티브한 활용. 여기에는 음악 스트리밍 플랫폼, 비디오 호스팅 서비스, 플레이리스트 전략, 앱, 디바이스, 홍보를 위한 신기술이 포함되나 이에 국한되지는 않음.	Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG

<p>D. Excellence in Music</p> <p>이 분류의 작품은 콘텐츠의 배치가 얼마나 성공적으로 소비자의 참여를 유도하고 측정 가능한 결과를 이끌어 냈는 지를 평가함. 이 분류의 출품작은 콘텐츠 자체가 아니라 콘텐츠를 만들고 활용하고 강화하는 미디어의 역할을 평가한다는 점에 유의.</p>	Materials
<p>D01 Use of Original Composition 브랜드 영역과 인지도를 넓히며 비즈니스를 주도하기 위한 공동 음악 창작, 저작권 취득, 편곡을 포함한 브랜드와 아티스트 간의 콜라베이션.</p>	<p>Compulsory</p> <p>Digital Presentation Image JPG</p>
<p>D02 Use of Licensed / Adapted Music 특별히 브랜드를 위해 제작한 건 아니지만 브랜드에서 커뮤니케이션용으로 저작권 취득 및 편곡한 음악 트랙 배치. 브랜드의 음악 소싱 및 적합성이 심사에 반영됨.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D03 Strategic Partnership 브랜드의 영역이나 인지도를 키우기 위한 독점 콘텐츠를 제작하며 참여한 모두에게 이득이 되는, 브랜드, 자선 단체/비영리 단체와 아티스트 간의 특별한 콜라베이션.</p>	<p>Optional</p> <p>URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

Outdoor

아웃도어 스파이크스는 집 밖에서의 크리에이티브한 경험을 평가합니다.

출품작은 현장에서 아이디어, 즉 공공 공간을 활용하여 메시지를 전달하거나 브랜드 경험에 소비자를 몰입시키는 작품을 보여줘야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 아이디어와 실행입니다.
- 선택한 분류와 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 옥외 부문에 여러 번 낼 수 있습니다. 다만, 'A. 섹터: 광고판'과 'B. 섹터: 포스터'에는 1 회만 낼 수 있습니다.
- A, B 섹션에서 각 실행은 하나의 출품으로 구성되어야 하며 모든 실행은 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다.
- C, D, E, F 섹션에서는 여러 실행을 하나의 출품으로 제출해야 할 수도 있으며 모든 옥외 실행은 반드시 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다.

A. Billboards: Sectors 도로변, 고속도로, 환승로를 비롯한 표준 광고판 공간에 맞게 만든 클래식한 2 차원 시트와 정적인 디지털 광고판.	Materials
A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory Digital Proof JPG Optional Digital Supporting Images JPG
A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</i>	

<p>B. Posters: Sectors</p> <p>슈퍼마켓, 쇼핑몰, 공항 등 공공장소용으로 제작된 클래식 시트와 정적인 디지털 포스터.</p>	<p>Materials</p>
<p>B01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재.</p> <p><i>All fast food entries should go in B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>Compulsory Digital Proof.JPG</p> <p>Optional Digital Supporting Images.JPG</p>
<p>B02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품</p>	
<p>B03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.</p>	
<p>B04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.</p>	
<p>B05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.</p>	
<p>B06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context</i></p>	

<p>C. Digital Screens</p> <p>메시지 전달을 위해 비정적인 디지털 디스플레이 스크린 활용을 포함하는 모든 표준 디지털 옥외 광고. 정적인 디지털 광고판/포스터는 A. 광고판: 섹터나 B. 포스터: 섹터에 제출 바람.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Animated Digital Screens 옥외 환경에서 선형적인 영상/콘텐츠, 애니메이션을 활용하는 옥외 디지털 광고. 여기에는 디지털 광고판, 포스터, 트랜짓 디스플레이, LED 디스플레이를 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image.JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images.JPG</p>
<p>C02 Interactive / Dynamic Digital Screens 디지털 터치 스크린, 모션 기술, 소셜 미디어, 모바일 통합, 활용을 통해 상호 작용과 능동적인 소비자 참여를 필요로 하는 옥외 디지털 광고 혹은 데이터 중심 시각화, 반응성 디스플레이, 컨디셔널 콘텐츠처럼 업데이트 가능한 콘텐츠를 알려 주는 개인화된 데이터나 실시간 데이터를 활용하는 동적인 옥외 디지털 광고.</p>	

<p>D. Ambient & Experiential</p> <p>공공 공간, 사물, 환경을 전례 없는 방식으로 활용하는 비표준적이고 자유 형태를 갖춘 가내 작품. 전형적인 광고 사이트를 위해 디자인된 작품(광고판/포스터)은 이 섹션에 포함되지 않음.</p>	<p>Materials</p>
<p>D01 Displays 집 밖 환경에서 브랜드에 상당한 영향을 주도록 디자인된 사물과 홍보용 아트워크를 포함한 전시된 콘텐츠. 전시, 설치 예술, 매장 내 전시 등 공공장소에서도 관람할 수 있는 작품.</p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film
<p>D02 Promotional Items & Printed Media 집 밖 환경에서 유통되는 홍보용 아이템과 브랜드 상품. 이벤트, 리테일 스토어, 전시회 등에서 제공되는 사은품을 포함하나 이에 국한되지 않음.</p> <p><i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>D03 Special Build 건물 외부, 길거리 시설물, 환경 및 대형 간판을 포함한 집 밖의 건축물과 개조 작품. 초대형 사이트, 팝업 스토어, 3D/비표준 형태 사이트, 개찰구, 플로어 미디어를 포함하나 이에 국한되지 않음.</p>	
<p>D04 Live Advertising & Events 광고주가 만든 라이브 행사를 포함하거나 고객이 실시간으로 보는 집 밖 활동. 출품작에는 라이브 공연, 시연회, 브랜드 콘서트, 프로모션 이벤트가 포함될 수 있으나 이에 국한되지 않음.</p>	
<p>D05 Interactive & Immersive Experiences 소비자가 참여하는 집 밖 활동. 체험형 마케팅, 소비자 및 고객 참여, 물리적 상호 작용과 인터랙티브 게임, 몰입형 스토리텔링, 모바일 활용, 가상 현실/증강 현실, 설치물과 다차원적 경험이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	
<p>D06 Transit 차량 또는 환승장을 활용한 비표준 혹은 자유형 광고. 출품작에는 자동차, 기차, 버스, 택시, 트럭, 비행기 등의 활용 또는 주차장, 공항, 버스 정류장, 기차역, 여객선 항구, 도로, 차도 같은 환승 및 통근 사이트의 활용이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	

<p>E. Innovation in Outdoor</p> <p>브랜드 메시지를 전달하는 집 밖 미디어의 크리에이티브하고 혁신적인 활용.</p>	<p>Materials</p>
<p>E01 Standard Sites 광고판, 포스터, 트랜짓 광고, 통근 열차, 벽면 광고, 디스플레이, 가두 선전 등을 포함하나 이에 국한되지 않는 전형적인 집 밖 미디어의 영역을 확장하는 비표준적 집 밖 사이트를 위해 만든 작품.</p> <p><i>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>E02 Ambient Outdoor 공공 공간, 사물, 환경을 활용하고 혁신에 있어 진보적 사고를 지향하는 비표준적이고 집 밖 환경을 위해 만든 작품.</p>	
<p>E03 Technology 집 밖 접점을 갖춘 모바일의 활용, 홀로그램 이미지, 드론, 증강 현실, 컴퓨터 영상 합성 기술, 알고리즘, 인공지능을 포함하나 이에 국한되지 않는 집 밖 경험을 만드는 기술의 혁신적인 활용.</p>	

<p>F. Culture & Context</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.</p> <p>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.</p>	<p>Materials</p>
<p>F01 Local Brand</p> <p>단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	<p>Compulsory</p> <p>Digital Presentation Image JPG</p>
<p>F02 Challenger Brand</p> <p>경쟁 브랜드의 압력/훼방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	<p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>F03 Single-market Campaign</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	<p>Optional</p> <p>URL</p> <p>Digital Supporting Content</p> <p>Digital Supporting Images JPG</p>
<p>F04 Social Behaviour</p> <p>식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>F05 Cultural Insight</p> <p>특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>F06 Breakthrough on a Budget</p> <p>최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>F07 Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>F08 Market Disruption</p> <p>지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

PR

PR 스파이크스는 전략적이고 크리에이티브한 커뮤니케이션을 평가합니다.

출품작은 독창적인 사고, 혁신적인 인사이트, 획득 중심 전략이 어떻게 여론에 영향을 주고 비즈니스, 사회, 문화적 변화를 주도했는지 보여줘야 합니다. 조직 또는 브랜드의 명성과 비즈니스를 구축, 보호, 강화하는 스토리텔링을 중심으로 하는 작품.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 20%, 전략 30%, 실행 20%, 영향 및 결과 30%.
- 홍보 부문에서 동일한 작품을 최대 3 회 출품할 수 있습니다. 다만, 'A. PR: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

<p>A. PR: Sectors</p> <p>The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>Materials</p>
<p>A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i></p>	<p>Compulsory</p> <ul style="list-style-type: none"> Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film <p>Optional</p> <ul style="list-style-type: none"> URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
<p>A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.</p>	
<p>A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.</p>	
<p>A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.</p>	
<p>A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.</p>	
<p>A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or G07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section G. Culture & Context</i></p>	

<p>B. Social Engagement & Influencer Marketing</p> <p>Entries should focus on how social / digital platforms were leveraged to support or execute the PR campaign.</p>	<p>Materials</p>
<p>B01 Social Engagement 브랜드 인지도와 인기를 구축하는 홍보 및 소셜 미디어 스토리텔링 평가. 출품작은 반드시 브랜드 인지도와 관련성을 높이기 위해 소셜 미디어를 어떻게 활용했는지 보여줘야 함.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>B02 Community Management 브랜드 관계의 개발, 유지, 형성을 인식. 출품작은 반드시 브랜드 온라인 커뮤니티/타겟 고객의 참여가 어떻게 명성을 쌓고 온라인 커뮤니티 내에서 신뢰와 권위를 확립했는지 보여줘야 함.</p>	<p>Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B03 Real-time Response 세계적 사건, 공공 문제, 그 외 실존하는 실시간 활동과 관련된 대화에 크리에이티브하고 가치 있는 방법으로 응답하고 참여하도록 디자인된 실시간 소셜 활동.</p>	
<p>B04 Content Creation & Production 오락, 영감, 교육을 위해 제작된 콘텐츠. 출품작은 반드시 제작된 콘텐츠가 어떻게 브랜드 메시지와 긴밀하게 연결되어 고객과 관련되고 고객의 참여를 유도하는지 보여줘야 함.</p>	
<p>B05 Content Discovery & Amplification 최대 잠재 고객에게 다가가기 위한 콘텐츠 확장 및 배급에 대한 크리에이티브한 방법을 인식. 출품작은 반드시 획득, 결제, 공유, 소유 미디어의 조합이 어떻게 브랜드 참여와 인지도 향상에 기여했는지 보여줘야 함.</p>	
<p>B06 Innovative Use of Influencers 특정 고객을 대상으로 브랜드 메시지와 인지도 높이기 위한 크리에이티브하고 혁신적인 인플루언서 활용.</p>	

<p>C. Insights & Measurement</p> <p>크리에이티브한 영감과 커뮤니케이션 전략을 추진하기 위한 데이터 활용의 효율성. 출품작은 반드시 조직의 성과에 실질적인 영향을 미친 캠페인을 개발하는 인사이트와 측정의 신중하고 사려 깊은 소개에 초점을 두어야 함. 출품작은 반드시 비광고 커뮤니케이션이 다뤄야 하는 광범위한 평판 및 이해 관계자의 문제를 해결한 활동의 성공을 보여줘야 함.</p>	<p>Materials</p>
<p>C01 Research, Data & Analytics 홍보 프로그램에 의미 있는 기여나 도움을 제공하는 연구와 데이터 중심 또는 실행 가능한 인사이트. 출품작은 반드시 연구나 인사이트, 사고의 질, 전략 개발의 증거를 제공해야 함.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>C02 PR Effectiveness 비즈니스와 명성에 입증된 영향을 미치는 크리에이티브한 작품을 인식. 출품작은 반드시 결과 데이터와 결과 평가에 사용된 측정 툴의 세부 정보, 분석 방법을 제공해야 함. 유형적 비즈니스 결과와 미디어의 질과 양도 심사에 반영됨.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>D. PR Techniques</p> <p>출품작은 반드시 영역을 넓히고 원하는 캠페인 결과를 달성하기 위해 선택한 PR 테크닉의 크리에이티브한 구현에 초점을 두어야 함.</p>	<p>Materials</p>
<p>D01 Media Relations 참여, 교육, 영향을 의도한 고도의 혁신의 증거를 갖춘 저널리즘을 캠페인의 선두에 둔 PR. 출품작은 반드시 깊이, 품질, 메시지를 포함한 미디어 결과의 관련성을 보여줘야 함. 이 전략이 원하는 캠페인 결과를 달성하거나 지원한 방법을 심사에 반영됨.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D02 Use of Events & Stunts 광범위한 홍보 전략의 일환으로 가두 선전, 이벤트, 대회, 홍보용 게임, 팝업 이벤트, 길거리 예술, 게릴라 마케팅, 기업 이벤트, 런칭 파티, 인터넷 방송 이벤트, 축제 등을 활용하여 브랜드 또는 커뮤니케이션 프로젝트의 가치와 명성을 구축하는 작품.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D03 Launch / Re-launch 제품이나 서비스를 재출시하기 위해 제작한 작품.</p>	
<p>D04 Brand Voice & Strategic Storytelling 브랜드/조직의 특정 관점/이야기를 일관되게 관련성 높은 방법으로 전달하고 직원, 주주, 고객과 정서적 연결을 구축하도록 디자인된 맞춤형 전략.</p>	
<p>D05 Use of Technology 인공 지능, 가상 현실, 로봇 공학, 도구, 전자기기, 웨어러블, 인터랙티브 기술 등을 포함한 PR 캠페인을 실행하고 지원하기 위한 디지털 혁신의 경계를 넓히는 기존의 기술 혹은 새로운 기술.</p>	

<p>E. Excellence: PR Craft</p> <p>Exceptional and creative best practice within the chosen PR specialism.</p>	<p>Materials</p>
<p>E01 Corporate Image, Communication & Reputation Management 이미지를 구축하거나 인지도를 높이고 기업 브랜드, 조직, 기업의 인식을 형성하는 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>E02 Public Affairs & Lobbying 정치적 혹은 투표 계획뿐 아니라 로비 또는 광범위한 공공 정책 전략을 활용하여 공공 정책 의제에 영향을 미치거나 알리기 위해 계획된 작품.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>E03 Crisis Communications & Issue Management 기업의 신뢰도와 평판에 영향을 미칠 수 있는 위기나 문제가 초래한 결과의 계획/처리. 출품작은 반드시 위기 커뮤니케이션 전략의 계획/실현에 관한 증거와 원하는 결과를 이룬 방법을 보여줘야 함.</p> <p><i>Content of entries in this category can be kept entirely confidential and used for judging purposes only.</i></p>	
<p>E04 Internal Communications & Employee Engagement 직원과 회사의 아이덴티티나 메시지를 연결하는 의도를 가진 변화 관리를 포함하는 내부 커뮤니케이션 및 활동 참여. 출품작은 반드시 어떻게 활동이 측정 가능한 결과, 직원 만족도 및 비즈니스 성장으로 변했는지 보여줘야 함.</p>	
<p>E05 Sponsorship & Brand Partnership 특정 인지도/비즈니스 목표를 달성하고 브랜드, 조직, 기업의 이미지를 개선하기 위해 후원/파트너십 프로그램을 활용한 작품.</p>	

<p>F. Campaign</p> <p>주로 PR 중심으로 시작, 주도되는 하나의 캠페인에 여러 미디어 플랫폼을 활용하는 작품.</p>	<p>Materials</p>
<p>F01 Integrated Campaign led by PR 캠페인 내내 선택한 요소나 채널과 브랜드 메시지를 전달하고 소비자의 인식과 태도를 변화시키기 위해 다양한 유형들이 얼마나 서로를 잘 보완했고 구축했는지를 보여주는 증거를 성공적으로 통합한 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

<p>G. Culture & Context</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품..</p>	<p>Materials</p>
<p>G01 Local Brand 단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>G02 Challenger Brand 경쟁 브랜드의 압력/위협에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	
<p>G03 Single-market Campaign 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G04 Social Behaviour 식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>G05 Cultural Insight 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>G06 Breakthrough on a Budget 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>G07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>G08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드..</p>	

Print & Publishing

프린트 & 퍼블리싱 스파이크스는 유통의 크리에이티비티를 평가합니다.

출품작은 반드시 시선을 끄는 아이디어, 즉 인쇄 미디어에서 독창성과 뛰어난 장인 정신을 갖춘 작품을 보여줘야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 아이디어와 실행입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횡수에 제한 없이 동일한 작품을 인쇄와 출판 부문에 여러 번 낼 수 있습니다. 다만, 'A. 프린트: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.
- A 섹션에서 각 실행은 하나의 출품으로 구성되어야 하며 모든 실행은 반드시 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다.
- B, C 섹션에서 여러 실행을 하나의 출품으로 구성할 수 있지만, 모든 인쇄와 출판 작품은 반드시 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다.

A. Print & Publishing: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	Materials
A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory Digital Proof JPG Optional Digital Supporting Images JPG
A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or C07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section C. Culture & Context</i>	

B. Innovation in Print & Publishing 둘 이상의 작품을 제출한다면 하나의 디지털 프레젠테이션 이미지로 업로드해야 함.	Materials
<p>B01 Innovative and Adapted use of Print & Publishing 물리적으로 활동적인 요소를 수정 또는 조정한, 비전형적이고 혁신적인 인쇄 작품.</p> <p><i>Please provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.</i></p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Demo Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>

C. Culture & Context 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품. If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.	Materials
<p>C01 Local Brand 단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	<p>Compulsory Digital Presentation Image JPG Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C02 Challenger Brand 경쟁 브랜드의 압력/휩방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	
<p>C03 Single-market Campaign 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	
<p>C04 Social Behaviour 식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>C05 Cultural Insight 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>C06 Breakthrough on a Budget 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>C07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>C08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Radio & Audio

라디오 & 오디오 스파이크스는 소리와 관련된 크리에이티비티를 평가합니다.

출품작은 반드시 공중파 디지털 방송에서 오디오 우수성, 소닉 이노베이션, 우수한 청각 스토리텔링으로 브랜드 메시지를 전달하는 작업을 보여줘야 합니다.

- 심사에 중점이 되는 기준은 주로 아이디어와 실행입니다.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 라디오와 오디오 부문에 여러 번 낼 수 있습니다. 다만, 'A. 라디오와 오디오: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.
- A, B 섹션에서 각 실행은 하나의 출품으로 구성되어야 하며 모든 실행은 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다. C, D 섹션에서는 여러 개의 실행을 하나의 출품으로 제출할 수 있습니다. 다만, 모든 실행은 정해진 기간 내에 수행되어야 합니다.

A. Radio & Audio: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	Materials
A01 Consumer Goods 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains</i>	Compulsory MP3 Original Version Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
A02 Healthcare 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section D. Culture & Context</i>	

B. Excellence in Radio & Audio	Materials
<p>B01 Use of Music 저작 곡, 라이선스 받은 곡 또는 기존 곡의 편곡 버전이 포함되나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Compulsory MP3 Original Version Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>B02 Sound Design 음향 효과, 로케이션 녹음, 돌비 아트모스 등을 포함한 오디오 요소 명시, 획득, 조작, 생성하는 프로세스.</p>	<p>Optional URL</p>
<p>B03 Script 오디오 측면에서 브랜드 아이디어 또는 메시지를 구현하는 스크립트.</p> <p><i>Scripts should be specific to the audio medium. Scripts for film work will not be accepted here unless it ran as a standalone audio content.</i></p>	<p>Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>B04 Casting & Performance 공연을 통한 전반적인 스크립트 전달. 톤과 페이스, 억양, 성대모사 등을 포함하나 이에 국한되지 않음.</p>	

C. Innovation in Radio & Audio	Materials
<p>브랜드 메시지를 전달하기 위한 라디오/오디오의 혁신적인 활용. 소비자들이 라디오/오디오 콘텐츠에 참여하고 응답하게 함으로써 소비자 경험을 개선하고 재생하는 작품.</p>	
<p>C01 Use of Radio & Audio as a Medium 브랜드 메시지 전달을 위한 라디오/오디오의 혁신적인 활용. 소비자가 라디오/오디오 콘텐츠에 참여하고 반응하게 만들어서 경험을 개선하고 활성화시키는 작품.</p> <p><i>If you are submitting a series please upload all executions in a single mp3 file with a gap denoting the start of the next execution.</i></p>	<p>Compulsory MP3 Original Version Highly Recommended (Optional) Demo Film</p>
<p>C02 Use of Audio Technology / Voice Activation 청자의 경험을 직접적으로 개선하는 진보적인 사고 방식. 오디오의 제작 프로세스와 배급의 발전을 보여주는 앱, 모바일, 음성 기술, 웹 기술, 소프트웨어 개발 및 그 외 모든 기술 활용을 포함하나 이에 국한되지 않음.</p>	<p>Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>C03 Branded Content / Podcasts 라디오 중계국, 스트리밍 플랫폼, 팟캐스트, 프로그램 후원을 포함한 모든 오디오 플랫폼에서 제공하는 유료, 후원, 브랜드 후원 콘텐츠/프로그래밍. 브랜드 메시지/정신의 본보기가 되고 청취자의 경험을 개선하는 콘텐츠.</p> <p><i>Please supply a sample audio file of up to 30 minutes.</i></p>	

<p>D. Culture & Context</p> <p>문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.</p> <p>If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single mp3 with a gap to denote each new execution.</p>	<p>Materials</p>
<p>D01 Local Brand</p> <p>단일 지역이나 시장에만 유통되는 브랜드의 특정 타겟 고객에게 공감을 불러 일으킨 작품.</p>	<p>Compulsory</p> <p>MP3 Original Version Highly Recommended (Optional) Case Film</p>
<p>D02 Challenger Brand</p> <p>경쟁 브랜드의 압력/휩방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.</p>	<p>Optional</p> <p>URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG</p>
<p>D03 Single-market Campaign</p> <p>단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.</p>	
<p>D04 Social Behaviour</p> <p>식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.</p>	
<p>D05 Cultural Insight</p> <p>특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.</p>	
<p>D06 Breakthrough on a Budget</p> <p>최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.</p>	
<p>D07 Corporate Purpose & Social Responsibility</p> <p>사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.</p>	
<p>D08 Market Disruption</p> <p>지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.</p>	

Social & Influencer

소셜 & 인플루언서 스파이크스는 크리에이티브한 사회적 사고와 전략적 인플루언서 마케팅 솔루션을 평가합니다.

출품작은 소셜 미디어, 브랜드 홍보대사, 인플루언서의 참여 수준이 어떻게 상업적 성공을 이끌었는지 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 아이디어 30%, 전략 20%, 실행 20%, 결과 30%.
- 출품할 섹션과 관련이 있다면 횟수에 제한 없이 동일한 작품을 소셜과 인플루언서 부문에 여러 번 낼 수 있습니다. 다만, 'A. 소셜 & 인플루언서: 섹터'에는 1 회만 출품할 수 있습니다.

A. Social & Influencer: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	Materials
A01 Consumer Goods NEW 식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재. <i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.</i>	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
A02 Healthcare NEW 제약, 일반 의약품, 건강 제품.	
A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains NEW 대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.	
A04 Media / Entertainment NEW 음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.	
A05 Consumer Services / Business to Business NEW 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.	
A06 Not-for-profit / Charity / Government NEW 정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체. <i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section D. Culture & Context.</i>	

B. Social Insights & Engagement 이 분류의 작품은 소셜이 온라인 커뮤니티와 관계를 맺는 방법과 한 브랜드에 의미 있고 측정 가능한 결과들을 전달한 방법이 성공적이었는 지로 심사에 반영됨.	Materials
B01 Community Management NEW 온라인 소셜 커뮤니티 참여, 구축, 유지를 위해 디자인된 사회 활동. 참여 수준과 활성/비활성 사용자를 대상으로 하는 타겟 커뮤니케이션의 관련성이 모두 심사에 반영됨.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film
B02 Real-time Response NEW 소셜 플랫폼을 활용하여 세계적인 사건, 공공 문제, 그 외 실시간 활동에 의미 있고 분초를 다투는 크리에이티브한 방법으로 대응해서 사회적 공유와 참여를 촉진하는 타겟 사회 활동.	Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
B03 Social Data & Insight NEW 특정 고객이나 커뮤니티와 의미 있는 관계를 맺거나 발전시키기 위해 데이터와 인사이트를 활용함으로써 향상된 소셜 캠페인. 소셜 데이터/분석의 전략적 응용으로 얻은 인사이트를 심사에 반영됨.	
B04 Innovative Use of Community NEW 비즈니스 목표에 영향을 주거나 브랜드, 커뮤니티, 소비자와의 관계를 개선하기 위한 기존 소셜 플랫폼/온라인 커뮤니티의 크리에이티브한 활용.	

C. Social Content Marketing 이 분류의 작품은 콘텐츠가 타겟 고객을 성공적으로 끌어들이는 방법을 심사에 반영됨.	Materials
C01 Content Placement NEW 소셜 채널을 활용한 콘텐츠와 편집 전략 및 배치. 광범위한 소셜 캠페인을 추진하거나 강화하는 적절한 콘텐츠의 전략적 배치 및 큐레이션.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film
C02 Innovative Use of Influencers NEW 인플루언서의 크리에이티브한 활용. 브랜드나 조직의 영역과 인지도를 키우고 비즈니스 결과를 이끌어 내려는 목적으로 인플루언서가 만든 고유한 콘텐츠를 포함하나 이에 국한되지 않음.	Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
C03 Co-Creation & User Generated Content NEW 커뮤니티/팬층의 충성도와 참여도를 높이기 위해 브랜드 계획에 기여하거나 협력하도록 디자인된 소셜 활동.	
C04 Social Commerce NEW E 커머스 및 M 커머스를 위한 소셜 미디어 및 소셜 플랫폼을 활용하여 비즈니스 성과를 창출한 작품.	
C05 Emerging Platforms NEW 비즈니스 목표에 영향을 미치거나 브랜드, 커뮤니티, 소비자와의 관계를 개선하기 위한 새로운 소셜 플랫폼의 크리에이티브한 활용.	

D. Culture & Context 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 갖춘 생동감 있는 작품.	Materials
D01 Local Brand NEW 특정 타겟 고객에게 반향을 불러일으키는, 단일 지역이나 시장에 유통되는 브랜드를 위한 작품.	Compulsory Digital Presentation Image JPG URL Highly Recommended (Optional) Case Film Optional Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
D02 Challenger Brand NEW 경쟁 브랜드의 압력/휩방에 대응해 접근 방식을 크리에이티브하게 응용하거나 현상 유지를 포기하고 진보적인 사고와 혁신적인 크리에이티브티로 판도를 바꾼 브랜드.	
D03 Single-market Campaign NEW 단일 국가/지역/시장에서만 방영한 작품. 출품작은 특정 타겟 시장을 위해 어떻게 디자인되었는지 묘사해야 함.	
D04 Social Behaviour NEW 식별 가능한 사회적 행동에 의존하는 특정 고객/커뮤니티에게 영향받은 작품.	
D05 Cultural Insight NEW 특정 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일로부터 기인한 특정 문화적 인사이트에 영향받은 작품.	
D06 Breakthrough on a Budget NEW 최대한의 효과를 내기 위한 전략적이고 크리에이티브한 예산과 자원 활용.	
D07 Corporate Purpose & Social Responsibility NEW 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 지향 활동/브랜드 액티비즘. 출품작은 고객과 문화를 연결함으로써 브랜드의 목적이 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 묘사해야 함.	
D08 Market Disruption NEW 지역/글로벌 문제에 대응하는 작품에서 '응용&채택' 방식을 크리에이티브하게 접목하고 소비자를 배려하는 동시에 새로운 브랜드 전달 방법을 수용하는 브랜드.	

Strategy & Effectiveness

1986년부터 크리에이티비티 우수성의 기준이 된 스파이크스 아시아 어워드는 2022년부터 탱그램 어워드를 통합해서 전략과 효용성, 크리에이티비티를 평가합니다.

신설된 전략 & 효과 스파이크스는 효과적인 전략이 어떻게 브랜드를 재정의하고 비즈니스를 재창조하고 결과를 주도하고 소비자나 더 큰 문화에 영향을 주는지 평가합니다.

출품작은 반드시 상업적 성공을 이끈 비즈니스/브랜드 과제, 획기적인 사고 및 혁신적인 문제 해결에 대한 탁월한 해석을 보여줘야 합니다.

- 심사는 여러 기준에 따라 진행되며 배점은 다음과 같은 비중으로 분배됩니다. 비즈니스/브랜드 해석 20%, 통찰력, 획기적인 사고 30%, 크리에이티브한 아이디어 20%, 결과 30%.
- 전략 & 효과 부문에서는 동일한 작품을 최대 3회 출품할 수 있습니다.
- 전략 & 효과 스파이크스의 경우 적정 날짜는 2018년 12월 1일부터 2022년 1월 30일까지입니다. 전략은 이 기간 내에 먼저 구현해야 합니다.

<p>A. Strategy & Effectiveness: Sectors</p> <p>Work in this section should focus on effectiveness achieved in a particular sector, and whether the work achieved or exceeded its objectives and goals.</p> <p>The same entry can be submitted only once in this section.</p>	<p>Materials</p>
<p>A01 Consumer Goods NEW</p> <p>식품, 음료, 세면도구, 청소용품, 기타 가정용품, 기타 일용소비재(FMCG), 의류, 액세서리, 가구, 가전제품, 자동차, 자동차 관련 제품과 서비스를 포함하는 모든 패스트 무빙 소비재 및 내구 소비재.</p> <p><i>All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.</i></p>	<p>Compulsory</p> <p>Information Deck</p> <p>Highly Recommended (Optional) Case Film</p> <p>Optional</p> <p>URL</p> <p>Digital Supporting Content</p> <p>Digital Supporting Images JPG</p>
<p>A02 Healthcare NEW</p> <p>제약, 일반 의약품, 건강 제품.</p>	
<p>A03 Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains NEW</p> <p>대중교통과 관광 게시판을 포함하는 모든 교통 및 관광 관련 서비스. 박물관, 축제, 체육관을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경사, 미용사, 부동산 중개인을 포함한 모든 상점. 카페와 바를 비롯한 모든 식당과 패스트푸드 체인.</p>	
<p>A04 Media / Entertainment NEW</p> <p>음악, 영화, 텔레비전, 출판 & 미디어, 도서, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 미디어.</p>	
<p>A05 Consumer Services / Business to Business NEW</p> <p>법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 & 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 & 기업 커뮤니케이션.</p>	
<p>A06 Not-for-profit / Charity / Government NEW</p> <p>정부, 공공 정보, 그 외 비영리 단체, 군사 단체, 자선 단체.</p> <p><i>All CSR work should be entered in the relevant sector and/or C07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section C. Challenges & Breakthroughs</i></p>	

B. Touchpoints & Technology 브랜드 전략에서 기술과 다양한 접점 활용.	Materials
B01 Use of Insights & Analytics 데이터의 통찰력 있는 분석과 해석에서 영감을 받아 유형 비즈니스 결과를 이끌어 낼 수 있는 명확한 비즈니스 문제/기회를 드러내는 전략. 데이터 과학, 위탁 연구, 온라인 행동 데이터, 통계적 분석, 영업 정보, 소비자 퍼스트 파티 데이터 등이 포함되나 이에 국한되지 않음.	Compulsory Information Deck Highly Recommended (Optional) Case Film
B02 Use of Mobile & Devices NEW 측정 가능한 영향을 만드는 모바일 우선 작품의 전략적 실행. 여기에는 모바일 플랫폼, 디바이스, 웨어러블이 포함되나 이에 국한되지 않음.	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
B03 Use of Social & Digital Platforms NEW 전략적인 사회적 사고를 갖춘 작품. 시장 점유율을 유지하고 유형 비즈니스 결과를 달성하기 위해 소비자를 타기팅 하고 참여시키기 위한 소셜/디지털 플랫폼과 커뮤니티의 효과적인 활용.	
B04 Live Brand Experience NEW 브랜드가 메시지를 강화하고 대중/관객과 소통할 수 있도록 지원하는 브랜드 경험에 중점을 둔 독창적인 라이브 엔터테인먼트. 여기에는 독창적인 이벤트, 쇼, 축제, 플래시 몹 등이 포함됨.	
B05 Partnerships & Sponsorship NEW 즉각적이고 장기적인 비즈니스 결과를 위한 전략적 파트너십 그리고/ 또는 스폰서십. 출품하는 작품은 파트너십과 스폰서십이 얼마나 효과적이었는지 입증해야 한다.	
B06 Tech-led Strategy NEW 모델, 툴, 플랫폼, 앱, 알고리즘을 포함하되 이에 국한되지 않는 새로운 기술 혹은 기존 기술의 전략적 활용.	
B07 360 Integrated Brand Strategy NEW 유형 비즈니스 결과를 달성하기 위한 다양한 채널의 전략적이고 효과적인 통합. 출품작은 반드시 최소 다른 채널 3 개에서의 활용을 보여줘야 함.	

C. Challenges & Breakthroughs Work that is brought to life through cultural insights and regional context.	Materials
C01 Brave Brands 브랜드 과제와 관련된 진보적인 사고를 포함한 뛰어난 브랜드 용기. 출품작은 반드시 브랜드에 유형적 결과를 가져온 위험을 보여줘야 함.	Compulsory Information Deck Highly Recommended (Optional) Case Film
C02 Strategic Transformation 비즈니스 모델, 구조 및 운영, 문화, 고객/직원 경험 등에 실질적인 영향을 주는, 비즈니스 문제에 대한 혁신적인 전략을 보이고 확장 가능한 솔루션.	Optional URL Digital Supporting Content Digital Supporting Images JPG
C03 Challenger Brand Strategy 진보적인 사고와 혁신적인 전략을 활용해서 현상에 도전하는, 아심 찬 브랜드의 판도를 바꾸는 작품의 성공을 평가함. 핵심 전략 사고와 브랜드 가치에 미치는 긍정적인 효과가 어떻게 해당 분류에서 지배적인 내러티브 관습에 도전했는지 평가함.	
C04 Breakthrough on a Budget 최소한의 예산/자원으로 최대한의 효과를 만드는 전략적 활용. 한정된 자원에도 신선한 인사이트, 현명한 소비, 매력적인 크리에이티브 사고가 비즈니스 문제를 해결한 방법을 평가.	
C05 Multi-market Strategy 여러 시장에서 성공적인 전략의 번역과 통합. 출품작은 유형적 비즈니스 결과를 내거나 브랜드 목적을 달성하기 위해 특정 시장에 글로벌 또는 지역적 전략이 어떻게 응용되었는지 보여줘야 함. <i>Entries should identify a minimum of three countries / regions the strategy was applied to.</i>	
C06 Long-term Strategy 단일 비전과 전략적 플랫폼이 브랜드의 발전과 성장에 어떻게 효과적으로 장기적 영향을 줬는지 보여주는 작품. 이 분류의 출품작은 몇 년간의 성과를 보여줘야 함. <i>Entries in this category must demonstrate strategic planning over three or more years.</i>	
C07 Corporate Purpose & Social Responsibility 사회적, 윤리적, 환경적 문제를 다루는 목적 중심의 작품/브랜드 행동주의. 출품작은 반드시 브랜드의 목적이 고객의 문화와 연결됨으로써 어떻게 가치를 창출하고 커뮤니티에 영향을 줬는지 보여줘야 함.	
C08 Market Disruption 지역/글로벌 문제에 대응하여 크리에이티브하게 작품에 '적응과 채택' 방식을 쓰고 소비자를 향한 배려를 보여주는 새로운 방식을 수용한 브랜드.	

Supporting Material Guidelines

출품에서 가장 중요한 요소는 심사위원들이 심사 과정에서 검토하고 보고 읽는 보조 자료(Supporting Material Guidelines)입니다. 각 스파이크스 어워드의 보조자료 조건은 모두 다릅니다. 필수인 경우도 있고 권장 사항이거나 선택 사항인 경우도 있습니다.

출품한 후에 자료를 추가로 제출하거나 파일을 교체할 때는 엄격한 절차에 따라야 합니다.

참가 신청서를 제출하기 전에 자료를 제대로 준비했는지 확인 바랍니다. 출품 후에 새로운 결과가 수집됐다면 2022년 2월 1일 전에 접수한 참가 신청서의 결과 섹션에 기입한 추가 정보만 받겠습니다.

다만 업데이트가 불가능한 케이스 필름, JPG 같은 출품 미디어의 경우는 예외입니다. 축제에 출품한 작품이 자격 미달로 불미스럽게 탈락하지 않으려면 다음 지침을 준수해 주세요.

- 모든 케이스 필름과 프리젠테이션 이미지는 영어로 제작해야 합니다.
- 본래 영어로 제작되지 않은 작품(TV 광고, 인쇄 광고, 광고판 등)이라면 영어권 심사위원이 심사할 수 있게 상영, 인쇄한 의미가 정확히 전달될 수 있도록 번역을 하거나 자막을 넣을 수 있습니다.
- 원본 영상 작품을 번역할 경우 더빙은 불가하니 참고 바랍니다.
- 내레이션은 번역 가능하지만 등장 인물의 음성은 원본 언어를 유지한 채 자막을 달아야 합니다.
- 보조 자료에는 기관이나 참여한 에이전시 또는 개인에 대한 언급이 포함해서는 안 됩니다.

Image File Format Guidelines

(이미지 파일 형식 가이드라인)

PRESENTATION IMAGE

디지털 프리젠테이션 이미지는 작품을 시각적으로 프리젠테이션 하는 것으로, 이미지와 텍스트가 들어갑니다. (100단어 이내로 브리프, 집행 및 결과를 소개합니다.)

The digital presentation image is a visual presentation of your work, including images and text (100 words max covering the brief, execution and results)



Digital Presentation Image

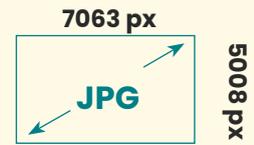
디지털 프리젠테이션 이미지는 작품을 시각적으로 프리젠테이션하는 것으로, 이미지와 텍스트가 들어 갑니다. 브리프, 집행 및 결과를 간결하게 요약 소개합니다.

PROOF EXAMPLE

오리지널 광고나 실제 집행한 그대로의 디지털 버전을 제출합니다.

SPECIFICATIONS:

JPG, CMYK,
7063 x 5008 pixels,
5 - 15MB

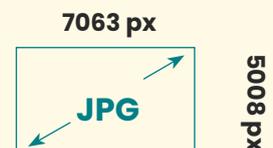


Digital Proof

집행한 그대로의 디지털 버전 또는 오리지널 광고의 디지털 버전을 제출합니다.

SPECIFICATIONS:

JPG, CMYK,
7063 x 5008 pixels,
5 - 15MB



Supporting Images

심사위원에게 출품하는 작품에 대해 보충 설명할 디지털 이미지를 제출합니다. 유의미하고 꼭 필요한 경우에만 첨부하며 최대 5개까지 가능합니다.

SPECIFICATIONS:

JPG, CMYK,
7063 x 5008 pixels,
5 - 15MB



Video File Format Guidelines

고화질의 .MOV, .MP4 형식 파일로 제출하며 최대 파일크기는 350MB를 넘지 않습니다.

	ASPECT RATIO	RESOLUTION	FORMAT/CODEC	AUDIO
PREFERRED	Full HD 1080p	1920 x 1080	.MOV/H.264	AAC, Stereo, 48kHz
	HD 720p	1280 x 720		
ACCEPTED	4:3 or 16:9	1024x576	.MP4/H.264	AAC, Stereo, 48kHz
		720x576		
		854x480		
		640x480		

Case Film (120 seconds maximum)

출품작에 대해 설명하는 짧은 영상입니다. 심사과정에 사용되며 공개적으로 전시될 수 있습니다. 영상에는 브리프, 집행, 결과를 포함해야 합니다.

[Example Case Film](#)

SPECIFICATIONS:

MOV/ MP4,
350MB.

Film

집행한 그대로의 콘텐츠 또는 오리지널 광고 영상을 제출합니다. 슬라이트나 정보를 추가로 넣을 수 없습니다. 영어로 제작한 영상이 아닌 경우, 심사위원들이 이해할 수 있도록 영어 자막을 추가하되 방영된 내용 그대로 옮겨야 합니다. 단, 더빙은 허용하지 않습니다. 보이스 오버는 번역할 수 있으나 영상에 보이는 문구들은 원 언어 그대로 남겨두고 자막을 추가합니다.

[Example Film Entry](#)

SPECIFICATIONS:

MOV/ MP4,
350MB.

Demo Film (120 seconds maximum)

출품하는 부문에 따라 작품의 특정 요소를 소개하는 워크스루(walk through) 또는 실제 집행을 기록한 메이킹 영상을 제출합니다. 데모필름은 영어로 제작해야 합니다.

[Example 'Walk through' Demo Film](#)

[Example 'Making of' Demo Film](#)

SPECIFICATIONS:

MOV/ MP4,
350MB.

URLS

제출하는 url은 2022년 5월 31일까지 접속가능한 주소여야 합니다. 그렇지 않을 경우, 심사에서 제외될 수 있습니다. http:// 또는 https:// 로 시작하는 주소여야 하며 로그인 또는 비밀번호 입력 과정 없이 확인할 수 있는 url을 권장합니다.

Content URL

웹사이트, 마이크로사이트, 앱 다운로드 페이지 또는 소셜미디어 페이지 등 디지털로 집행한 작품에 바로 연결되는 url을 제출합니다.

[Example of a website entry](#)

[Example of a microsite entry](#)

[Example of an app download page](#)

[Example social media post](#)

Video URL

집행한 그대로의 온라인 영상을 바로 볼 수 있는 url을 제출합니다.

[Example Video URL](#)

Presentation Webpage URL

웹페이지/마이크로사이트/앱 다운로드 페이지 등을 영어로 제작하지 않은 경우, 출품하는 작품을 소개하는 영문 프리젠테이션 웹페이지를 별도로 제작해 첨부할 수 있습니다.

[Example Supporting Webpage URL](#)

Other File Formats

Radio File

방영된 그대로의 라디오 광고 Mp3 오디오 파일을 제출합니다.

SPECIFICATIONS:

258 kbps preferred, 128 kbps = minimum accepted.

Supporting Content

출품작과 관련된 문서, 영상, 라디오 파일 등을 제출할 수 있습니다.

FILE TYPES ACCEPTED:

jpg, mp3, mp4, mov, doc, docx, pdf, xls, xlsx, ppt, pptx

Creative Effectiveness Appendix

온라인 출품신청서 내용을 뒷받침할 자료로써 그래프, 도표, 보도된 언론자료, 스크린 샷, 데이터 근거자료 등을 하나의 PDF 로 묶어서 제출합니다.