



第1回
JPMプロモーショナル・マーケティングアワード2024

エントリーフォーマットの記入
及び提出に当たって

◆第1回 JPM プロモーショナル・マーケティング・アワード2024 エントリーシート

※ エントリーシートには、審査の公平性を保つため、**出品会社名・共同出品会社名を記載しないでください。**

| | | | |
|----------|--|-------|--|
| プロモーション名 | | 対象商品名 | |
| エントリー部門 | | 広告主名 | |

1. プロモーションの課題・目標

2. 戦略ポイント(プロモーションのコア・アイデア等)

3. 具体的な実施内容 (プロモーションアイデア・仕組み・各種エグゼキューション等)

SAMPLE

4. 具体的なビジネス成果

- ・ エントリーシート提出時は必ず**A3サイズのPDFあるいは画像データ (JPEG等)**に変換してください。
- ・ 1~4の項目について、スペース配分は自由で構いません。
- ・ 文字だけでなく図や写真などを使用してわかりやすいものにしてください。
- ・ このエントリーシートは一般公開されません。審査資料としてのみ使用しますので出来るだけ具体的な成果をご記入ください。
 - ※入賞された企画は公開時には改めてご提出いただきます。
- ・ **印刷時にA3サイズになるように作成してください。**

◆第1回 JPMプロモーション・マーケティングアワード2024 エントリーフォーマットの記入及び提出に当って



- ・エントリーシート提出時(Googleエントリーフォームに添付)は必ずA3サイズのPDFあるいは画像データ(JPEG等)に変換して添付ください。
- ・上部記入欄(プロモーション企画名/対象商品名/エントリー企画部門名/広告主名)は忘れずに記入してください。
- ・1~4の項目について、スペース配分は自由で構いません。
- ・文字だけでなく図や写真などの画像を使用して分かりやすいものにしてください。
- ・動画があればシート上に、URLやQRコード等を貼り付けてください。
- ・このエントリーシートは一般公開されません。審査資料のみ使用しますので可能な具体的なビジネス成果をご記入ください。※入賞企画は公開時には改めてご提出いただきます。
- ・印刷時にA3サイズになるように作成してください。
※ エントリーシート内には、審査の公平性を保つため、**出品会社名・共同出品会社名**を記載しないでください。下部の注意書きは削除しても構いません。

1. プロモーションの課題・目標

プロモーションの目的と戦略目標、そのために解決すべきプロモーション課題を明確に記入する。

【記入例】某飲料メーカーの炭酸入り「新感覚ドリンクX」

新しいターゲット(20代の男性)に、対象商品の新しい飲み方を提案することにより、この商品への注目を高め、トライアルユースを獲得し、5%の売り上げ増を目標とした。この商品の新しい飲み方が、ターゲットの中で話題化し、CVSでのトライアルを促進することがプロモーションの課題。
…………etc

2. 戦略ポイント(プロモーションのコア・アイデア等)

上記1.の課題や目標に合致するプロモーション戦略のポイント(コアアイデア等)を明確に記入する。

【記入例】

この商品の新しい飲み方を、ターゲットの中で話題化させるためにプロモーションの戦略ポイントとしてコアアイデア(表現テーマ)を設定し、コアアイデアに基づき「キーコピー」と「キービジュアル」を開発した。

●コアアイデア(表現テーマ) ●キーコピー ●キービジュアル ……………etc.

3. 具体的な実施内容(プロモーションアイデア・仕組み・各種エグゼキューション等)

中心的なアイデア・仕組み展開を中心に、他の支援施策(使用ツール&メディアも含め)を具体的に分るように、実施内容を説明する。(図や画像、動画などを効果的に使って)

- ・課題解決の視点で、仕組み展開を選択した意図と特長は何か、及び独自性・ユニークなアイデアなどを説明する。
- ・主軸となるツール&メディアを中心に、他の支援ツール&メディアの役割りも分るように、組合せや「全体構造」を説明する。…………etc.

4. 具体的なビジネス成果

どのようなビジネス成果が得られたか(説明できる範囲で、具体的な数値での成果を説明する)

- ・成果の列挙や「一般的成果」でなく、あくまでもプロモーション目的の「達成」度合いを基準にビジネス成果を記載する。
- ・成果数値と、プロモーション課題やプロモーションで解決すべき目標との関係を、必ず記載する。
- ・守秘義務などで、数値で説明できない場合もあるが、表現が曖昧で成果の評価をしにくい記述はしない。実数が出せない場合は、前年比、目標対比等指数化して記載する。
- ・(注意!!) : PR露出量を広告費換算して記入することを禁止(NG)とする。…………etc.