



Soutěž digitálních řešení, ročník 2020

Přehled kategorií a kritérií pro hodnocení
přihlášených projektů

Výkonnostní kampaň



- Náročnost výzvy – 15%
 - Kreativita – 15%
 - Exekuce – 35%
 - Splnění cílů – 35
-
- Projekty hodnotí – Markéta Kabátová

Brandová kampaň



- Náročnost výzvy – 10%
 - Kreativita – 30%
 - Exekuce – 30%
 - Splnění cíle – 30%
-
- Projekty hodnotí – Dan Kafka

SEO



- Technické řešení – 20%
 - Indexace webu a crawl budget – 20%
 - Práce s obsahem a klíčovými slovy – 20%
 - Implementace CARE fáze na webu – 20%
 - Odkazový profil – 20%
-
- Projekty hodnotí – Pavel Ungr

Instagramový počín

- Estetické provedení – 35%
 - Efektivita - 40%
 - Srozumitelnost sdělení – 25%
-
- Projekty hodnotí – Aki Votrubová

Firemní podcast



- Kvalita obsahu – 25%
 - Kvalita zpracování – 25%
 - Dosah podcastu – 25%
 - Plnění stanovených cílů – 25%
-
- Projekty hodnotí – Dan Tržil

Digitální transformace



- Inspirativnost řešení – 25%
- Udržitelnost řešení – 25%
- Exekuce řešení – 25%
- Konkrétní měřitelné výsledky – 25%

Projekty hodnotí – Tomáš Jindříšek

Autentická kariérní komunikace

- Autenticita obsahu – 40%
 - Kvalita kreativy – 20%
 - Práce s obsahem – 30%
 - Efektivita komunikace – 10%
-
- Projekty hodnotí – Petr Skondrojanis

Umělá inteligence

- Do jaké míry jde o umělou inteligenci – 30%
 - User experience – 30%
 - Efektivita pro zadavatele – 20%
 - Technologická inovace – 20%
-
- Projekty hodnotí – Jan Romportl

Influencer marketing



- Kvalita kreativy – 25%
 - Strategie komunikace – 25%
 - Efektivita komunikace – 25%
 - Viditelné označení reklamy – 25%
-
- Projekty hodnotí – Petr Srna

Nejefektivnější rozvoj webu



- návratnost investice – 30%
 - počet vyzkoušených variant – 20%
 - zvýšení celkového zisku v % - 20%
 - zvýšení celkového obrátu v % - 20%
 - zvýšení konverzního poměru v % - 10%
-
- Projekty hodnotí – Ondřej Ilinčev

Digitální PR projekt



- Smysl komunikační kampaně – 30%
 - Míra odvahy v komunikaci – 25%
 - Naplnění cílů komunikace – 30%
 - Poučení – 15%
-
- Projekty hodnotí – Irena Zatloukalová

Obsahový marketing



- Smysl komunikační kampaně – 30%
 - Relevance k danému byznysu – 45%
 - Naplnění cílů obsahové komunikace – 25%
-
- Projekty hodnotí – Michal Schindler

Retenční marketing



- Dopad na zákazníka – 40%
 - Celková strategie kampaně – 40%
 - Výkonnostní metriky – 20%
-
- Projekty hodnotí – Petr Cikán