Guldnyckeln i en direkt värld

**Guldnyckeln, Sveriges största och äldsta tävling i direktmarknadsföring, får nu nya kategorier som lyfter fram dialogens roll och belönar långsiktiga relationer.**

*– I dag går hela världen och dess kommunikation mot att vara allt mer direkt. Guldnyckeln anpassar sig till det nya medielandskapet, med exempelvis internetfora, bloggar och andra sociala kanaler. Kanalernas lättillgänglighet och stora påverkanskraft, gör att det blir allt viktigare att satsa på långsiktig köptrohet med hjälp av kundklubbar och lojalitetsprogram*, säger Mikael von Ekensteen, vd för SWEDMA, som arrangerar Guldnyckeln sedan snart 30 år tillbaka, och påpekar*:*

*– Att arbeta affärsmässigt och ta utgångspunkt i fortlöpande analyser av sitt långsiktiga arbete kommer att vara avgörande för framtidens framgångsrika företag. Till årets Guldnyckeltävling har vi därför tagit fram tre helt nya tävlingskategorier, och vägt in de sociala medierna i de integrerade kampanjerna.*

De nya priserna är:

**Lojalitetsprogram/kundprogram konsument**

Arbete som särskilt utnyttjat de långsiktiga relationsskapande möjligheterna i direktmarknadsföring. Detta innebär en kontinuerlig bearbetning som löpt under minst 1 år, vilket ska dokumenteras i anmälan (delar av bidraget kan därför vara publicerat före 2009).

**Lojalitetsprogram/kundprogram företag**

Arbete som särskilt utnyttjat de långsiktiga relationsskapande möjligheterna med direktmarknadsföring. Detta innebär en kontinuerlig bearbetning som löpt under minst 1 år, vilket ska dokumenteras i anmälan (delar av bidraget kan därför vara publicerat före 2009).

**Analys och resultatpriset**

I grunden för en direktmarknadsföringskampanj bör ett djuplodande analysarbete alltid ingå. Det ökar möjligheterna till ett skarpare resultat. Denna kategori belönar därför dem som på ett innovativt sätt nått god insikt om målgruppen och därigenom genererat inspiration för det kreativa arbetet och bäst ROI (dvs bäst nettoresultat i förhållande till kampanjkostnad). Resultatet ska redovisas i procent. Vinnande bidrag behöver inte ha höga kreativitets- eller strategipoäng.

Sista inlämningsdag för tävlande bidrag är den 1 februari 2010.

Guldnyckelns galakväll och inspirationsdag går av stapeln den 18 mars 2010 i Frihamnshallen.
Ytterligare två helt nya priskategorier kommer att införas och delas ut under dagen.

 ***För mer information, kontakta:***

Marianne Lager, projektledare Guldnyckeln, marianne.lager@swedma.se, 0702 23 73 18

Mikael von Ekensteen, vd SWEDMA: mikael.ekensteen@swedma.se, 0703 90 66 89

Länk till bild Mikael:
<http://www.mynewsdesk.com/se/pressroom/swedma/image/view/mikael-ekensteen-tf-vd-swedma-23187>

Länk till Guldnyckel:
 <http://www.mynewsdesk.com/se/pressroom/swedma/image/view/guldnyckeln-logotyp-hoegupploest-14522>

**Integrerad DM-kampanj till konsument**

Integrerad kampanj utförd i flera olika mediekanaler (adresserat utskick, e-post, SMS/MMS, telemarketing, responsradio, TV, webblösning, digital viral marketing, sökmarknadsföring, sociala media) och/eller i flera steg för att driva respons och resultat.

**DM till konsument, enskilt bidrag**

Enskilt bidrag utfört i en mediekanal (adresserat utskick, e-post, SMS/MMS, telemarketing, responsradio, TV, webblösning, sökmarknadsföring, sociala media) och/eller i flera steg för att driva respons och resultat.

**Integrerad DM-kampanj till företag**

Integrerad kampanj utförd i flera olika mediekanaler (adresserat utskick, e-post, SMS/MMS, telemarketing, responsradio, TV, webblösning, digital viral marketing, sökmarknadsföring, sociala media) och/eller i flera steg för att driva respons och resultat.

**DM till företag, enskilt bidrag**

Enskilt bidrag utfört i en mediekanal (adresserat utskick, e-post, SMS/MMS, telemarketing, responsradio, TV, webblösning, sökmarknadsföring, sociala media) och/eller i flera steg för att driva respons och resultat.

**DM för ideella organisationer**

Integrerad kampanj eller enskilt bidrag, där avsändaren är en ideell organisation, förening eller myndighet och som utförts i en eller flera mediekanaler (adresserat utskick, e-post, SMS/MMS, telemarketing, responsradio, TV, webblösning, sökmarknadsföring, sociala media) och/eller i flera steg för att driva respons och resultat

**NY Lojalitetsprogram/kundprogram konsument**

Bidrag som särskilt utnyttjat de långsiktiga relationsskapande möjligheterna i direktmarknadsföring. Detta innebär en kontinuerlig bearbetning som löpt under minst 1 år, vilket ska dokumenteras i anmälan (delar av bidraget kan därför vara publicerat före 2009).

**NY Lojalitetsprogram/kundprogram företag**

Bidrag som särskilt utnyttjat de långsiktiga relationsskapande möjligheterna i direktmarknadsföring. Detta innebär en kontinuerlig bearbetning som löpt under minst 1 år, vilket ska dokumenteras i anmälan (delar av bidraget kan därför vara publicerat före 2009).

**Sökmarknadsföringspriset**

Sökmarknadsföringspriset omfattar främst sponsrade länkar men även sökordsoptimering. Du kan tävla med antingen det ena eller det andra. Du kan även tävla med sökordsmarknadsföring som varit en del av en större kampanj.

**NY Analys och resultat**

I ditt arbete med direktmarknadsföring bör ingå ett djupgående analysarbete som grund för din kampanj. Förutsättningarna för ett skarpare resultat ökar med rätt bakgrundsarbete. I detta pris belönar vi det företag som på ett innovativt sätt nått en god insikt om målgruppen, vilket gett inspiration för det kreativa arbetet samt levererat bäst ROI, dvs bäst nettoresultat i förhållande till kampanjkostnad. Resultatet ska redovisas procent. Det vinnande bidraget behöver inte ha höga kreativitets- eller strategipoäng.

**Årets Copywriter/Årets AD**

Personligt pris till den copywriter respektive AD som juryn anser har presterat en text respektive en grafisk form som höjer sig över mängden.

**Diamantnyckeln – best in show**

Det tävlingsbidrag som får den högsta totalpoängen av juryn, oavsett kategori, belönas med det allra finaste priset under kvällen – Diamantnyckeln. Vinnaren får inte bara ära och berömmelse utan även en åtråvärd plakett. Diamantnyckeln sponsras av PAR.