



gullkorn  
2009





## Beskrivelse av det aktuelle bidraget til konkurransen

Skriv en kort oppsummering av prosjektet i henhold til strukturen som er angitt nedenfor. Denne oppsummeringen vil bli brukt ved presentasjon av de nominerte bidragene på Gullkorn-arrangementet 5. november 2009. De nominerte bidragene blir presentert på grafisk materiell som publikum selv kan studere. Teksten kan også bli brukt i kontakt med media.

Oppsummeringen må ikke overstige 1000 tegn.

Sendes per e-post til [gullkorn@nir.no](mailto:gullkorn@nir.no) senest fredag 25. september 2009.

- Oppdraget:
- Målet med prosjektet:
- Strategi og plan:
- Slik ble oppdraget løst:
- Resultat og utfall:

OBS! Max 1000 tegn.

# Konkurranses kategorier

## Årets virksomhetsprofilering

Årets virksomhetsprofilering skal ha bidratt vesentlig til god profilering av en bedrift eller en organisasjon. Profilbyggingen skal ha skjedd i forhold til en eller flere relevante interessentgrupper (samfunn, beslutningstakere, ansatte, media, etc.). Denne kategorien vil hedre arbeid med omdømmebygging og/eller krisehåndtering.

## Årets produktprofilering

Årets produktprofilering skal gjennom kommunikasjon ha markedsført ny eller eksisterende merkevarer, produkt eller tjeneste mot målgruppen forbruker og/eller bedriftsmarkedet. Denne kategorien vil hedre arbeid med PR og kommunikasjon som markedsføringsverktøy.

## Årets holdningskampanje

Årets holdningskampanje skal vellykket ha kommunisert et holdningsskapende eller holdningsendrende budskap mot en definert målgruppe – intern eller ekstern. Denne kategorien vil hedre holdningskampanjer i offentlig, humanitær eller privat regi.

## Årets organisasjonsbygger

Årets organisasjonsbygger skal ha bidratt vesentlig til god organisasjonskommunikasjon. Det kan dreie seg om internkommunikasjon, kommunikasjon ved endringsprosesser, kultur- og identitetsbygging og/eller HR-relatert arbeid.

## Åpen klasse

Åpen klasse omfatter arbeid som ikke er dekket inn i kategoriene skissert ovenfor. Det kan være arbeid med krisekommunikasjon, myndighetskontakt, internkommunikasjon, bygging av talspersoner og lignende. Denne kategorien skal synliggjøre og hedre den øvrige bredden i fagkompetanse som PR-bransjen dekker.

## Årets nyskaping

Årets nyskaping omfatter arbeid som bidrar til utviklingen av faget. Kategorien omfatter innovasjon og utvikling av nye tjenester og produkter som bidrar til å åpne for nye segmenter i kommunikasjonsfaget. Det kan være arbeid med CSR, miljø, digital kommunikasjon samt utvikling av metodikk eller måleverktøy.

## Årets Gullkorn

Juryen vil her hedre årets beste bidrag, uavhengig av kategori. Alle vinnerne av de øvrige kategoriene vil bli vurdert, og vinneren vil bli plukket ut basert på en totalvurdering av kategorivinnerne. Man trenger med andre ord ikke å melde inn bidrag til denne prisen siden alle kategorivinnerne automatisk blir nominert.

## Årets hederspris

I tillegg vil en eventuell hederspris deles ut. Denne er ikke en del av den øvrige nominasjonsprosessen. Dette er en pris som skal hedre enkeltpersoner som har gjort en spesiell innsats for den norske PR-bransjen, på kort eller lang sikt. En eventuell vinner av denne kategorien plukkes ut av NIRs styre, som årlig vil gjøre en vurdering i forhold til verdige kandidater.

# Juryens evalueringskriterier

## Oppdrag/forretningsmål

Det er viktig at prosjektet og gjennomføringen har en tydelig kobling til oppdragsgiverens oppdrag, formål, forretningsmål og merkevare. Kreative ideer som fremstår som "påklitrede" og lite skreddersydde, og som kunne vært brukt på et hvilket som helst selskap eller produkt, vurderes lavt.

## Kreativ høyde – verdi

Juryen vurderer hvorvidt PR-byrået på en vellykket måte har tolket oppdragsgiverens formål, og gjennom kreative ideer har klart å skape effektiv kommunikasjon som helt eller delvis har bidratt til å oppnå definerte mål.

## Gjennomføring/taktikk

Juryen vil vektlegge solid fagkompetanse i den taktiske gjennomføringen – alt fra fingerspissfølelse og detaljnivå til omfanget av idéarbeidet vurderes.

## Målbarhet/resultat

Et viktig kriterium for å tildeles en pris, er at aktiviteten har generert et resultat som henger sammen med oppdragsgiverens målsetting – altså at aktiviteten har skapt verdi for oppdragsgiveren. For å vurdere dette, skal oppdragets mål og det faktiske resultat presenteres så detaljert og utførlig som mulig.

## Juryens arbeid

Gullkorn-juryen legger ned et omfattende arbeid i å lese og studere bidragene som meldes på til konkurransen. Jurymedlemmene går gjennom dette materialet hver for seg, før juryen trer sammen for å diskutere sine synspunkter og kommer frem til en felles beslutning om hvilke bidrag som skal nomineres. Deretter studerer jurymedlemmene materialet på nytt hver for seg, før de igjen trer sammen en siste gang for å bestemme hvilke bidrag som skal hedres.

Juryen består av medlemmer fra næringsliv, organisasjonsliv og offentlig sektor. Alle jurymedlemmer har inngående innsikt i PR og andre kommunikasjonsvirkemidler. Hvis et jurymedlem mot formodning skulle være involvert (direkte eller indirekte) i et nominert prosjekt, vil jurymedlemmet melde seg inhabil når kategorien prosjektet er knyttet til blir vurdert. Jurymedlemmene kan i sitt arbeid ikke se hvilke byråer som står bak de ulike bidragene, og bidrag som i teksten avslører byråets navn kan diskvalifiseres.

## Prisklasser

I hver konkurransekategori deles det ut en førstepremie i form av en hovedpris. Gullkorn-juryen kan også dele ut flere diplomer (hederlig omtale) i hver kategori, avhengig av hvor mange bidrag som anses å holde rett nivå. Gullkorn-juryen kan også flytte påmeldte bidrag mellom ulike kategorier, samt dele ut spesialpriser dersom juryen mener at et bidrag eller en del av et bidrag bør hedres særskilt.

# Beskrivelse av bidrag til konkurransen

**Følg strukturen og spesifikasjonene nedenfor, og begrens omfanget til maksimalt tre A4-sider.**

Til det skriftlige konkurransebidraget kan også bilder og presseklipp legges ved på ytterligere to A4-sider. Hvis bidraget blir nominert til finalen, kan juryen be om ytterligere bildemateriale. Forsøk derfor å velge de bildene, skjermdumpene og presseklippene som best samsvarer med og støtter prosjektbeskrivelsen.

**OBS!** Lagre hele konkurransebidraget – skriftsider og bildesider – som en pdf-fil før du sender det inn per e-post.

## 1. Bakgrunn, oppdrag og prosjektets formål

Gi en utførlig beskrivelse av hva som var bakgrunnen for at dette prosjektet ble planlagt. Hva var oppdragsgiverens behov? Hva var problemstillingene? Beskriv også utgangspunktet for prosjektets mål på en tydelig og målbar måte.

## 2. Mål

Hva var målet for prosjektet? Angi med tall ønsket forandring av for eksempel omdømme, merkevarekjennskap, atferdsendringer, mediegjennomslag, etc.

## 3. Strategi og plan

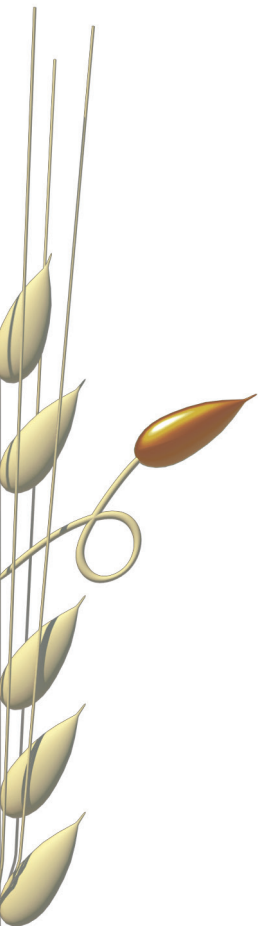
Beskriv prosjektets strategi – dvs. hvordan dere valgte å angripe oppdragets utfordringer og problemstillinger.

## 4. Gjennomføringen

Beskriv gjennomføringen av prosjektet gjennom å legge frem de ulike momentene i gjennomføringen og forklare hvert og ett av dem.

## 5. Resultat og utfall

Beskriv arbeidets resultat – dels gjennom å vise forholdet mellom utgangspunktet, målsettingen og resultatet. Beskriv også andre positive effekter av aktivitetene.



# Sjekkliste

Gå gjennom sjekklisten, og avstem denne mot ditt/deres konkurransebidrag for å være helt sikker på at alle krav er oppfylt.

## Bidraget til konkurransen skal være anonymt

Ditt bidrag til konkurransen skal ikke inneholde navnet på byrået du jobber i. Byråopplysninger skal kun finnes på første side i påmeldingen, slik at jury-medlemmene ikke skal kunne se hvilket byrå som står bak prosjektet.

## Utførlig prosjektbeskrivelse

Vær nøye med å beskrive konkurransebidraget ut fra samtlige fem hovedpunkter som er angitt.

## Legg gjerne ved bilder og presseklipp

I konkurransebidraget kan også bilder og presseklipp legges ved. I den første omgangen er omfanget av dette begrenset til maksimalt to A4-sider, men hvis det innsendte bidraget nomineres til finalen, kan ytterligere materiale etterspørres av juryen.

## Lag et sammendrag

Lag et sammendrag av konkurransebidraget. Sammendraget skal følge den angitte strukturen med fem punkter, og må ikke overstige 1000 tegn. Husk på at sammendraget blir lest av andre, og at det kan bli brukt som presentasjon av bidraget dersom det nomineres. Vær også oppmerksom på at det vil bli benyttet som pressemateriell ved presentasjon av de nominerte bidragene, samt ved presentasjon av vinnerne.

## Lagre dokumentet som en pdf-fil

Alle bidrag skal sendes inn digitalt. For at materialet ikke skal bli for tungt, må det lagres som en pdf-fil før det sendes inn per e-post. Det innebærer også en ekstra sikkerhet ved at dokumentet ikke kan endres ved et uhell.

**Siste frist for innsending av bidrag til Gullkorn 2009 er fredag 25. september 2009, og bidragene sendes til [gullkorn@nir.no](mailto:gullkorn@nir.no).**