

טופס מועמדות

## פרס ה BOOSTER

מוענק בידי: ועדת הדיגיטל של איגוד השיווק הישראלי

שם הארגון/חברה: \_\_\_\_\_

כותרת המהלך: \_\_\_\_\_

תאריך העלייה לאוויר של המהלך: \_\_\_\_\_

### המהלך הדיגיטלי:

#### 1. הרקע למהלך והצורך שעליו בא המהלך לענות.

סקירה קצרה של השוק, השחקנים המרכזיים בו, הסבר הצורך הרלוונטי.

#### 2. תאור המהלך

המהלך והפעילות הדיגיטלית שליוותה אותו.

#### 3. על אילו מדדים השפיע המהלך

(נא לציין באחוזים ולתמוך בדוחות מתאימים)

מדדים כגון: עלייה בטראפיק, כמות הורדות, זמן שהייה בפלטפורמה, צפיות (וידאו), גיוס

לידים, שיתופים ותגובות ברשת, CTR ועוד

#### 4. מהו השימוש הייחודי במדיה אותו ביצע המהלך?

#### 5. מהן התוצאות העסקיות של המהלך?

**שותפים למהלך הדיגיטלי**

בעלי תפקידים בארגון – שם מלא, תפקיד, כתובת מייל וטלפון נייד:

---

---

גורמים חיצוניים – ארגון, שם מלא, תפקיד, כתובת מייל, וטלפון נייד

---

---

פרטי איש הקשר בארגון:

טלפון נייד: \_\_\_\_\_

כתובת מייל \_\_\_\_\_

**הנחיות נוספות:**

אורך התשובה לשאלון המועמדות לא יעלה על 4 עמודים וישלח במייל

בלבד אל סיגלית הורן-גלפרין, סמנכ"ל השיווק, במייל

[Sigalit@igud.org.il](mailto:Sigalit@igud.org.il)

**הגשת המועמדות כרוכה בתשלום סמלי:**

לחברי האיגוד – ₪450

למי שאינם חברים – ₪650

### תחרות ה BOOSTER - הבהרת מושגי יסוד

1. "מהלך דיגיטלי": תהליך שיווקי ופרסומי אשר במרכזו רעיונות עסקיים וקריאטיביים מבוססי טכנולוגיה ו/או דאטה ו/או תוכן דיגיטלי, והמתבסס על פלטפורמות דיגיטליות וטכנולוגיות.
2. משך המהלך: קצר טווח או ארוך טווח
3. תקופת הזכאות להגשת מועמדות: החל ממלאת חודש למהלך ועד מלאת לו שנה.

### הבחירה במהלך ה BOOSTER תיעשה ע"ס הקריטריונים הבאים - כולם או חלקם:

1. המהלך מבוסס דיגיטל ו/או טכנולוגיה ו/או דאטה ו/או תוכן
2. המהלך מציג יכולות ייחודיות בתחום (שלא ניתן היה לבצע ללא דיגיטל ו/או טכנולוגיה ו/או דאטה ו/או תוכן).
3. המהלך הציג מוצר או שירות או רעיון דיגיטלי חדש או תרם לשינוי הקטגוריה (יתרון למהלך שבנה נכס או שירות דיגיטלי לטווח ארוך)
4. המהלך השפיע על המדדים הבאים – **כולם או חלקם**:
  - עלייה בטרפיק
  - כמות הורדות
  - זמן שהייה בפלטפורמה
  - צפיות (וידאו)
  - גיוס לידיים
  - שיתופים, תגובות, שיח ברשת
  - CTR
  - תהודה תקשורתית
5. המהלך רשם שימוש ייחודי במדיה (וידאו, מובייל, אימייל, סושיאל, תוכן) ו/או שילוב בין מדיות.
6. המהלך תרם עסקית לארגון – עליה בהכנסות, שיפור הרווחיות וכו'
7. המהלך זכה לתשומת לב צרכנית

## בהצלחה