2025 SPIKES ASIA

ENTRY KIT 1

엔트리 키트 1

2025 어워드
2025 AWARDS

- 목차 Contents

오디오 오 라디및Audio & Radio 3
브랜드 경험 및 활성화 Brand Experience & Activation 9
크리에이티브 상거래 Creative Commerce 16
크리에이티브 데이터 Creative Data 24
크리에이티브 효과 Creative Effectiveness 27
크리에이티브 전략 Creative Strategy 32
디자인 Design 39
디지털 크래프트 Digital Craft 47
다이렉트 Direct 51
엔터테인먼트 Entertainment 60
영상 Film 68
영상 크래프트 Film Craft 77
게이밍 Gaming 81
글래스: 변화에 대한 상 Glass: The Award For Change 84
헬스케어 Healthcare 85
산업 크래프트 Industry Craft 105
혁신 Innovation 113
통합 Integrated 115
미디어 Media 116
음악 Music 127
옥외 Outdoor 132
PR _ PR 139
인쇄 및 출판 Print & Publishing 147
소셜 및 인플루언서 Social & Influencer 153
출품준비하기 Getting Ready to Enter 161
보조 자료 가이드라인 Supporting Material Guidelines 170
출품작 제작 방법 How to Craft your Entry 184

오디오 및 라디오

Audio & Radio

오디오 및 라디오 스파이크스는 사운드 송출 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 방송 전파와 디지털 스트림에서 오디오 우수성, 음향 혁신 또는 탁월한 오디오 스토리텔링을 통해 브랜드 메시지를 전달하는 작품을 보여주어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 오디오 및 라디오에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 다만 'A. 오디오 및 라디오: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 B와 D에서 각 집행은 1회 출품에 해당하며, 모든 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 섹션 A와 C에서는 복수의 집행을 하나의 출품으로 출품할 수도 있습니다. 단, 모든 오디오 및 라디오 집행은 출품 기간 이내에 이루어져야 합니다.

The Audio & Radio Spikes celebrate creativity that is wired for sound - work that communicates a brand message through audio excellence, sonic innovation or superior aural storytelling across the airwaves and digital streams.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Audio & Radio as long as the categories chosen are relevant.
- However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Audio & Radio: Sectors'.
- In sections B & D, each execution constitutes one entry and all executions must have run within the eligibility period.
- In sections A & C, multiple executions may be entered as one entry. However, all Audio & Radio executions must have run within the eligibility period.

A. 오디오 및 라디오 혁신 라디오 매체의 혁신적 사용을 통한 브랜드 메시지 전달. 소비자가 오디오 콘텐츠에 교감하고 반응할 수 있도록 함으로써 소비자 경험을 향상시키고 새로운 활력을 불어넣는 작품. **A. Innovation in Audio & Radio** Innovative use of the audio medium to communicate a brand's message. Work that enhances and reinvigorates the consumers' experience by allowing them to engage with and respond to the audio content.	자료 **Materials**
A01. 매체로서 라디오 및 오디오 사용 브랜드 메시지를 전달하는 크리에이티브이고 혁신적인 매체로 사용되었다는 증거와 함께 매체로서 오디오 또는 라디오의 혁신적이거나 크리에이티브한 사용. **A01. Use of Radio & Audio as a Medium** The innovative or creative use of audio or radio as a medium, with evidence of how it was used in a creative and innovative way to communicate the brand's message.	**필수** • MP3 원본 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG • MP3 원본 **Compulsory** • Case Film
A02. 오디오 및 라디오 기술 사용 청취자의 경험을 직접적으로 향상하는 진보적 아이디어. 앱 또는 모바일/웹 기술, 소프트웨어 개발 및 오디오 제작 과정과 배급에서 발전을 보여주는 기술 사용을 포함. **A02. Use of Audio & Radio Technology** Forward thinking ideas that directly enhance the experience of the listener. This could include, but not be limited to, use of apps or mobile/web technology, software development and technology that demonstrates a development in the production process and distribution of audio.	

A03. 음성 활성화 신규 음성 플랫폼과 음성 활성화 기술의 혁신적 적용 및 사용을 통해 대화형/몰입형 스토리텔링을 제작하여 청취자의 참여 유도 및 경험 개선. **A03. Voice Activation NEW** The innovative application and use of voice platforms and voice-activated technologies to create interactive/immersive storytelling that drives engagement and enhances the experience of the listener.	**Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images – JPG • MP3 original version
A04. 브랜디드 콘텐츠/팟캐스트 라디오 방송국, 스트리밍 플랫폼, 팟캐스트 또는 프로그램 스폰서십을 포함한 모든 오디오 플랫폼의 유료, 스폰서 또는 브랜드 자금 지원 콘텐츠. 브랜드 메시지/정신을 예시하고 청취자의 경험을 향상시키는 콘텐츠. *30분 이하의 샘플 오디오 파일을 제공해 주십시오.* **A04. Branded Content / Podcasts** Paid-for, sponsored or brand funded content / programming on all audio platforms including radio stations, streaming platforms, podcasts or programme sponsorship. Content that exemplifies the brand message / ethos, as well as enhance the experience of the listener. *Please provide a sample audio file of up to 30 minutes.*	
A05. 콘텐츠 배치 신규 적절한 프로그래밍 방식으로 맥락에 맞는 광고 메시지 생성 및 배치. **A05. Content Placement NEW** The contextually relevant creation and placement of sponsored messaging within appropriate programming.	
A06. 오디오 주도 크리에이티비티 신규 상호 보완하며 발전하는 여러 오디오 기반 요소 또는 채널을 혁신적으로 통합하여 브랜드 메시지 전달 및/또는 소비자 인지도와 태도의 변화 달성. **A06. Audio-Led Creativity NEW** The innovative integration of multiple audio driven elements or channels that complement and build on each other to communicate the brand's message and/or change consumer awareness and attitudes.	

B. 오디오및 라디오 우수성 B. Excellence in Audio & Radio	자료 Materials
B01. 음악 사용 오리지널 작곡, 라이선스 녹음 또는 기존 녹음의 편곡/변형 버전 등 포함. **B01. Use of Music** Including original composition, licensed recordings or adapted / altered versions of an existing recording.	**필수** • MP3 원본 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • MP3 Original Version **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 사운드 디자인 사운드 효과, 로케이션 녹음, '애트모스' 등 오디오 요소의 규정, 획득, 조작 또는 생성 과정. **B02. Sound Design** The process of specifying, acquiring, manipulating or generating audio elements, including sound effects, location recordings, 'Atmos' etc.	
B03. 대본 브랜드 아이디어 또는 메시지를 창의적으로 탈바꿈하여 청취자의 경험을 개선하고 브리프 및 지역 규정을 충족하는 오디오 맥락으로 만드는 대본의 역량 인정. *대본은 오디오 매체에 맞는 것이어야 합니다. 영상 작업을 위한 대본은 독립형 오디오 콘텐츠로 사용되지 않았다면 이 부문에 출품할 수 없습니다.* **B03. Script** Recognises the ability of script to creatively transform a brand idea or message into an audio context that enhances the experience of the listener and meets the confines of the brief and regional regulations. *Scripts should be specific to the audio medium. Scripts for film work will not be accepted here unless it ran as a standalone audio content.*	
B04. 캐스팅 및 연기 목소리 연기가 광고의 성공에 필수적인 경우 연기를 통한 전체적인 대본 구현 인정. 어조, 속도, 억양, 성대모사 등이 포함될 수 있음. **B04. Casting & Performance** Recognises the overall delivery of the script through performance, where voice performance is integral to the success of the spot. This may include tone and pacing, use of accents or impersonation, etc	

C. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 오디오 출품작. 2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 새로운 각 집행을 표시하는 공백이 있는 단일 파일로 모든 집행을 업로드해 주십시오. **C. Culture & Context** Audio work that is brought to life through cultural insights and regional context. If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single file with a gap to denote each new execution.	**자료** **Materials**
C01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **C01. Local Brand** Work for brands that is only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • MP3 원본 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • MP3 Original Version **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **C02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
C03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 캠페인을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **C03. Single-market Campaign** Work that only aired or ran in a single country / region / market. Entries should describe how the campaign was designed for the specific target market.	
C04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트 신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **C04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, relying on identifiable social behaviour or cultural insights, stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	
C05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **C05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

C06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **C06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	**필수** • MP3 원본 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • MP3 Original Version **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 미쳤는지 보여 주어야 합니다. **C07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose-driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and affected communities by connecting customers to culture.	
C08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **C08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

D. 오디오및 라디오: 부문

이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다.

D. Audio & Radio: Sectors

The same entry can be submitted only once in this section.

자료
Materials

필수
- MP3 원본

선택 사항
- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- MP3 Original Version

Optional
- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

D01. 소비재

식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재.

모든 패스트푸드 출품작은 D03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.

D01. Consumer Goods

All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.

All fast food entries should go in D03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains

D02. 헬스케어

제약, OTC 약품, 건강.

자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 D06으로 출품해야 합니다.

A02. Healthcare

Pharma, OTC drugs, wellness.

If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into D06.

D03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인

대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.

D03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains

All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.

D04. 미디어/엔터테인먼트

음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.

D04. Media / Entertainment

Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.

D05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)

모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.

D05. Consumer Services / Business to Business

All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.

D06. 비영리/자선 단체/정부

정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.

모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 C. 문화 및 맥락의 C07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다

D06. Not-for-profit / Charity / Government

Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit origanisation.

All CSR work should be entered in the relevant sector and/or C07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section C. Culture & Context

브랜드 경험 및 활성화

Brand Experience & Activation

브랜드 경험 및 활성화 스파이크스는 뛰어난 경험 디자인, 활성화, 몰입형, 소매 및 360° 고객 참여 사용을 통한 크리에이티브이고 종합적인 브랜드 구축에 주어지는 상입니다.

출품작은 고객 여정, 브랜드 경험, 모든 접점의 최적화가 어떻게 브랜드 호감도 상승과 상업적 성공으로 이어졌는지 보여 줄 필요가 있습니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 20% 전략, 30% 집행, 30% 결과.
- 브랜드 경험 및 활성화에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. 브랜드 경험 및 활성화: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Brand Experience & Activation Spikes celebrate creative, comprehensive brand building through the next level use of experience design, activation, immersive, retail and 360° customer engagement.

The work will need to demonstrate how the customer journey, experience of the brand and optimisation of every touch point led to increased brand affinity and commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% Idea; 20% strategy; 30% execution; 30% results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Brand Experience & Activation. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Brand Experience & Activation: Sectors'.

A. 브랜드 경험 및 활성화: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Brand Experience & Activation: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	**Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context*	

B. 접점 및 기술 브랜드 경험 또는 활성화에서 기술과 다중 접점의 이용. B. Touchpoints & Technology The use of technology and multiple touchpoints across a brand experience or activation.	자료 Materials
B01. 모바일 및 기기 사용 모바일 앱, 휴대용 기기 또는 모바일 기술을 사용하여 브랜드 경험 또는 활성화에서 고객과의 상호작용을 창출하거나 강화하는 출품작. **B01. Use of Mobile & Devices** Work that uses a mobile app, portable device or mobile technology to create or enhance interaction with consumers at a brand experience or activation.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 웹사이트/마이크로사이트 사용 브랜드 웹사이트 또는 마이크로사이트를 사용하여 소비자의 참여를 유도하고 전반적인 브랜드 경험을 향상하는 출품작. **B02. Use of Website/Microsites** Work that uses branded websites or micro sites to drive engagement with customers and increase the overall brand experience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • AR/VR files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

B03. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술

브랜드 경험 및 활성화 내에서 기술의 경계를 크리에이티브로 넓히고 고객의 참여를 유도하는 몰입형 경험, 대규모 및 소규모 활성화 및 라이브 이벤트. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함할 수 있음. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.

B03. Metaverse, New Realities & Emerging Tech

Immersive experiences, large and small scale activations, digital and live events that creatively push the boundaries of technology and engage with consumers. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.

B04. 게임 주도 브랜드 경험

기존의 게임 플랫폼 내에서의 전략적이고 창의적인 브랜드 통합과 같이 게임을 중심으로 하는 몰입형 브랜드 경험. 콘솔, 온라인, 모바일 게임 및 앱이 포함.

B04. Gaming-Led Brand Experience

Immersive brand experiences with gaming at the core, including the strategic and creative brand integration within existing gaming platforms. This may include but is not limited to console, online, mobile games and apps.

B05. 디지털 설치

고객을 끌어들이고 고객과의 관계를 강화하고 고객의 참여를 유도하기 위해 준비된 대규모 또는 소규모 몰입형 디지털 경험 및 이벤트. 여기에는 VR/AR, 멀티 스크린, 다차원 경험 등이 포함될 수도 있습니다.

B05. Digital Installations

Immersive large or small scale digital experiences and events that are set up to engage with consumers. This may include but is not limited to VR / AR, multi-screen and multi-dimensional experiences.

B06. 기술 주도 브랜드 경험

신기술이나 기존 기술을 사용하여 브랜드 경험 또는 활성화를 강화하는 출품작.

B06. Tech-led Brand Experience

Work that uses new or existing technology to enhance a brand experience or activation.

필수
- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)
- 사례 영상

선택 사항
- URL
- AR/VR 파일
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)
- Case Film

Optional
- URL
- AR/VR files
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

C. 소매 경험 및 활성화 C. Retail Experience & Activation	자료 Materials
C01. 고객 소매/매장 내 경험 구매 경로의 모든 채널에서 고객을 참여시키고 안내하는 제품 출시, 시연, 시식 시음 활동 및 팝업 등을 포함한 매장 내 및 소매 활동. **C01. Customer Retail / In-Store Experience** In-store and retail activities including, but not limited to, product launches, demonstrations, sampling activities and pop-ups that engage and guide consumers across all channels of their path to purchase.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 소매 대회 및 홍보용 게임 고객의 브랜드 참여를 유도하기 위한 온라인 또는 오프라인 홍보성 공모전 또는 장려책. 소셜 미디어 공모전, 게임화 경험, 매장 내 홍보 활성화 등이 포함. **C02. Retail Competitions & Promotional Games** Online or offline promotional competitions or incentives used to drive customer engagement with a brand. This may include but is not limited to social media competitions, gamified experiences, in-store promotional activations, etc.	
C03. 고객 획득 및 유지 고객 유치 또는 유지, 고객 활동 장려, 전체적 거래 가치 증대를 위해 의미 있고 매력적인 경험과 활성화를 창출하는 출품작. **C03. Customer Acquisition & Retention** Work that creating meaningful, engaging experiences and activations in order to attract or maintain customers, encourage customer activity and increase overall transaction value.	

D. 브랜드 경험 우수성 D. Excellence in Brand Experience	자료 Materials
D01. 라이브 브랜드 경험 또는 활성화 소비자 또는 B2B 이벤트에서 열린 모든 라이브 브랜드 경험 또는 활성화. 설치, 제품 시연, 무역 박람회, 엑스포, 팝업 스토어 등이 포함. **D01. Live Brand Experience or Activation** Any live brand experience or activation that was held at a consumer or B2B event. This may include, but is not limited to, installations, product demos, trade shows, expos and pop-ups.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional**
D02. 게릴라 마케팅 및 스턴트 고객 참여를 이끌어내기 위한 게릴라 마케팅, 단기/일회성 집행, 길거리 팀, 퍼블리시티 스턴트 및 길거리 스턴트를 사용한 모든 브랜드 경험 또는 활성화. **D02. Guerrilla Marketing & Stunts** Any brand experience or activations using guerrilla marketing, short term / one-off executions, street teams, publicity stunts and street stunts to drive customers' engagement.	
D03. 스폰서십 및 브랜드 파트너십 즉각적이고 장기적인 브랜드 경험 또는 활성화를 만들어내는 파트너십/스폰서십. 출품작은 파트너십/스폰서십이 얼마나 효과적이었는지를 기준으로 심사됩니다.	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

D03. Sponsorship & Brand Partnership Partnerships/sponsorships that create immediate and long term brand experiences or activations. The work will be judged on how effective the partnership / sponsorship was.	• URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D04. 출시/재출시 브랜드, 제품 또는 서비스 출시 또는 재출시를 위해 만들어진 브랜드 경험 또는 활성화. **D04. Launch / Re-launch** Brand experiences or activations created to launch or re-launch a brand, product or service.	
D05. 360 통합 브랜드 경험 브랜드 메시지, 제품 또는 서비스를 강화하고 관심을 모으는 온라인 및 오프라인 다중 채널 경험. **D05. 360 integrated Brand Experience** Online and offline multi-channel experiences that engage and amplify a brand's message, product or service.	

E. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. **E. Culture & Context** Work that is brought to life through cultural insights and regional context.	**자료** **Materials**
E01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **E01. Local Brand** Work for brands that is only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **E02. Challenger Brand** Brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
E03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **E03. Single-market Campaign** Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	

E04. 소셜 행동및 문화적 인사이트신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **E04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, hinging on identifiable social behaviour or cultural insight stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **E05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	
E06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **E06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	
E07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **E07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose driven work / brand activism that address social, ethical and environmental issues. Entries should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
E08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **E08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

크리에이티브 상거래

Creative Commerce

크리에이티브 상거래 스파이크스는 온라인 및 오프라인 상거래, 결제 솔루션, 거래 여정에 대한 혁신적이고 크리에이티브한 접근법에 주어지는 상입니다.

출품작은 종단 간 고객 여정의 모든 지점에서의 혁신과 최적화가 어떻게 고객 참여 증가와 상업적 성공을 이끌어냈는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 결과.
- 크리에이티브 상거래에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다.
- 다만 'A. 크리에이티브 상거래: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Creative Commerce Spikes celebrate the innovative and creative approach to online and offline commerce, payment solutions and transactional journeys.

The work will need to demonstrate how innovation and optimisation at any point of the end-to-end customer journey led to increased consumer engagement and commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% Idea, 20% strategy, 20% execution, 30% results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Creative Commerce. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Creative Commerce: Sectors'.

A. 크리에이티브 상거래: 부문 이 섹션에는 동일한 출품작을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. Creative Commerce: Sectors** The same work can be submitted only once in this Section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 D. 도전 및 돌파구의 D02. 기업 목표 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D02. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section D. Challenges & Breakthroughs*	

B. 채널 이 카테고리의 출품작 심사 기준은 상거래 크리에이티비티과 채널 혁신입니다. B. Channels Work in these categories will be judged on commerce creativity and channel innovation.	자료 Materials
B01. 소셜/인플루언서 상거래 소셜 플랫폼을 활용하여 고객을 끌어들이고 비즈니스 성과를 이끌어내는 출품작. **B01. Social / Influencer Commerce** Work that harnesses social platforms to engage consumers and drive business results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 모바일 주도 상거래 고객 여정 최적화, 참여 증대, 상업적 성공을 이끌어 낸 모바일 상거래 솔루션의 크리에이티브 활용. 여기에는 앱, 월렛, 보상 프로그램, 초편의성(hyper convenience) 등이 포함될 수 있습니다. **B02. Mobile-led Commerce** The creative application of mobile commerce solutions which led to the optimisation of the customer journey, increased engagement and commercial success. This may include, but is not limited to apps, wallets, reward programs and hyper convenience.	
B03. 엔터테인먼트 상거래 예기치 못한 파트너십과 브랜드 경험을 통한 거래 커머스와 엔터테인먼트 콘텐츠의 매끄러운 통합. 장편 콘텐츠, 리테일 씨어터, 게이밍, 스포츠, 음악, 가상 세계 등 포함. **B03. Entertainment Commerce** The seamless integration of transactional commerce and entertainment content through unexpected partnerships and brand experiences. This may include, but not limited to, long-form content, retail theatre, gaming, sports, music, virtual worlds, etc.	

B04. 옴니채널 상거래 여러 디지털 채널과 물리적 채널을 효과적으로 통합하여 탁월한 고객경험과 전환율을 제공하는 출품작. **B04. Omnichannel Commerce** Work that effectively integrates multiple digital and physical channels to provide exceptional customer experience and conversion.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B05. 지속 가능한 상거래 책임감 있는 소비 및 생산, 포장, 경제 모델(즉, 보충) 환경 친화적인 배송 옵션, 폐기물 관리, 제품 상거래 등을 포함. **B05. Sustainable Commerce** This could include, but not limited to, responsible consumption and production, packaging, economic models (ie replenishment), environmentally friendly shipping options, waste management, commerce for good, etc.	
B06. 혁신적인 매체 사용 새롭거나 기존의 기술, 플랫폼, 매체 또는 채널의 독창적 사용을 보여 주는 상거래 출품작. **B06. Innovative Use of Media** Commerce work that demonstrates the inventive use of new or existing technology, platforms, media or channels.	

C.참여 이 섹션의 크리에이티브 상거래 출품작은 청중을 끌어들이고 매혹하는 것에 초점을 맞춰야 함. **C. Engagement** Creative commerce work in this section should focus engaging and captivating audiences both online and offline.	**자료** **Materials**
C01. 타겟팅, 인사이트, 개인화 사용자의 쇼핑 경험을 향상하고 참여를 유도하여 비즈니스 목표를 달성하는 동적 콘텐츠. **C01. Targeting, Insights and Personalisation** Dynamic content that enriches the user's shopping experience and drives engagement to achieve business results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상
C02. 매장 내 경험 오프라인 소매 프로모션, 매장 디스플레이, 팝업 매장 및 이벤트, 제품 샘플링/시험 사용, 한정판 제품 등 포함. **C02. In-Store Experiences** This could include, but not limited to, offline retail promotions, store displays, pop-up stores and events, product sampling / trial, limited edition products, etc.	**선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG
C03. 고객 획득 및 유지 고객을 유치 또는 유지하고, 고객 활동을 장려하며, 전체 거래 가치를 증대하도록 고안된 온라인 및 오프라인 출품작. 여기에는 프로모션, 경쟁, 지오펜싱, 앱 및 소셜 통합 등이 포함될 수 있습니다. **C03. Customer Acquisition & Retention** Online and offline work designed to attract or maintain customers, encourage customer activity and increase overall transaction value. This may include, but is not limited to, promotions, competitions, geofencing, app and social integration etc.	**Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C04. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 상거래 내 기술의 경계를 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 웹3, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **C04. Metaverse, New Realities & Emerging Tech** Immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within commerce. This may include but not limited to AI, AR, VR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, Web3, gamification, virtual worlds, metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C05. 전자상거래 웹사이트/앱 탁월한 전자상거래 B2B/B2C 웹사이트 또는 앱 창출. 판매를 촉진하기 위한 웹사이트/앱의 원활한 사용자 경험, 기능 및 전환율 등이 포함. **C05. eCommerce Websites / Apps** The creation of exceptional eCommerce B2B or B2C websites or apps. This may include, but is not limited to, the seamless user experience, functionality and the conversion rate of the website /app in order to drive sales.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C06. 결제 솔루션 결제 솔루션의 크리에이티브 사용. 소프트웨어 및 앱, 블록체인 기술, 암호 화폐, NFT, 모바일 월렛 및 보상 프로그램 자동화, 권한 위임, 초편의성 및 주문 버튼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **C06. Payment Solutions** Creative use of payment solutions. This could include, but not limited to, software & apps, blockchain technology, cryptocurrencies, NFTs, mobile wallets and reward programs automation, delegated authority, hyper-convenience and order buttons. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 도전 및 돌파구 깊이 있는 문화적 인사이트, 지역적 맥락, 진보적 사고를 통해 생명을 얻는 크리에이티브이고 혁신적인 출품작. **D. Challenges & Breakthroughs** Creative and innovative work which is brought to life through deep cultural insight, regional context and progressive thinking.	**자료** **Materials**
D01. 소셜 행동 및 문화적 인사이트 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받아 인식 가능한 소셜 행동 또는 문화적 인사이트를 발전시킨 출품작. **D01. Social Behaviour & Cultural Insight** Work inspired by a specific audience / community, hinging on identifiable social behaviour or cultural insights.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D02. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **D02. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose driven work / brand activism that address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
D03. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **D03. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

크리에이티브 데이터

Creative Data

크리에이티브 데이터 스파이크스는 아이디어와 정보의 상호작용에 주어지는 상입니다.

출품작은 데이터의 크리에이티브 활용, 해석, 분석 또는 응용으로 출품작이 어떻게 개선되었는지 또는 어떻게 이를 기반으로 했는지 보여 주어야 합니다. 아이디어의 핵심에 데이터의 크리에이티브 활용이 있어야 하며, 결과/영향이 명확하고 확고해야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 전략, 30% 데이터 사용, 20% 아이디어, 20% 영향 및 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 동일 작품을 크리에이티브 데이터에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

The Creative Data Spikes celebrate the interplay of ideas and information.

The work will need to demonstrate how the work was enhanced or driven by the creative use, interpretation, analysis or application of data. The creative use of data must sit at the core of the idea, and the results / impact must be clear and robust.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% strategy; 30% use of data; 20% idea; 20% impact and results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Creative Data as long as the categories chosen are relevant.

A. 크리에이티브 데이터 A. Creative Data	자료 Materials
A01. 데이터 강화 크리에이티비티 개인화 및 인터랙티비티 등을 포함한 데이터 또는 데이터 기반 방법의 사용을 통해 향상되는 크리에이티브 출품작. 고객경험과 성과를 모두 개선한다는 점을 보여 주어야 합니다. **A01. Data-enhanced Creativity** Creative work elevated through the use of data or data-driven methods. This may include, but not limited to, personalisation and interactivity. The enhancement should demonstrably improve both the customer experience and the outcome.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A02. 데이터 기반 타겟팅 크리에이티브한 데이터 사용 또는 해석을 통해 효과적인 타겟팅 구현. 출품작은 데이터가 어떻게 계획적 타겟팅에 기여했는지, 타겟, 브랜드 메시지 또는 채널을 정의하는 데 도움이 되는 중요한 정량적 인사이트를 제공했는지, 개인화를 개선하거나 시장에서의 브랜드 위상을 높였는지 보여 주어야 합니다. **A02. Data-driven Targeting** The creative use or interpretation of data to deliver effective targeting. The Work should demonstrate how data contributed either to programmatic targeting or provided a key quantitative insight that helped define the target brand message or channel, allowed for better personalisation or increased a brand's position in the market.	
A03. 데이터 기반 소비자 제품 데이터와 조사를 사용하여 만들어진 물리적 제품이나 디지털 제품. 데이터가 제품 개발에 어떻게 기여했고 제품이 비즈니스 목표를 어떻게 충족했는지 명확히 보여 주는 출품작. 제품 개선에 기반한 매출 데이터와 지속적 데이터가 심사됩니다. **A03. Data-driven Consumer Product** Physical or digital products created using data and research. Work which clearly demonstrates how data has contributed to the development of the product and how the product met business objectives. Sales data and ongoing data based product improvements will be considered.	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A04. 데이터 스토리텔링

강력한 브랜드 서사를 전달하는 크리에이티브 데이터 사용. 출품작은 데이터 기반 인사이트가 소비자 참여를 어떻게 늘렸는지 또는 데이터에서 도출된 메시지를 어떻게 제시하여 성공적인 브랜드/소비자 스토리를 제공했는지 보여 주어야 합니다.

A04. Data Storytelling

The creative use of data to convey a powerful brand narrative. The work should show how data driven insight increased consumer engagement or how messages derived from data were presented to provide successful brand / consumer stories.

A05. 데이터 시각화

복잡한 데이터의 맞춤형 시각화를 통해 명확하고 효율적으로 소비자에게 정보를 전달함으로써 행동 변화 유도. 온라인 동적, 정적, 인터랙티브 또는 실시간 인포그래픽과 시각적 설치물 및 활성화 등 오프라인 시각화 포함.

A05. Data Visualisation

Bespoke visualisations of complex data that communicates information clearly and efficiently to consumers in a way that led to a change in behaviour. This includes but is not limited to online dynamic, static, interactive or real-time infographics and offline visualisations such as visual installations and activations.

A06. 데이터 기술

모델, 도구, 플랫폼, 앱, 알고리즘 등 데이터 기반 기술의 모든 형식. 출품작은 데이터 기술의 응용이나 발명이 크리에이티브 메시지를 어떻게 향상시켰는지 보여 주어야 합니다. 출품작은 데이터 기술을 이용한 캠페인 개선 방법을 명확하게 설명해야 하며, 청중, 메시지, 채널, 전달 방식에 대한 자세한 내용을 포함해야 합니다.

A06. Data-technology

All forms of data driven technology, including but not limited to, models, tools, platforms, apps and algorithms. The Work must demonstrate how the application or invention of data technology enhanced a creative message. The work should clearly illustrate how the data technology improved a campaign, including a breakdown of audience, message, channels and delivery.

A07. 실시간 데이터 사용

동적 콘텐츠를 제공하거나 지속적 소비자 관계를 가능케 하는 데이터의 실시간 생성 또는 사용. 출품작은 실시간 데이터와 크리에이티브 결과물의 반응적 관계를 명확히 보여 줌으로써 데이터가 출품작의 관련성, 적시성, 개인화를 높임으로써 소비자 경험을 어떻게 개선했는지 명확히 보여 주어야 합니다.

A07. Use of Real-time Data

Data created or used in real-time that provides dynamic content or enables an on-going consumer relationship. The Work should clearly demonstrate the responsive relationship between real-time data and the creative output, showing how the data improved the consumer experience by making the work more relevant, timelier or personalised.

A08. 소셜 데이터 및 인사이트

특정 청중이나 커뮤니티를 타겟팅하거나 끌어들이거나 관계를 발전시키기 위해 소셜 미디어 플랫폼에서 특별히 생성된 데이터의 크리에이티브 해석. 소셜 데이터와 관련 타겟팅 방법의 전략적 사용을 통해 얻은 인사이트가 심사됩니다.

A08. Social Data & Insight

The creative interpretation of data specifically generated from social media platforms in order to target, engage or develop a relationship with a specific audience or community. Insights gained through the strategic use of social data and associated targeting methods will be considered.

필수

- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)

- 사례 영상

선택 사항

- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory

- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)

- Case Film

Optional

- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

A09. 크리에이티브 데이터 수집 및 연구 더 강력한 브랜드 전략을 실행하기 위해 수행된 데이터 기반 연구(시장 조사 포함), 데이터 소싱 및/또는 데이터 집계. 출품작은 선택한 프로세스, 조사 방법론, 기술, 채널 및/또는 리소스가 전체 성과에 어떤 영향을 미쳤는지 빠짐없이 설명해야 합니다. **A09. Creative Data Collection & Research** Data-driven research (including market research), data sourcing and/or data aggregation, carried out in order to deliver a stronger brand strategy. The Work should thoroughly outline how the selected processes, research methodologies, technologies, channels and/or resources influenced the overall outcome.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A10. 데이터 통합 여러 데이터 스트림을 통합하여 크리에이티브 캠페인 또는 브랜드 전략의 계획 단계부터 전달 단계까지 새로운 인사이트 제공. 여기에는 다양한 소스로부터의 데이터 수집, 융합, 기술 지원 통합과 데이터 스트림 연결 등이 포함될 수 있습니다. **A10. Data Integration** The integration of multiple data streams to provide new insights from planning through to delivery of a creative campaign or brand strategy. This may include, but is not limited to, data collection, fusion, technology-enabled integration of data from various sources and connecting data streams.	

크리에이티브 효과

Creative Effectiveness

크리에이티브 효과 스파이크스는 크리에이티브 출품작의 측정 가능한 효과에 주어지는 상입니다.

출품작은 크리에이티비티에 기반한 효과적 전략이 어떻게 선택한 비즈니스 목표를 달성했고, 긍정적인 고객 성과를 어떻게 만들어 냈으며, 장기적으로 지속 가능한 비즈니스 영향을 이끌어 냈는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 25% 아이디어, 25% 전략, 50% 영향 및 결과.
- 출품하려면 출품작이 이전 3회의 스파이크스 아시아 페스티벌 중 하나에서 최고상을 받거나 최종 후보에 올랐어야 합니다.
- 크리에이티브 효과에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다.
- 다만 'A. 크리에이티브 효과: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Creative Effectiveness Spikes celebrates the measurable impact of creative work.

The work will need to demonstrate how an effective strategy rooted in creativity has met its chosen business objectives, generated positive customer outcomes and driven sustainable business impact over time.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 25% idea; 25% strategy; 50% impact and results.
- To be eligible your work must have won or been shortlisted at one of the previous three Spikes Asia festivals.
- The same piece of work can be entered up to three times in Creative Effectiveness.
- However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Creative Effectiveness: Sectors'.

A. 크리에이티브 효과: 부문 이 섹션의 출품작은 특정 부문에서 달성된 효과성과 해당 출품작이 목표와 목적을 달성 또는 초과했는지 여부에 초점을 맞춰야 합니다. 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. Creative Effectiveness: Sectors** Work in this section should focus on effectiveness achieved in a particular sector, and whether the work achieved or exceeded its objectives and goals. The same entry can be submitted only once in this section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.*	**필수** • 온라인 양식 • 고객 승인서 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Online Form • Client Approval Letter **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Images JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.*	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A02. Healthcare
Pharma, OTC drugs, wellness.

If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인
대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.

A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains
All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.

A04. 미디어/엔터테인먼트
음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.

A04. Media / Entertainment
Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.

A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)
모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.

A05. Consumer Services / Business to Business
All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.

A06. 비영리/자선 단체/정부
정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.

기업의 사회적 책임에 대한 모든 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 B. 다중 시장 부문의 B03. 선을 위한 크리에이티브 효과 카테고리로 출품해야 합니다.

A06. Not-for-profit / Charity / Government
Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.

All corporate social responsibility work should be entered in the relevant sector and/or B03. Creative Effectiveness for Good category in section B. Multi Market.

필수
- 온라인 양식
- 고객 승인서

선택 사항
- URL
- 부록
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Online Form
- Client Approval Letter

Optional
- URL
- Appendix
- Digital Supporting Images JPG

B. 시장 이 섹션의 출품작은 출품작을 통해 브랜드가 선택된 시장에서 어떻게 목표를 달성했는지 보여 주어야 합니다. **B. Market** Work in this Section should demonstrate how the work enabled the brand to effectively achieve their objectives in a chosen market.	**자료** **Materials**
B01. 단일 시장 핵심에 단일 표적 시장이 있는 단일 시장에서 구현된 출품작. 출품작은 표적 시장에 맞게 출품작이 어떻게 크리에이티브으로 고안되었는지와 어떻게 실질적 비즈니스 결과를 달성했는지 설명해야 합니다. **B01. Single Market** Work that has been implemented in a single market with a single target market at its core. The work should describe how it was creatively designed for the target market and how the tangible business results achieved.	**필수** • 온라인 양식 • 고객 승인서 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Online Form • Client Approval Letter **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Images JPG
B02. 다중 시장 여러 시장에서 구현된 출품작. 출품작은 다중 시장에 맞게 어떻게 고안되었는지와 어떻게 실질적 비즈니스 결과를 달성했는지 설명해야 합니다. **B02. Multi Market** Work that has been implemented across multiple markets. The work should describe how it was designed for multiple markets and how the tangible business results achieved.	
B03. 선을 위한 크리에이티브 효과 핵심에 사회적 목표가 있는 크리에이티브 출품작의 측정 가능한 영향에 주어지는 상. 자선 단체, 비영리 또는 정부 기구 또는 비영리 조직과의 협력을 보여 줄 수 있는 브랜드를 위한 출품작이어야 합니다. 출품작은 캠페인이 실질적 결과를 어떻게 이끌어 냈는지, 문화적 변화에 얼마나 중요했는지 또는 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적이었는지 보여 주어야 합니다. **B03. Creative Effectiveness for Good** Celebrating the measurable impact of creative work with social purpose at the heart. The work should be for a charity, non-profit or government body or for brands who can demonstrate they worked in partnership with a not-for-profit organisation. The work should illustrate how the campaign drove tangible results, was instrumental to cultural change or integral to achieving a brand's purpose.	

C. 브랜드 도전 및 기회 이 카테고리의 출품작은 파악된 브랜드 도전이나 기회에 초점을 맞춰야 합니다. 출품작은 브랜드의 전략적 대응과 선택한 특정 채널 및 접점과 그 이유를 설명해야 합니다. **C. Brand Challenges & Opportunities** Work in these categories should focus on the brand challenge or opportunity identified. The work should explain their strategic response, as well as specific channels and touchpoints chosen and why.	**자료** **Materials**
C01. 출시신규 제품, 서비스 또는 조직의 출시를 위해 만든 출품작 **C01. Launch NEW** Work created to launch a product, service or organization	**필수** • 온라인 양식 • 고객 승인서 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Online Form • Client Approval Letter **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Images JPG
C02.리브랜드 신규 제품, 서비스 또는 조직의 기존 정체성의 리브랜드/리프레시. **C02. Re-Brand NEW** Rebrand/refresh of an existing brand identity for any product, service or organization.	
C03. 획득신규 효과적으로 신규 고객을 유치하거나 새로운 참여를 이끌어내는 출품작. 출품작은 새로운 비즈니스 또는 고객 활동의 증가를 보여 주어야 합니다. **C03. Acquisition NEW** Work that effectively attracts new customers or drives new engagement. The work should show an increase in new business or customer activity.	
C04.유지신규 기존 고객 관계를 향상하거나 강화하는 출품작. 출품작은 새로운 비즈니스 또는 고객 활동의 증가를 보여 주어야 합니다. **C04. Retention NEW** Work that enhances or strengthens existing customer relationships. The work should show an increase in new business or customer activity.	
C05. 실시간 대응 세계적 사건, 공공 문제, 그 밖에 소셜 공유와 측정 가능한 대응을 촉구하는 현실적인 실시간 활동에 대응하는 효과적으로 타겟팅된 출품작. **C05. Real-time Response** Effective targeted work which responds to world events, public affairs and other real-world, real-time activity prompting social sharing and a measurable response.	
C06. 지속 가능한 성공 크리에이티브 출품작의 장기적 영향에 주어지는 상. 출품작은 장기 집행 캠페인이 실질적 결과를 어떻게 이끌어 냈는지, 문화적 변화에 얼마나 중요했는지 또는 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적이었는지 보여 주어야 합니다. 이 카테고리의 출품작은 여러 해에 걸친 결과를 보여 주어야 합니다. **C06. Sustained Success** Celebrating the long-term impact of creative work. The work should demonstrate how a long running campaign drove tangible business results, was instrumental to cultural change or integral to achieving a brand's purpose. The work in this category must show results over several years.	

C07. 협업 비즈니스 목표 달성을 위한 브랜드와 에이전시 또는 파트너 에이전시의 협업에 따른 크리에이티브 출품작의 측정 가능한 영향에 주어지는 상. 출품작은 협업이 어떻게 실질적 비즈니스 결과를 이끌어 냈는지 보여 주어야 합니다. **C07. Collaboration** Celebrating the measurable impact of creative work that is the result of a collaboration between brands and agencies or partner agencies to achieve a business goal. The work should demonstrate how the collaborative effort drove tangible business results.	**필수** • 온라인 양식 • 고객 승인서 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Online Form • Client Approval Letter **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Images JPG
C08. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **C08. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	
C09. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **C09. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
C010. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **C10. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

크리에이티브 전략

Creative Strategy

크리에이티브 전략 스파이크스는 아이디어의 바탕이 되는 아이디어에 주어지는 상입니다. 즉 전략적 기획이 브랜드를 어떻게 재정의하고, 비즈니스를 재창조하며, 소비자 또는 더 광범위한 문화에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 심사합니다.

출품작은 설득력 있는 크리에이티브 전략을 이끌어 낸 탁월한 비즈니스/브랜드 과제 해석, 획기적인 사고, 혁신적인 문제 해결을 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 비즈니스/브랜드 과제 해석, 30% 인사이트 획기적인 사고, 20% 크리에이티브 아이디어, 20% 성과/ 결과.
- 크리에이티브 전략에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 크리에이티브 전략 스파이크스 어워드의 등록 기간은 2022년 1월 1일~2025년 1월 31일로, 평가되는 전략이 등록 기간 내에 처음 시행된 경우에 해당합니다. 단, 'C04 장기 전략' 카테고리의 등록 기간은 2020년 1월 1일~2025년 1월 31일입니다.

The Creative Strategy Spikes celebrates the idea behind the idea - how strategic planning can redefine a brand, reinvent its business, and influence consumers or wider culture.

The work will need to demonstrate exceptional interpretation of the business / brand challenge, breakthrough thinking and transformational problem solving that led to compelling creative strategy.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% interpretation of business / brand challenge; 30% insight/ breakthrough thinking; 20% creative idea; 20% outcome/ results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Creative Strategy. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Sectors'.
- For Creative Strategy Spikes Award the eligibility dates are 01 January 2022 - 31 January 2025 where the strategy being judged was first implemented within the eligibility period, except for category 'C04 Long-term Strategy', which has an eligibility period of 01 January 2020 - 31 January 2025.

A. 크리에이티브 전략: 부문 A. Creative Strategy: Sectors	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services.	**필수** • 정보 데크 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 부록 • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Information Deck **Highly Recommended (Optional)** • Case Film
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 쇼핑, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel- related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	**Optional** • URL • Appendix • Awards Show Film • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 C. 도전 및 돌파구의 C05. 기업 목표 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or C05. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section C. Challenges & Breakthroughs*	

B. 인사이트 및 조사 B. Insights & Research	자료 Materials
B01. 데이터 및 분석 신규 명확한 비즈니스 문제/기회를 밝혀내는 통찰력 있는 데이터 분석과 해석에 영감을 받은 전략. 데이터 과학, 위탁 연구, 온라인 행동 데이터, 통계 분석, 판매 정보, 소비자 퍼스트 파티 데이터 등을 포함. **B01. Data & Analytics NEW** Strategy inspired by insightful analysis and interpretation of data, revealing a clear business problem / opportunity. Including, but not limited to, the use of data science, commissioned research, online behavioural data, statistical analysis, sales information, consumer first party data etc.	**필수** • 정보 데크 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 부록 • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG
B02. 청중 인사이트 신규 청중/소비자에 대한 깊은 이해로 비즈니스에 어떻게 혁신적인 영향을 미쳤는지 평가. 행동 과학을 활용하여 청중 프로필을 구축하고 생성한 방식이 드러난 출품작. 행동 경제학, 소비자 인사이트, 소셜 리스닝, 문화적 동향, 문화기술지, 경험 매핑, 신경 과학 등을 포함. **B02. Audience Insight NEW** How deep understanding of the audience/consumers has created a transformative effect on the business. Work that demonstrates the application of behavioural science in relation to building and creating the audience profile. This may include but isn't limited to behavioural economics, consumer insight, social listening, cultural trends, ethnography, experience mapping, neuroscience, etc.	**Compulsory** • Information Deck **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Appendix • Awards Show Film • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 도전 및 돌파구
C. Challenges & Breakthroughs

C01. 챌린저 브랜드 전략

경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드에 주어지는 상. 출품작은 카테고리의 지배적인 서사 관습에 도전함으로써 핵심 전략적 사고와 그것이 브랜드 가치에 미치는 긍정적 영향을 보여 주어야 합니다.

C01. Challenger Brand Strategy

Celebrating brands that have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity. The work should demonstrate the core strategic thought and its positive effect on brand value by challenging the dominant narrative conventions in their category.

C02. 예산 돌파구

시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.

C02. Breakthrough on a Budget

Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.

C03. 다중 시장 전략

여러 시장에서 전략의 성공적 변형 및 통합. 실질적 비즈니스 결과를 이끌어내거나 브랜드 목표를 달성하기 위해 특정 시장에 글로벌 전략을 적용한 방법.

출품작은 전략이 적용된 최소한 3개 국가/지역을 명시해야 합니다.

C03. Multi-market Strategy

Successful translation and integration of strategy across multiple markets. How a global strategy was applied to specific markets in order to drive tangible business results, or achieve a brand's purpose.

Entries should identify a minimum of three countries / regions the strategy was applied to.

C04. 장기 전략

장기 전략의 크리에이티비티에 주어지는 상. 출품작은 장기적 전략이 브랜드 목표 달성, 참여 유도, 브랜드 정체성 형성에 얼마나 중요했는지 보여 주어야 합니다.

이 카테고리의 출품 기간은 5년 이상으로 2020년 1월 1일~2025년 1월 31일입니다.

C04. Long-term Strategy

Celebrating the creativity of long-term strategy. The work should demonstrate how a long-running strategy was instrumental to achieving a brand's purpose, driving engagement and shaping brand identity.

There is an increased eligibility for this category of 5+ years: 1 January 2020 - 31 January 2025.

자료
Materials

필수
- 정보 데크

권장(선택 사항)
- 사례 영상

선택 사항
- URL
- 부록
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Information Deck

Highly Recommended (Optional)
- Case Film

Optional
- URL
- Appendix
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

C05. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 준 방법. **C05. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose driven work / brand activism that addresses social, ethical and environmental issues. How the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	**필수** • 정보 데크 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Information Deck **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C06. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **C06. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

D. 파트너십 및 관점 **D. Partnerships & Perspectives**	**자료** **Materials**
D01. 용감한 브랜드 도전과 관련된 진보적 사고를 포함한 탁월한 브랜드 용기. 위험 감수가 브랜드의 실질적 결과를 이끌어낸 방식. **D01. Brave Brands** Outstanding brand bravery including progressive thinking relating to a challenge. How risk-taking has produced tangible results for the brand.	**필수** • 정보 데크 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Information Deck **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D02. 협업 신규 크리에이티브 에이전시 및/또는 미디어 및/또는 브랜드의 상호 교류를 담은 출품작에 주어지는 상. 출품작은 브랜드에 대한 깊이 공유되는 이해와 가능한 한 최상의 결과를 달성하기 위해 구성된 통합 업무 관계의 존재에 초점을 맞추어야 함. **D02. Collaboration NEW** Celebrating the intersection between creative agency and/or media and/or brand. The work should demonstrate the focus on the existence of a deep shared understanding of the brand and a unified working relationship to achieve the best possible results.	**필수** • 정보 데크 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 부록 • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Information Deck **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Appendix • Awards Show Film • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

E. 크리에이티브 전략 우수성 E. Excellence in Creative Strategy	자료 Materials
E01. 경험 및 관계 모델 신규 디지털 세계와 실제 세계의 접점을 넘나드는 원활한 여정을 선사하여 고객과 관계를 강화하고 브랜드와 소비자 간 새로운 참여 경로를 제공하는 창의적인 소비자 경험 이니셔티브. **E01. Experience and Relationship Models NEW** Creative customer experience initiatives that strengthen relationships with customers by creating seamless journeys across digital and physical touchpoints and/or offer new routes of engagement between brand and consumer.	**필수** • 정보 데크 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 부록 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Information Deck **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Appendix • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 브랜드 전략 신규 브랜드의 핵심적, 전략적 포지셔닝에 대한 보상. 출품작은 가치 제안, 사명, 서사, 브랜드 포지셔닝 달성 방식을 보여 주어야 하며, 이것이 최종적으로 새로운 관심 유발, 더 높은 브랜드 친화력, 상업적 성공으로 이어졌음을 보여 주어야 함. **E02. Brand Strategy NEW** Rewarding the core, strategic positioning of a brand. The work should demonstrate how the value proposition, mission, narrative and brand positioning was achieved, and ultimately led to renewed interest, higher brand affinity and commercial success.	

디자인

Design

디자인 스파이크스는 시각적 기교에 주어지는 상입니다.

출품작은 브랜드를 정의하거나 브랜드의 핵심 메시지를 전달하기 위해 디자인이 어떻게 사용되었는지 보여 줄 필요가 있습니다. 즉, 독특한 시각적 정체성이 소비자 인식이나 이해를 이끌어내는 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 40% 아이디어, 40% 집행, 20% 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 디자인에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 섹션 F. 제품으로 출품되는 모든 출품작은 구매 가능한 경우에만 자격이 주어집니다.

The Design Spikes celebrate visual craftsmanship.
The work will need to demonstrate how design has been used to define a brand or communicate its key messages; achieving consumer recognition or understanding through a unique visual identity.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 40% idea; 40% execution; 20% results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Design as long as the categories chosen are relevant.
- All work entered into Section F. Products must be available for purchase in order to be eligible.

A. 브랜드 구축 여러 브랜드 접점과 미디어 플랫폼에서 개발한 정체성 솔루션. 브랜딩에 대한 JPG 이미지를 최소 3개 이상 제출해야 함. **A. Brand Building** Identity solutions developed across multiple brand touchpoints and media platforms. Please provide at least three JPG images of the branding in place.	**자료** **Materials**
A01. 새로운 브랜드 정체성 창출 제품, 서비스 또는 조직의 새로운 브랜드 또는 기업 정체성 창출. *새로운 브랜드 및 기업 정체성을 드러내는 이미지여야 합니다.* **A01. Creation of a new Brand Identity** Creation of a new brand or corporate identity for any product, service or organisation. *Please note this must be for a new brand or corporate identity.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A02. 기존 브랜드의 리브랜드/리프레시 제품, 서비스 또는 조직을 위한 기존 브랜드 정체성의 리브랜드/리프레시. *비교를 위해 이전 브랜딩의 예를 제공해 주십시오.* **A02. Rebrand / Refresh of an existing Brand** Rebrand / refresh of an existing brand identity for any product, service or organisation. *Please provide examples of the previous branding for comparison.*	

B. 커뮤니케이션 디자인 출품작의 디자인 요소를 보여주는 데모 영상을 제출해주시기 바랍니다. **B. Communication Design** Please provide a demo film showcasing the design element of the work.	자료 **Materials**
B01. 포스터 프로모션 및 브랜드 커뮤니케이션의 사용을 위한 포스터 디자인. *2건 이상의 포스터 캠페인 집행을 단일 출품작으로 출품해야 합니다. 다른 매체를 위해 구상해 포스터 형식에 응용한 콘셉트는 이 카테고리에 출품할 수 없습니다.* **B01. Posters** Poster design for the use of promotion and brand communication. *Poster campaigns of more than 2 executions should be entered together as a single entry. Concepts developed for another medium and applied to a poster format are not eligible in this category.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 책 인쇄된 책의 편집 및 커버 디자인 등 포함. 제출물에서 고려/심사해 주기를 바라는 것이 커버인지 책 전체인지 명시해 주십시오. *전자책은 C01. 디지털 디자인에 출품해야 합니다.* **B02. Books** Including, but not limited to, editorial and cover design for printed books. Please indicate in your submission whether you would like the cover or the whole book to be considered / judged. *E-Books should be entered into C01. Digital Design.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG
B03. 홍보 인쇄 미디어 신규 인쇄 미디어 내 달력, 초대장, 엽서, 티켓, 연하장을 포함. **B03. Promotional Printed Media NEW** This could include, but not be limited to, calendars, invitations, postcards, tickets and seasonal greeting cards within print media.	

B04.브랜드 콜래터럴 브랜드를 홍보하고 제품 또는 서비스의 판매 및 마케팅을 지원하는 미디어를 포함. 프레스/미디어 키트, 게임, 브랜드 문구류 등을 포함. **B04. Brand Collateral** Collection of media used to promote the brand and support the sales and marketing of a product or service. This could include, but not be limited to, press/media kits, games, branded stationery, etc.	**Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 디지털 및 인터랙티브 디자인 C. Digital & Interactive Design	자료 Materials
C01. 디지털 디자인 디지털 제품의 기능과 사용을 지원하는 디자인의 집행. 여기에는 웹사이트, 온라인 출판, 디지털 설치, 앱, 데이터 시각화, 가상 세계 등이 포함될 수 있습니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않습니다. **C01. Digital Design** The execution of design to aid the function and use of the digital product. This may include, but is not limited to, websites, online publications, digital installations, apps, data visualisation, virtual worlds, etc. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 브랜드 경험 및 활성화 디자인

시공간에서 전달된 브랜드 스토리 또는 메시지의 개인적 경험에 초점을 맞춰 타겟 오디언스가 그 경험을 놀랄 만하고, 의미 있고, 기억할 만한 것으로 여긴 이유를 보여 주는 출품작.

가능하다면 평면도나 레이아웃을 포함하여 내부 또는 전시의 다양한 시점을 보여 주는 JPG 형식의 이미지 3~5개를 제공해 주십시오.

D. Brand Environment & Experience Design

Work focused on the personal experience of the brand story or message as told in space and in time, demonstrating why the target audience found the experience remarkable, meaningful and memorable.

Please supply 3-5 images in JPG format showing different views of the interior or exhibition, including a floor plan or layout if possible.

자료

Materials

D01. 소매 환경 및 경험 디자인

영구적이거나 일시적인 소매 공간/설치물의 디자인 및 구조. 출품작은 기능, 브랜드 가치 제시, 판매 용이성을 보여 주어야 합니다. 팝업 매장, 계절적 디스플레이, 모바일 데모 장치, 백화점 및 전문 매장, 은행, 살롱 등을 포함.

D01. Retail Environment & Experience Design

The design and construction of a permanent or temporary retail space / installation showcasing functionality, presentation of the brand values and ease of sale. This could include, but not limited to, pop-up stores, seasonal displays, mobile demo units, department and specialist stores, banks, salons etc.

D02. POS, 소비자 접점 및 매장 내 콜래터럴

포스터, 선반 위 커뮤니케이션, 물리적 또는 디지털 POS, 시각적 머천다이징, 제품 디스플레이, 소매 설치물, 쇼핑백, 선물 포장, 카탈로그, 기타 구매 후 콜래터럴 등 즉각적 판매를 이끌어 내기 위한 매장 내 커뮤니케이션.

출품작은 판매 환경 내의 작품을 보여 주어야 합니다.

D02. Point of Sales, Consumer Touchpoints & In-store Collateral

In-store communications in order to drive immediate sale. This could include, but is not limited to, posters, on-shelf communication, physical or digital POS, visual merchandising and retail fixtures, product displays, shopping bags, gift wrapping, catalogues and other post-purchase collateral.

Entries should show the work within a sales environment.

D03. 이벤트 스토리텔링

서사 및 스토리텔링을 통해 이벤트의 핵심 메시지를 강화하는 참가자의 신체적, 정서적 여정. 초점을 둘 요소에는 기술, 인터랙티비티, 다중 감각 경험의 사용이 포함됩니다.

D03. Events Storytelling

Attendees' physical and emotional journey that enhances the key messaging of the event through narrative and storytelling. The elements of focus include the use of technology, interactivity and the multisensory experience.

D04. 공간 및 조형 전시/경험

지역사회 및 공공 공간을 활용하는 전시/경험으로서, 이에는 해당 공간이 참석자의 경험을 고취할 수 있도록 큐레이션, 설계 및 구축된 방식 등이 포함됩니다.

D04. Spatial & Sculptural Exhibitions and Experiences

Exhibitions / experiences that make use of community & public spaces. This could include, but not limited to, how the space is curated, designed and built to enhance the experience of the attendee.

필수

- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)

- 사례 영상
- 데모 영상
- 실물 보조 자료

선택 사항

- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory

- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)

- Case Film
- Demo Film
- Physical Support Material

Optional

- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

E. 포장 E. Packaging	자료 Materials
E01. 식품 신규 모든 식품의 포장. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **E01. Food NEW** All food packaging. *Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 음료 신규 모든 음료의 포장. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **E02. Drinks NEW** All drinks packaging. *Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	
E03. 기타 FMCG 및 소비 내구재 미용 제품, 청소 제품, 기타 가정용 제품, 기타 소비재(FMCG). **E03. Other FMCG & Consumer Durables** Beauty products, cleaning products, other household goods, other FMCG.	
E04. 헬스케어 제약, OTC 약품 및 웰니스. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **E04. Healthcare** Pharma, OTC drugs and wellness. *Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	

E05. 지속 가능한 포장 신규

자원과 에너지를 최적으로 절약하며 책임감 있게 조달되고 깨끗한 생산 방식을 사용하는 모든 유형의 포장. 이 카테고리의 출품작에는 수리, 재사용, 재활용, 변형된 재료를 포함하여 순환 디자인을 적용한 포장이 포함될 수 있음.

심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.

E05. Sustainable Packaging NEW

All types of packaging that optimise resources and energy, is responsibly sourced and uses clean production methods. The work in this category can include packaging that incorporates a circular design, including but not limited to repaired, reused, recycled or transformed materials.

Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.

E06. 특별판 및 홍보용 포장 신규

한정된 기간 또는 특정 제품에 한해 제공되는 특별판 및 홍보용 포장.

심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오

E06. Special Editions & Promotional Packaging NEW

Special edition and promotional packaging, that has run for a limited period of time or has been restricted to a specific number of products.

Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience

필수

- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)

- 사례 영상
- 데모 영상
- 실물 보조 자료

선택 사항

- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory

- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)

- Case Film
- Demo Film
- Physical Support Material

Optional

- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

F. 제품 형식, 기능, 유용성, 미학, 문제 해결, 생산, 조사, 제작성을 통해 브랜드 품질/제품 정체성을 보여 주는 기능적/미학적 해결로 브랜드 가치를 높이는 디자인. **F. Products** Design that increases brand value through functional and aesthetic resolution demonstrating brand qualities / product identity through form, function, usability, aesthetics, problem-solving, production, research and manufacturability.	**자료** **Materials**
F01. 소비자 기술 및 가정용품 신규 전자제품, 엔터테인먼트 및 미디어 제품, 장치, 가구, 조명, 수납, 가전제품 및 액세서리, 사무실 인테리어, 실내 및 실외 가구. *제품은 페스티벌 출품 기간 내에 구매 가능해야 합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **F01. Consumer Technology & Homeware NEW** Electronics, entertainment and media products, gadgets, furniture, lighting, storage, home appliances and accessories, office interiors, indoor and outdoor furniture. *Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F02. 라이프스타일, 패션, 레저, 스포츠, 아웃도어 신규 라이프스타일, 패션, 레저, 피트니스, 스포츠, 아웃도어 제품. 웨어러블 기술, 주얼리, 시계, 손목 시계, 안경, 스마트 워치, 피트니스 및 스포츠 테크, 명품, 여행 액세서리, 수하물, 신발 등을 포함하며, 패션 출품작은 온오프/비스포크 제품 등 범위가 제한될 수 있음. *제품은 페스티벌 출품 기간 내에 구매 가능해야 합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **F02. Lifestyle, Fashion, Leisure, Sports & Outdoor NEW** Lifestyle, fashion, leisure, fitness, sport and outdoor products. This could include, but not be limited to, wearable technology, jewellery, timepieces, watches, glasses, smart watches, fitness and sport tech, luxury goods, travel accessories, luggage, footwear, etc. Fashion work can be onoff/bespoke products and limited ranges. *Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	
F03. 유아용품, 장난감, 교육용 제품 신규 영아와 유아를 위해 제작한 유아용품, 장난감, 교육용 제품. 유아용품 출품작은 영유아가 안전하고 쉽게 사용할 수 있는 제품의 특징을 보여 주어야 함. *제품은 페스티벌 출품 기간 내에 구매 가능해야 합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **F03. Infant Products, Toys & Educational Products NEW** Products designed for babies and children, toys and educational products. The work for infant products should demonstrate aspects that make the product baby- and child-safe and easy to use. *Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	

F04. 의료 제품 신규 생활 지원 용품, 생활 지원 기술, 클리닉 및 실험실 장비, 병원, 의료/건강 기기 및 장비, 재활 및 관리, 피부관리, 마사지 장비 등을 포함. *제품은 페스티벌 출품 기간 내에 구매 가능해야 합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플의 데모 영상을 제공해 주십시오.* **F04. Medical Products NEW** This could include, but not be limited to, assisted living products, assisted living technology, clinic and laboratory equipment, hospital, medical/healthcare devices and equipment, rehabilitation and care, skincare, massage devices, etc. *Products must have been available for purchase within the festival's eligibility dates. Please send physical samples for the jury to experience. Please also provide a demo film of the physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

디지털 크래프트

Digital Craft

디지털 크래프트 스파이크스는 뛰어난 기술적 기교에 주어지는 상입니다.

출품작은 디지털 맥락에서 탁월한 형식과 기능을 보여 주어야 합니다. 즉 모든 디지털 환경을 위해 창작된 완벽한 디자인, 뛰어난 집행, 탁월한 사용자 경험을 갖춘 출품작이어야 합니다.

- 심사에서는 주로 집행과 경험이 기준으로 고려됩니다.
- 디지털 크래프트에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

The Digital Craft Spikes celebrate technological artistry.

The work will need to demonstrate exceptional form and function in a digital context; demonstrating flawless design, masterful execution, offering an outstanding user experience created for all digital environments that moves a brand forward.

- The main criteria considered during judging will be the execution and experience.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Digital Craft.

A. 형식 사운드 및 비주얼에 출품한 출품작의 전체적인 크리에이티브, 미학적 가치. **A. Form** The overall creative aesthetic value of the work entered in both sound and visuals.	**자료** **Materials**
A01. 디지털 일러스트레이션 및 이미지 디자인 디지털 맥락 내에서 일러스트레이션을 창의적으로 활용하고 사진과 같이 고정된 이미지를 디지털로 조작함. **A01. Digital Illustration & Image Design** Creative application of illustration within a digital context and digital manipulation of still imagery including photography.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A02. 비디오/동영상 기술적 기량이 관련된 온라인 비디오 및 디지털 영상의 크리에이티브 사용. 360도 및 인터랙티브 비디오를 포함. **A02. Video / Moving Image** Creative use of online video and digital footage with technical skill involved. This includes but not limited to 360 and interactive video.	
A03. 음악/사운드 디자인 음악 및/또는 사운드 디자인의 크리에이티브 사용. 소닉 브랜딩(sonic branding), 음악/브랜드 파트너십, 음악 기반 출품작을 포함. **A03. Music / Sound Design** Creative use of music and / or sound design. This includes but is not limited to sonic branding and music/ brand partnership and music-initiated work.	
A04. 전반적인 미학적 디자인(UI 포함) 신규 그래픽 디자인의 미학적 구성과 우아함의 전반적 성취. **A04. Overall Aesthetic Design (incl. UI) NEW** The overall achievement in aesthetic composition and fluidity of graphic design.	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A05. UX 및 여정 디자인 모든 상호작용 지점에서의 적절하고 원활하며 일관된 사용자 경험을 통해 디지털 제품이나 서비스에 대한 정서적, 행동적 반응에 초점을 맞춘 디자인 실무. 전반적인 지원, 구조 및 사용성에 특히 중점을 둠. **A05. UX & Journey Design** Design practice focused on the emotional and behavioural response to a digital product or service with relevant, seamless and consistent user experience at every point of interaction, with particular focus on the overall support, structure and usability.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A06. 경험 디자인: 다중 플랫폼 고객을 끌어들이고 고객과의 관계를 강화하기 위해 마련된 대규모 또는 소규모 몰입형 디지털 경험 및 이벤트. 여기에는 VR, AR, 설치물, 음성 작동 기술, 멀티 스크린/다차원 경험, 메타버스, 가상 세계 등이 포함될 수 있습니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **A06. Experience Design: Multi-platform** Immersive large- or small-scale digital experiences and events which are set up to engage and strengthen relationships with the consumer. This may include, but is not limited to VR, AR, installations, voice-activated technologies, multiscreen / multidimensional experiences, the metaverse and virtual worlds. Does not include prototypes of early-stage technology.	

B. 데이터 및 AI 브랜드 경험 향상을 위해 활용된 데이터 및 인공지능 제시. **B. Data & AI** The presentation of data and artificial intelligence used to enhance brand experience.	**자료** **Materials**
B01. 데이터 스토리텔링 데이터의 크리에이티브 사용을 통한 브랜드 스토리 전달. 출품작은 특정 청중, 문화 또는 공동체를 끌어들이거나 의미 있는 관계를 발전시키기 위해 큐레이션된 데이터/인사이트가 어떻게 사용되었는지 보여 주어야 함. **B01. Data Storytelling** The creative use of data to convey a brand story. The work should demonstrate how the curated data / insight was used in order to engage or develop a meaningful relationship with a specific audience, culture or community.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 데이터 시각화 디지털 데이터와 인사이트의 크리에이티브한 시각적 표현과 제시. **B02. Data Visualisation** Creative visual representation and presentation of digital data and insights .	
B03. 데이터 큐레이션 여러 데이터 소스를 창의적으로 수집, 추적 및 사용하여 전략적이고 창의적으로 통찰력 있는 사용자 경험 또는 디자인/콘텐츠를 독특하고 유의미한 방식으로 제공하는 것을 말합니다. 비 전통적인 인터페이스, 사용자 데이터 캡처, 인공 지능, 머신 러닝, 소셜 리스닝/분석, GPS, 사물 인터넷, 생체 인식 등을 포함 **B03. Curation of Data** The creative collection, tracking and use of multiple source of data to deliver a strategically and creatively insightful user experience or piece of design/ content in a unique and significantly way. This may include, but is not limited to, non-traditional interfaces, user data capture, artificial intelligence, machine learning, social listening/analytics, GPS, internet of things, biometrics, etc.	
B04. AI 스토리텔링 신규 인공 지능을 창의적으로 사용하여 특정 청중 또는 커뮤니티와 의미 있는 관계를 맺고 발전시킴. 출품작은 진정한 지능 또는 머신 러닝 활용 방식을 보여 주어야 함. **B04. AI Storytelling NEW** The creative use of artificial intelligence to engage or develop a meaningful relationship with a specific audience or community. The work should demonstrate how true intelligence or machine learning was utilised.	

C. 기술 크리에이티브 디지털 콘텐츠의 플랫폼으로 활용된 기술의 가치와, 사용자 경험 향상을 위해 이 기술이 실행된 방법. **C. Technology** The value of the applied technology as a platform for creative digital content and how it is executed to enhance the user experience.	**자료** **Materials**
C01. 혁신적인 기술 사용 사용자 경험 및/또는 브랜드 커뮤니케이션 향상에 사용되는 기존 기술 또는 신기술. 스마트 자동화, AI 애플리케이션, 챗봇, 아바타, 가상 인플루언서, 주문형 서비스, 콘텐츠 크라우드소싱/배포, 클라우드 서비스, 마켓플레이스 등 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **C01. Innovative Use of Technology** Existing or new technology used to enhance the user experience and/or brand communication. This could include, but not limited to, smart automation, AI applications, chatbots, avatars, virtual influencers, utility apps, on-demand services, content crowdsourcing / distribution, cloud services and marketplaces. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 네이티브 및 빌트인 기능 통합 모바일/데스크톱 또는 카메라, 마이크, 터치스크린, 블루투스, 모바일 센서, GPS 등 기타 디지털 기기의 빌트인 및 기존 필수 기능의 크리에이티브 사용. **C02. Native & Built-in Feature Integration** The creative use of built-in and existing integral features of a mobile/desktop or other digital device. This includes cameras, microphones, touchscreens, Bluetooth, mobile sensors, GPS etc.	
C03. 디지털 크래프트의 기술적 성취 디지털 통신/경험의 전반적인 발전에 기여하기 위해 아름답게 실행된 공예와 비할 데 없는 수준의 기술적 이해/발전이 균형을 이루는 디지털 크리에이티브 출품작. **C03. Technological Achievement in Digital Craft** Digital creative work that balances beautifully executed craft with an unparalleled level of technical understanding / advancement in order to contribute to the overall progress of digital communications / experiences.	
C04. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 디지털 크래프트 내에서 기술의 영역을 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험의 크리에이티브 활용. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 비디오 매핑, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **C04. Metaverse, New Realities & Emerging Tech** The creative application of immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within digital craft. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, video mapping, blockchain technology, gamification, virtual worlds, metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	

다이렉트

Direct

다이렉트 스파이크스는 타겟팅 및 반응 중심 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 특정 타겟 오디언스 집단을 끌어들이고 고객 관계를 발전시켜 행동을 고취하고 측정 가능한 결과를 산출하기 위한 전략의 일부로 인사이트 및/또는 데이터가 어떻게 사용되었는지 보여 줄 필요가 있습니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 영향 및 결과.
- 다이렉트에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. 다이렉트: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Direct Spikes celebrate targeted and response-driven creativity.

Work will need to demonstrate how insights and/or data were used as part of the strategy to engage specific target audience groups and develop customer relationships, inspiring action and producing measurable results.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% idea; 20% strategy; 20% execution; 30% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Direct. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Direct: Sectors'.

A. 다이렉트: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. Direct: Sectors** The same entry can be submitted only once in this section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context*	

B. 다이렉트의 사용 해당 매체가 브랜드의 다이렉트 커뮤니케이션으로 사용된 방법. B. Use of Direct How the medium was used as a piece of direct communication for a brand.	자료 Materials
B01. 메일링 / 프로그래매틱 메일 프로그래매틱 메일링 캠페인에 주어지는 상. 이 카테고리의 출품작에는 사용된 기술 및 프로세스의 효율성, 효과적인 배치, 성과에 대한 증명이 설명되어야 함. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B01. Mailing / Programmatic Mail** Celebrating targeted and programmatic mailing campaigns. The work in this category should demonstrate efficiency in the technology and processes used, effective placement and evidence of results. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 소규모 미디어 작은 물리적 물체 및 그 밖의 모든 휴대용(또는 크기가 그에 상당하는) 항목을 포함한 비우편 및 인쇄 콜래터럴. *소규모란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B02. Small-Scale Media** Non-mail and print collateral, including small physical objects and all other hand-held (or equivalent in size) items. *Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution. Please send physical samples for the jury to experience.*	

B03. 대형 미디어 직접적인 반응 스턴트, 스트리트 팀, 직접적인 반응 이벤트, 옥외/앰비언트 미디어 및 직접적 상호작용을 장려하고 측정 가능한 반응을 추구하는 기타 매체를 포함하는 비전통적 매체. *대규모란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다.* **B03. Large-Scale Media** Non-traditional media. This includes but not limited to direct response stunts, street teams, direct response events, outdoor / ambient media and other mediums that encourage direct interaction and seek a measurable response. *Large Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B04. 방송 이용 영화, TV 또는 오디오를 사용하여 선택한 매체가 다른 다이렉트 요소로 이어졌는지 보여 주는 다이렉트 중심 출품작. **B04. Use of Broadcast** Direct led work using cinema, TV or audio. The work should demonstrate how the chosen medium led the other direct elements within the work.	
B05. 인쇄/옥외 사용 인쇄 또는 옥외 광고를 사용하는 다이렉트 출품작. 표준 광고 공간을 사용한 신문, 잡지, 삽입 광고, 업계지, 전통적 광고판 또는 포스터 공간, 버스 정류장 및 교통 광고 등을 포함. *증강현실 광고판은 B03. 대형 미디어에 출품해야 합니다.* **B05. Use of Print / Outdoor** Direct work using Print or Outdoor. Including, but not limited to, newspapers, magazines, inserts, trade journals, traditional billboard or poster sites, bus shelters and transit advertising using standard advertising space. *Augmented billboards should be entered into B03. Large Scale Media.*	

C. 데이터 및 기술 데이터나 기술의 크리에이티브 사용을 중심으로 고객경험을 향상시키고 측정 가능한 비즈니스 결과를 낳은 출품작. **C. Data & Technology** Work driven by the creative use of data or technology which enhanced the customer experience and led to measurable business results.	자료 **Materials**
C01. 데이터 기반의 직접적인 전략 다이렉트 전략의 근간을 형성하는 데이터 및 인사이트 활용. 데이터 기반 전략이 어떻게 고객 행동 프로파일링 및 세분화에 일조하고 궁극적으로 성공적인 다이렉트 마케팅 활동으로 이어졌는가 보여 주어야 함. **C01. Data-Driven Direct Strategy** The application of data and insights that significantly forms the basis of a direct strategy, demonstrating how the data-driven strategy helped to profile customer's behaviour and segmentation, which ultimately led to successful direct marketing activities.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 데이터 기반 타겟팅 특정 청중을 위한 타겟 커뮤니케이션 구축에 사용된 데이터 해석과 분석. 여기에는 하이퍼 타겟팅, 청중 매핑, 타겟팅 세분화 등이 포함될 수 있습니다. **C02. Data-driven Targeting** Work where the interpretation and analysis of data was used to build a targeted communication for a specific audience. This may include, but is not limited, to hyper-targeting, precision targeting, audience mapping and targeting segmentation.	
C03. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 신규 디지털 크래프트 내에서 기술의 영역을 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험의 크리에이티브 활용. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 비디오 매핑, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. *심사위원단을 위한 기술 데모 영상을 제공해 주십시오* **C03. Metaverse, New Realities & Emerging Tech NEW** The creative application of immersive experiences that push the boundaries of technology within direct strategies to engage and strengthen relationships with consumers. This could include, but not be limited to, AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, GPS, NFC, facial recognition, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 디지털 및 소셜 브랜드를 위한 직접적인 커뮤니케이션의 일환으로 사용되는 디지털 매체/기술. D. Digital & Social Digital and social mediums/techniques used as a piece of direct communication for a brand.	자료 Materials
D01. 모바일 사용 모바일/휴대용 기기를 통해 제공되는 타겟팅된 커뮤니케이션. **D01. Use of Mobile** Targeted communication delivered through mobile / portable devices.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D02. 소셜 플랫폼 사용 소셜 미디어, 스트리밍 플랫폼, 블로그, WiKi, 비디오 공유 사이트, 호스팅 서비스 등을 사용하여 커뮤니티/소비자와의 관계를 구축 및/또는 강화하는 출품작. **D02. Use of Social Platforms** Work that uses social media, streaming platforms, blogs, Wikis, video-sharing sites, hosted services etc. to create and/or enhance relationships with a community/consumers.	
D03. 실시간 대응 세계적 사건, 공공 문제, 그 밖에 사회적 공유와 측정 가능한 대응을 촉구하는 현실적인 실시간 활동에 대응하는 타겟팅된 소셜 활동. **D03. Real-Time Response** Targeted social activity which responds to world events, public affairs and other real-world, real-time activity prompting social sharing and a measurable response.	
D04. 공동 제작 및 사용자 생성 콘텐츠 명확한 콜 투 액션을 통해 커뮤니티/팬층의 브랜드 이니셔티브 기여 또는 협력을 장려하도록 고안된 소셜 활동. **D04. Co-creation & User-Generated Content** Social activity designed to encourage a community / fanbase to contribute or collaborate with a brand initiative through a clear call to action.	

E. 다이렉트 우수성 E. Excellence in Direct	자료 Materials
E01. 출시/재출시 제품이나 서비스를 시장에 출시하거나 재출시하기 위해 만든 직접 마케팅 캠페인. 신규 고객 확보 및 이탈한 고객의 재방문을 목표로 하는 작업도 포함될 수 있음. **E01. Launch / Re-launch** Direct marketing campaigns created to launch or relaunch a product or service on the market. This can also include work aiming to acquire new customers, and reinvigorate lapsed customers.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

F. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. F. Culture & Context Work that is brought to life through cultural insights and regional context.	자료 Materials
F01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **F01. Local Brand** Work for brands which are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **F02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
F03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **F03. Single-market Campaign** Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	
F04. 소셜 행동및 문화적 인사이트신규 특정 지역이나 지역에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치, 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동이나 문화적 통찰력에 기반하여 특정 대상/커뮤니티에서 영감을 얻은 출품작. **F04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, hinging on identifiable social behaviour or cultural insight stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	
F05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **F05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

F06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **F06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **F07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
F08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **F08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

엔터테인먼트

Entertainment

엔터테인먼트 스파이크스는 콘텐츠를 문화로 바꿔 놓는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 건너뛸 수 없는 아이디어를 보여 주어야 합니다. 즉 브랜드 메시지를 단도직입적으로 전달하거나 새로운 방식으로 소비자와 교감하기 위한 매혹적인 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 결과.
- 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 스트리머, 운동 선수, 팀, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 엔터테인먼트 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배급하는 주체를 말합니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 엔터테인먼트에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

The Entertainment Spikes celebrate creativity that turns content into culture.

The work will need to demonstrate ideas that are unskippable; work that captivates in order to cut-through, communicate a brand message or connected with consumers in a new way.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% results.
- Brands refers to talent, artists, creators, influencers, streamers, athletes, teams, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the entertainment industry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Entertainment as long as the categories chosen are relevant.

A. 브랜디드 콘텐츠 엔터테인먼트를 통해 문화와 가치에 연결함으로써 브랜드 인지도를 구축하도록 만든 크리에이티브 콘텐츠. **A. Branded Content** Creative content crafted to build awareness for a brand by associating it with culture and values through entertainment.	**자료** **Materials**
A01. 픽션 및 논픽션 영상: 5분 이하 영화, TV, 온라인 또는 주문형 비디오 플랫폼을 위해 만들어진 브랜디드 픽션 또는 논픽션 영상, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영상. *시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.* **A01. Fiction & Non-Fiction Film Up to 5 minutes** Branded fiction or non-fiction film, series or documentary / reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms. *If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.*	**필수** • 독창적 콘텐츠 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

A02. 픽션 및 논픽션 영상: 5~30분 영화, TV, 온라인 또는 주문형 비디오 플랫폼을 위해 만들어진 브랜디드 픽션 또는 논픽션 영상, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영상. *시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.* **A02. Fiction & Non-Fiction Film: 5-30 minutes** Branded fiction or non-fiction film, series or documentary / reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms. *If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.*	**필수** • 독창적 콘텐츠 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A03. 픽션 및 논픽션 영상: 30분 이상 영화, TV, 온라인 또는 주문형 비디오 플랫폼을 위해 만들어진 브랜디드 픽션 또는 논픽션 영상, 시리즈, 다큐멘터리/리얼리티 영상. *시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.* **A03. Fiction & Non-Fiction Film Over 30 minutes** Branded fiction or non-fiction film, series or documentary / reality film created for cinema, TV, online or video on demand platforms. *If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.*	
A04. 오디오 콘텐츠 라디오, 팟캐스트 또는 기타 오디오 플랫폼을 위해 만들어진 콘텐츠. **A04. Audio Content** Content created for radio, podcasts or other audio platforms.	**필수** • MP3 원본 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • MP3 Original Version **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

A05. 브랜드 통합 브랜드를 영화, 시리즈, TV 또는 라디오/오디오 쇼 등 기존 콘텐츠 통합. **A05. Brand Integration** Integration of brands into existing content such as films, series and TV or radio/ audio shows.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상
A06. 퍼블리셔 및 네트워크를 위한 홍보 콘텐츠 미디어 기업, 네트워크, 방송사 또는 퍼블리셔 홍보를 위해 만들어진 독창적 콘텐츠/프로그래밍. 출품작의 콘텐츠뿐만 아니라 어떻게 퍼블리셔의 정체성을 전달하거나 발전시켰는지를 중점적으로 심사. **A06. Promotional Content for Publishers and Networks** Original content / programming created to promote a media company, network, broadcaster or publisher. The work will be judged not just on the content, but also on how it communicated or evolved the identity of the publisher.	**선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optiona** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

B. 엔터테인먼트 주도 브랜드 경험 청중을 끌어들이거나 관심을 지속하기 위한 의미 있고 매력적인 경험 및 활성화 **B. Entertainment-led Brand Experience** Meaningful, engaging experiences and activations created to attract or maintain an audience.	**자료** **Materials**
B01. 라이브 엔터테인먼트 브랜드 메시지 증폭과 청중과의 교감 증대를 목표로 실제 또는 가상 세계에서 이루어지는 콘서트, 라이브 스트림, 스턴트, 페스티벌을 포함한 라이브 엔터테인먼트. **B01. Live Entertainment** Live entertainment, including concerts, live streams, stunts and festivals held physically or within virtual worlds, crafted to amplify a brand's message and increase engagement with an audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

B02. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 엔터테인먼트 내에서 기술의 경계를 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, XR, 음성 기술, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **B02. Metaverse, New Realities & Emerging Tech** Immersive experiences which creatively push the boundaries of technology within entertainment. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 커뮤니티 커뮤니티 또는 팬층을 형성, 유지, 육성하는 데 초점을 맞춘 출품작. **C. Community** Work that focuses on the development, maintenance and nurturing of a community or fanbase.	**자료** **Materials**
C01. 청중 참여 또는 배급 전략 콘텐츠 도달 범위를 크리에이티브이고 효과적으로 늘리는 탁월한 청중 참여 및 배급 전략. **C01. Audience Engagement / Distribution Strategy** Audience engagement and distribution strategies that creatively and effectively further the content's reach.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 파트너십 브랜드 및 엔터테인먼트 기업 간의 우수한 전략적 파트너십. **D. Partnership** Exceptional strategic partnerships between brands and entertainment entities.	**자료** **Materials**
D01. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 신규 브랜드 콘텐츠와 엔터테인먼트를 활용하여 특정 비즈니스 목표를 달성하고 모든 관계자와 상호 이익을 얻기 위한 전략적 브랜드 파트너십 및 협업. **D01. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations NEW** Strategic brand partnerships and collaborations that leverage branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved. **D02. 연예인과의 파트너십** 브랜드와 연예인의 전략적 파트너십. 출품작은 파트너십이 얼마나 효과적이고 상호 이익이 되었는지를 기준으로 심사됨. **D02. Partnerships with Talent** Strategic partnerships between a brand and a talent. The work will be judged on how effective and mutually beneficial the partnership was.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

E. 도전 및 돌파구 깊이 있는 문화적 인사이트, 지역적 맥락, 진보적 사고를 통해 생명을 얻는 크리에이티브이고 혁신적인 출품작. **E. Challenges & Breakthroughs** Creative and innovative work that is brought to life through deep cultural insight, regional context and progressive thinking.	**자료** **Materials**
E01. 엔터테인먼트의 다양성 및 포용성 신규 엔터테인먼트 커뮤니티 내의 성, 성적 취향, 장애, 나이, 인종, 민족, 출신국, 종교 또는 기타 신분에 따른 차이에 맞서는 브랜드 주도 출품작. **E01. Diversity & Inclusion in Entertainment NEW** Brand-led creative work that tackles and confronts disparities based on sex, sexuality, disability, age, race, ethnicity, origin, religion or other status within the entertainment community.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG

	Compulsory • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 브랜디드 콘텐츠 혁신 획기적이고 유례 없는 브랜디드 콘텐츠. **E02. Innovation in Branded Content** Ground-breaking and unparalleled branded content.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

F. 브랜디드 스포츠 스포츠와 e스포츠의 팬 문화 및 영향력을 활용하여 사람들을 브랜드에 연결시키는 크리에이티비티. **F. Branded Sports** Creativity that taps into fan culture and leverages the power of sports and esports in connecting people to brands.	자료 **Materials**
F01. 영상 시리즈 및 오디오 스포츠 단체 또는 브랜드의 메시지를 증폭시키는 것을 목표로 하는 다큐멘터리, 시리즈 등 스포츠를 핵심으로 하는 브랜디드 영화, 오디오 및 라디오 콘텐츠. *시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. 전통적 영상 광고는 필름 스파이크스에 출품해야 합니다.* **F01. Film Series & Audio** Branded film, audio and radio content, including documentaries and series, with sports at its core that aim to amplify a sports organisation's or brand's message. *If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. Traditional film advertising should be entered into the Film Spikes.*	**필수** • 독창적 콘텐츠 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F02. 스포츠 라이브 경험 실제 또는 가상 세계에서 개최되어 브랜드가 메시지를 증폭하고 청중과 교감할 수 있도록 하는 라이브 스포츠 또는 e스포츠 이벤트, 쇼, 스턴트, 설치로 브랜드 또는 스폰서 통합. **F02. Sports Live Experience** Brand or sponsor integration into live sport or esports event shows, stunts and installations held physically or within virtual worlds, enabling a brand to provide message amplification and engage with an audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F03. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 신규 스포츠 엔터테인먼트 내에서 기술의 영역을 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, XR, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **F03. Metaverse, New Realities & Emerging Tech NEW** The immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within sport entertainment. This could include, but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	

F04. 팬 참여 또는 배급 전략 스포츠 관련 팬층을 구축하고 참여를 유도하여 커뮤니티 활동과 브랜드 호감도를 높이기 위한 청중 참여 및 배급 전략. **F04. Fan Engagement/ Distribution Strategy** Audience engagement and distribution strategies designed to build and engage a sports-related fanbase, enhancing community activity and brand affinity.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F05. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 스포츠, 브랜드 콘텐츠 및 엔터테인먼트를 활용하여 특정 비즈니스 목표를 달성하고 관련된 모든 사람에게 상호 이익을 제공하는 전략적 브랜드 파트너십 및 협업. **F05. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations** Strategic brand partnerships and collaborations that leverage sports, branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.	
F06. 스포츠의 다양성 및 포용성 신규 스포츠를 활용하여 스포츠 또는 스포츠 관련 커뮤니티 내의 성, 성적 취향, 장애, 나이, 인종, 민족, 출신국, 종교 또는 기타 신분에 따른 차이에 맞서는 브랜드 주도 크리에이티브 출품작. **F06. Diversity & Inclusion in Sport NEW** Brand-led creative work that leverages sport to tackle and confront disparities based on sex, sexuality, disability, age, race, ethnicity, origin, religion or other status within a sport or sports related community.	

영상

Film

필름 스파이크스는 영상의 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 스크린을 위한 빼어난 브랜드 스토리텔링, 즉 TV, 영화, 온라인 및 옥외(Out-Of-Home) 경험을 위해 창작된 영상화된 콘텐츠를 보여 줄 필요가 있습니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 영상에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 섹션 'A. TV/영화 필름: 부문'과 섹션 'B. 온라인 필름: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 A, B, C, D에서 각 집행은 1회 출품에 해당합니다. 섹션 E, F, G에서는 여러 번의 집행을 1회 응모로 출품할 수 있지만 모든 영상 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.

The Film Spikes celebrate the creativity of the moving image.

The work will need to demonstrate brilliant brand storytelling intended for a screen; filmed content created for TV, cinema, online and out- of-home experiences.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Film as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once into section 'A. TV / Cinema Film: Sectors' and once into section 'B. Online Film: Sectors'.
- In sections A, B, C and D each execution constitutes one. In Sections E, F and G multiple executions may be entered as one entry. However all Film executions must have run within the eligibility period.

A. TV/영화 영상: 부문 TV에서 방영되거나 영화관에서 상영된 영상. 모든 영상 길이는 180초 이하여야 합니다. 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. TV/Cinema Film: Sectors** Films that aired on TV or in cinemas. All films must be 180 seconds or fewer. The same entry can be submitted only once in this section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 영상(3분) **Compulsory** • Film (3 mins)
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	**필수** • 영상(3분) **Compulsory** • Film (3 mins)
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context*	

B. 온라인 필름: 부문 프리롤(pre-roll) 광고를 포함하여 온라인으로 방영된 영상. 이 섹션의 출품작은 온라인 미디어 배치를 포함해야 합니다. 이 섹션에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다. **B. Online Film: Sectors** Films that aired online, including pre-roll adverts. The work in this Section should include an online media placement. The same piece of work may only be entered once in this Section.	**자료** **Materials**
B01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **B01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 영상 • URL **선택 사항** • AR/VR 파일 **Compulsory** • Film • URL **Optional** • AR/VR Files
B02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 B06으로 출품해야 합니다.* **B02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into B06.*	
B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	
B04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **B04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
B05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **B05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, Legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	

B06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **B06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context*	**필수** • 영상 • URL **선택 사항** • AR/VR 파일 **Compulsory** • Film • URL **Optional** • AR/VR Files

C. 바이럴 영상 **C. Viral Film**	**자료** **Materials**
C01. 바이럴 영상 온라인 공유 및/또는 사용자 배포를 주된 의도로 하여 창작된 영상. **C01. Viral Firm** Films created with the primary intention of being shared and / or distributed by user online.	**필수** • 영상 • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 스크린 및 이벤트 TV, 영화 또는 온라인 이외의 스크린에서 상영된 영상. **D. Screens & Events** Films that aired on screens other than TV, cinema or online.	자료 **Materials**
D01. 스크린 및 이벤트 스포츠 경기장, 페스티벌, 엑스포, 무역 박람회, 시상식, 세미나, 내부 프리젠테이션 등 공공 및 민간 이벤트에서 상영된 영상. **D01. Screens & Events** Films shown at public and private events. This could include but not limited to, sporting venues, festivals, expos, trade shows, award shows, seminars and internal presentations.	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D02. 마이크로필름 Facebook, Twitter, TikTok, Instagram, Snapchat 등의 소셜 플랫폼을 위해 만들어진 단편 영상. *여러 번의 집행은 최대 60초까지는 1회 응모로 출품할 수 있습니다. 각 마이크로필름의 길이는 15초 이하여야 합니다.* **D02. Microfilm** Short-form films made for social platforms. This could include, but not limited to, Facebook, Twitter, TikTok, Instagram, Snapchat etc. *Multiple executions can be entered as one entry up to a maximum of 60 seconds. Each microfilm should be a maximum of 15 seconds in length.*	**필수** • 영상(1분) • URL **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film (1 min) • URL **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D03. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 영상 내 경계를 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험을 위해 창작된 비디오 및 컴퓨터 생성 콘텐츠. 사진, AI, AR, VR, XR, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **D03. Metaverse, New Realities & Emerging Tech** Video and computer-generated content created for immersive experiences that creatively push the boundaries within film. This could include, but not limited to photography, AI, AR, VR, XR, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

E. 영상 혁신 브랜드의 메시지를 전달하기 위한 영상 매체의 혁신적 사용. 영상 시리즈를 제출하는 경우, 다음 집행 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 집행을 업로드하십시오. **E. Innovation in Film** Innovative use of the film medium to communicate a brand's message. If you are submitting a series of films please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.	**자료** **Materials**
E01. TV/영화 영상 신규 브랜드 메시지를 전달하기 위한 TV/영화의 혁신적 사용. **E01. TV/Cinema Film NEW** Innovative use of TV/cinema to communicate a brand's message.	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 온라인 및 바이럴 영상 브랜드의 메시지를 전달하기 위한 온라인 영상의 혁신적 사용. **E02. Online & Viral Film** Innovative use of online film to communicate a brand's message.	**필수** • 영상 • URL **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film • URL **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

E03. 스크린 및 이벤트 신규 공개 및 비공개 행사에서 상영되는 브랜드 메시지를 전달하기 위한 영상 콘텐츠의 혁신적 사용. **E03. Screens & Events NEW** Innovative use of film content shown at public and private events to communicate a brand's message.	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

F. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. 영상 시리즈를 제출하는 경우, 다음 집행 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 집행을 업로드하십시오. **F. Culture & Context** Work that is brought to life through cultural insights and regional context. If you are submitting a series of films please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.	**자료** **Materials**
F01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **F01. Local Brand** Work for brands which are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film
F02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **F02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	

F03. 단일 시장 캠페인
단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다.

F03. Single-market Campaign
Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.

F04. 소셜 행동및 문화적 인사이트 신규
특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작.

G04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW
Work inspired by a specific audience / community, hinging on identifiable social behaviour or cultural insight stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.

F05. 유머 사용 신규
브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작.

F05. Use of Humour NEW
Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.

F06. 예산 돌파구
시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다.

F06. Breakthrough on a Budget
Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.

F07. 기업 목적 및 사회적 책임
사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다.

F07. Corporate Purpose & Social Responsibility
Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. Entries should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.

F08. 시장 교란
현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드.

F08. Market Disruption
Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.

Highly Recommended (Optional)
- Case Film

Optional
- URL
- AR/VR Files
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

영상 크래프트

Film Craft

영상 크래프트 스파이크스는 영화 예술성에 주어지는 상입니다.

출품작은 탁월한 영화 제작을 보여 주어야 합니다. 즉 제작/사후 제작에서의 기술적 기량과 솜씨를 드러내거나 아이디어를 향상시키거나 그 집행을 극적으로 개선하는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다.
- 동일 작품을 영상 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 마이크로필름의 복수 집행은 최대 60초까지는 1회 응모로 출품할 수 있습니다. 각 마이크로필름의 길이는 15초 이하여야 하며, 모든 출품작은 등록 기간 내에 시행되어야 합니다.

The Film Craft Spikes celebrate onscreen artistry.

The work will need to demonstrate exceptional filmmaking, showcasing technical skill and prowess in production/ post-production, elevates an idea or dramatically enhances its execution.

- The main criteria considered during judging will be the execution.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Film Craft.
- Multiple microfilms executions can be entered as one entry up to a maximum of 60 seconds. Each microfilm should be a maximum of 15 seconds in length and all entries must have run within the eligibility period.

A. 제작 A. Production	자료 Materials
A01. 연출 감독의 비전을 통한 크리에이티브 브리프 해석을 포함하여 연출의 비전과 성취 및 해당 비전이 성취된 정도. 여기에는 캐스팅, 세트 디자인, 사운드 디자인 및 촬영을 어떻게 활용하여 해당 비전을 성취했는지 등이 포함될 수 있습니다. **A01. Direction** The vision and achievement of the direction including the translation of the creative brief through a director's vision and how well that vision has been achieved. This may include but is not limited to, the way that casting, set design, sound design and cinematography have been used to bring that vision to life.	**필수** • 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content
A02. 대본 영상의 쓰여진 대본. 또한 본 분석에는 대본 분석에는 대본이 크리에이티브 아이디어를 얼마나 성공적으로 구현하고 최종 집행을 뒷받침하는지 등 대사, 보이스 오버, 장면 세팅, 움직임, 액션 및 표현이 포함됩니다. *제출의 일부로 대본의 영어 번역을 서면으로 제공해야 합니다.* **A02. Script** The film's script, as written. Analysis of the script will include dialogue, voiceovers, scene setting, movement, actions and expressions. This analysis will also look at how successfully the script delivers on the creative idea and supports the final execution. *You are required to provide a written English translation of the script as part of your submission.*	

A03. 캐스팅 캐스팅의 비전 및 성취. 배우, 무용수, 가수, 모델, 비전문가, 동물, 기타 연예인의 사전 제작 선정 포함. *상영된 영상 외에 캐스팅 과정을 보여 주는 2분 길이의 데모 영상을 제공하는 것이 좋습니다.* **A03. Casting** The vision and achievement of the casting. This includes but is not limited to the pre-production selection of actors, dancers, singers, models, non-professionals, animals and other talent. *It is highly recommended to provide a two-minute Demo film showcasing the casting process in addition to the film as it aired.*	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content
A04. 프로덕션 디자인/아트 디렉션 프로덕션 디자인/아트 디렉션의 미학. 여기에는 세트 디자인과 로케이션 빌드 및 작품의 전반적인 룩 앤 필과 분위기, 그리고 시각적 구성요소의 교묘한 관리로 서사가 어떻게 향상되었는지가 포함됩니다. **A04. Production Design / Art Direction** The aesthetic of the production design / art direction. This includes set design and location builds, as well as the overall look, feel and atmosphere of the piece and how the narrative has been enhanced by the artful management of the visual components.	**필수** • 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 데모 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Demo Film • Digital Supporting Content
A05. 촬영 촬영의 품질과 효과. 스타일, 예술적 선택, 카메라워크, 영화적 기법, 숏 구성, 조명 및 기타 효과가 심사됩니다. **A05. Cinematography** The quality and effect of the cinematography. The style, artistic choices, camerawork, cinematic techniques, shot composition, lighting and other effects will be considered.	
A06. 오리지널 음악의 사용 영상 광고를 위해 특별히 창작된 오리지널 음악 작곡의 효과와 성공. 전체 작품에 대한 기여와 함께 트랙 자체의 예술적 성취도 심사됩니다. **A06. Use of Original Music** The impact and success of original music compositions, created specifically for film advertisements. The artistic achievement of the track itself will be considered, along with its contribution to the piece as a whole.	
A07. 라이선스/편곡 음악의 사용 라이선스 음악 또는 편곡된 음악의 선택. 트랙이 대본을 뒷받침하거나, 필요한 분위기를 만들거나, 기타 크리에이티브 브리프를 구현하는 방식이 심사됩니다. **A07. Use of Licensed / Adapted Music** The selection of licensed or adapted music. The way a track supports the script, creates the necessary atmosphere or otherwise delivers on the creative brief will be considered.	

A08. 제작 성취 작품의 개별적 야심과 도전의 맥락 내에서 평가된 영상의 전반적인 성공. 제작 규모, 예산 제약, 기술적 문제, 제작 과정에서 당면한 과제, 제작 팀이 가용 자원을 어떻게 최대한 활용하여 최종 집행을 달성했는지가 심사됩니다. *상영된 영상 외에 제작 과정을 보여 주는 2분 길이의 데모 영상(예. '메이킹 영상' 또는 '비하인드 더 신' 영상)을 제공하는 것이 좋습니다.* **A08. Achievement in Production** The overall success of a film, assessed within the context of its individual ambitions and challenges. Scale of production, budget constraints, technical issues, challenges faced during the production process and how the production team made best use of resources available to them to achieve the final execution will be considered. *It is highly recommended to provide a two-minute demo film showcasing the production process e.g. a 'making-of' or 'behind the scenes' film, in addition to the film as it aired*	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content

B. 포스트 프로덕션 **B. Post-Production**	**자료** **Materials**
B01. 편집 편집의 기술적 및 크리에이티브 성공. 타이밍, 속도, 시각적 다이내믹스, 대사 다이내믹스, 사운드 통합, 전체적 스토리텔링을 포함한 영상 편집의 모든 측면에 대한 심사를 포함, **B01. Editing** The technical and creative success of the edit. All aspects of the film's edit will be considered. This includes but not limited to timing, pace, visual dynamics, dialogue dynamics, sound integration and overall storytelling.	**필수** • 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 데모 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Demo Film • Digital Supporting Content
B02. 컬러 교정/보정 특정 감정을 불러일으키고 영상의 최종적 모습을 변화시키는 일관되고 양식화된 컬러 배치를 만들기 위한 컬러 교정 및 보정의 전반적 성취. 조명, 미술, 연출 디자인과 조화를 이루어 최종적 화면의 분위기, 느낌, 해석에 영향을 주고 이를 향상시키는 보정 효과 포함. *보정/교정 전과 후의 효과를 보여 주는 2분 길이의 데모 영상을 제공하는 것이 좋습니다.* **B02. Colour Correction / Grading** The overall achievement in colour correction and grading to create consistent and stylised colour schemes that evoke a specific emotion and transform the final look of the film. This could include, but not limited to, how the grading works cohesively with the lighting, production design and direction to affect and enhance the mood, feel and interpretation of the final footage. *It is highly recommended to provide a two-minute demo film showcasing the before and after effects of correction / grading.*	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film

	Highly Recommended (Optional) • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content
B03. 사운드 디자인 영상 광고 내에서의 사운드 디자인의 크리에이티브 사용. 녹음, 믹싱, 샘플 합성, 사운드 효과의 기술적 우수성과 편집과의 조화, 전체 작품에 미치는 영향이 심사됩니다. **B03. Sound Design** The creative use of sound design within film advertising. Technical excellence in recording, mixing and the synthesis of samples and sound effects will be considered, along with the cohesion of the edit and its impact on the overall piece.	**필수** • 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 데모 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Demo Film • Digital Supporting Content
B04. 애니메이션 영상에서 애니메이션의 사용과 미학. 셀, 스톱 모션, 그래픽, 실루엣 및 2D 또는 3D 컴퓨터 그래픽 등 모든 유형의 애니메이션이 허용됩니다. 애니메이션과 실사 촬영이 모두 포함된 영상의 경우, 애니메이션이 심사됩니다. **B04. Animation** The use and aesthetic of animation in film. All types of animation, including cell, stop-motion, graphic, silhouette and computer animation in 2D or 3D will be accepted. For films that include both animation and live action, it will be the animation that is judged.	
B05. 시각 효과 효과 자체의 우수성과 실제 화면과의 성공적 결합을 포함하여 영상 환경과 기타 시각 효과의 창작. *시각 효과가 어떻게 만들어졌는지 보여 주는 2분 길이의 데모 영상을 제공하는 것이 좋습니다.* **B05. Visual Effects** The creation of film environments and other visual effects, including the aesthetic and technical excellence of the effects themselves along with the success of their integration into real footage. *It is highly recommended to provide a two-minute demo film showcasing how the visual effects were created.*	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content

게이밍

Gaming

게이밍 스파이크스는 게임 플레이를 통해 사람들을 브랜드에 연결하는 크리에이티브 출품작에 주어지는 상입니다.

출품은 브랜드가 복잡한 게임 커뮤니티를 어떻게 성공적으로 활용하고 상업적 성공을 이끌면서 전체 게이밍 경험에 실제 가치를 원활하게 더했는지 보여 주어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 결과.
- 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 스트리머, 운동 선수, 팀, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 게임 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배급하는 주체를 말합니다.
- E-스포츠는 게이밍 스파이크스 내의 모든 카테고리에 출품할 수 있습니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 게이밍 스파이크스에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

The Gaming Spikes celebrate creative work that connects people to brands through gameplay.

The work will need to demonstrate how brands successfully tapped into complex gaming communities and seamlessly added real value to the overall gaming experience while driving commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging, weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% results.
- Brands refers to talent, artists, creators, influencers, streamers, athletes, teams, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the gaming industry.
- Esports may be entered across all categories within Gaming Spikes.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Gaming Spikes as long as the categories chosen are relevant.

A. 게이밍 A. Gaming	자료 Materials
A01. 오디오-비주얼 콘텐츠 브랜드의 메시지 증폭 또는 새로운 게임이나 게이밍 제품의 홍보를 목적으로 하는 게이밍의 예고편, 다큐멘터리, 시리즈, 포스터, 오리지널 음악 콘텐츠를 핵심으로 포함한 브랜디드 영상, 키 아트, 라디오/오디오 콘텐츠. *영상 시리즈를 제출하는 경우, 다음 집행 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 집행을 업로드하십시오.* **A01. Audio-visual Content** Branded film, key art and radio & audio content including but not limited to trailers, documentaries, series, posters and original music content with gaming at their core which aim to amplify a brand's message or promote a new game or gaming product. *If you are submitting a series of films please upload all executions in a single video file with slates denoting the start of the next execution.*	**필수** • 독창적 콘텐츠 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

A02. 라이브 게이밍 경험 제품 출시나 프로모션을 위한 소비자 또는 B2B 이벤트에서 열린 라이브 게이밍 경험 또는 활성화. 실제 또는 가상 세계의 설치물, 페스티벌, 총회, 제품 데모, 팝업, e스포츠 경기, 가상 콘서트 및 라이브 공연 등 포함. **A02. Live Gaming Experience** Any live gaming experience or activation that was held at a consumer or B2B event for product launch or promotion. Including but not limited to installations, festivals, conventions, product demos, pop-ups, esports competitions, virtual concerts and live performances held physically or within virtual worlds.	**필수** • 독창적 콘텐츠 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A03. 게임을 위한 브랜드 통합 브랜드를 게임 또는 게이밍 플랫폼에 원활하게 통합하여 전체적인 게이밍 경험을 향상시키고 실질적인 비즈니스 결과를 제공. 일회성 스턴트와 이벤트, 기존 또는 새로운 게이밍 플랫폼 내의 임시 환경 또는 영구적 브랜드 설치물 등을 포함. **A03. Brand Integration for Games** The seamless integration of a brand into a game or gaming platform, enhancing the overall gaming experience and delivering tangible business results. Including, but not limited to, one-off stunts and events, temporary environments or permanent brand installations within existing or new gaming platforms.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Awards Show Film • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 게이밍/스트리밍 플랫폼 사용 브랜드, 제품 또는 서비스를 효과적으로 홍보하기 위한 게이밍/스트리밍 플랫폼의 혁신적 사용. **A04. Use of Gaming / Streaming Platforms** Innovative use of gaming / streaming platforms to effectively promote a brand, product or service.	
A05. 출시/재출시 게임 또는 게이밍 제품의 출시 또는 재출시를 위해 창작된 몰입형 게이밍 경험. **A05. Launch / Re-Launch** Immersive gaming experiences created to launch or relaunch a game or gaming product.	
A06. 커뮤니티 관리/소셜 참여 게이밍 청중의 개발, 유지, 육성에 초점을 맞춘 출품작. 출품작은 게이밍 커뮤니티와의 교감이 소셜 참여를 어떻게 증가시켜 브랜드 평판과 커뮤니티 내 신뢰를 강화했는지 보여 주어야 합니다. **A06. Community Management / Social Engagement** Work which focuses on the development, maintenance and nurturing of a gaming audience. The work should demonstrate how engaging with a gaming community has increased social engagement, enhancing the brand reputation and trust within the community.	

A07. 인플루언서 및 공동 제작 콘텐츠 크리에이터 및/또는 인플루언서의 크리에이티브이고 혁신적인 사용을 통해 게이밍 커뮤니티 내에서 브랜드 메시지를 강화하고 특정 청중과 교감. 여기에는 협업, 스폰서 콘텐츠, 사용자 생성 콘텐츠 등이 포함될 수 있습니다. **A07. Influencer & Co-Creation** The creative and innovative use of content creators, streamers and/or influencers to drive a brand's message and engage with a specific audience within the gaming community. This may include, but is not limited to, collaborations, sponsored content and user-generated content.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Awards Show Film • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A08. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 게이밍 경험, 브랜디드 콘텐츠, 엔터테인먼트를 특정 비즈니스 목표 달성 및 모든 관련 당사자의 상호 이익에 활용하는 게이밍 브랜드와 비게이밍 브랜드의 전략적 파트너십과 협업. **A08. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations** Strategic partnerships and collaborations between gaming brands and non-gaming brands that leverage gaming experiences, branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.	
A09. 게이밍의 다양성 및 포용성 게이밍 커뮤니티 내의 성, 성적 취향, 장애, 나이, 인종, 민족, 출신국, 종교 또는 기타 신분에 따른 차이에 맞서는 게이밍 출품작. **A09. Diversity & Inclusion in Gaming** Gaming work that tackles and confronts disparities based on sex, sexuality, disability, age, race, ethnicity, origin, religion or other status within the gaming community.	
A10. 게이밍 혁신 신기술 또는 기존 기술, 플랫폼, 매체 또는 채널의 혁신적 사용을 통해 게이머의 게이밍 경험, 편의성, 성능, 안전성, 접근성을 향상시키는 브랜디드 제품 및 콘텐츠 창작. **A10. Innovation in Gaming** The innovative use of new or existing technology, platforms, media or channels to create branded products and content that enhance the gaming experience, comfort, performance, safety and accessibility for gamers.	

글래스: 변화에 대한 상

Glass: The Award For Change

글래스: 변화에 대한 상은 문화를 바꿔 놓는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.
글래스 상은 광고에서 의식적인 젠더 표현을 통해 암시적이거나 명시적으로 젠더 불평등 문제를 다루는 출품작을 인정합니다.

출품작은 세상을 바꿔 놓으려는 아이디어를 보여 줄 필요가 있습니다. 즉 작품이 성별 대표성 문제를 어떻게 다루고, 강조하고, 시정하는지 설명하는 동시에 뿌리 깊은 성 불평등, 불균형 또는 불공정에 긍정적 영향을 미치기 위해 나선 출품작이어야 합니다.

- 글래스에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 글래스 출품작은 제품이나 서비스 또는 커뮤니케이션 매체에 상관없이 상업적 브랜드와 비상업적 브랜드를 가리지 않습니다.
- 글래스 출품비는 페스티벌이 개최된 이후에 발표될 관련 자선 단체에 전액 기부됩니다.

Glass: The Award for Change celebrates culture-shifting creativity.
The Glass Spikes recognises work that implicitly or explicitly addresses issues of gender inequality or prejudice, through the conscious representation of gender in advertising.

The work will need to demonstrate ideas intended to change the world, setting out to positively affect ingrained gender inequality, imbalance or injustice, while illustrating how the work tackles, highlights or redresses issues of gender representation.

- The same piece of work can only be entered only once into Glass.
- The work entered into Glass can be for any commercial or non-commercial brand, regardless of the product or service or the medium of communication.
- All entry fees for Glass are donated to related charities that will be announced after the festival has taken place.

A. 글래스: 변화에 대한 상 우리는 기업과 브랜드뿐 아니라 세계 전체에도 긍정적 영향을 미칠 수 있는 크리에이티비티의 힘을 인정합니다. 이 상은 진보적이거나 사회적 의식이 있는 방식으로 개인들의 젠더화를 표현함으로써 성 고정관념을 거부하고 편견과 불평등에 맞서는 크리에이티브 출품작에 주어지는 상입니다. **A. Glass: The Award for Change** We recognise the power of creativity to positively impact not only businesses and brands, but also the world at large. This Award rewards creative work which rejects gender stereotypes and confronts prejudice and inequality by representing the gendering of individuals people in a progressive or socially conscious way.	**자료** **Materials**
A01. 글래스 출품작은 어느 제품이나 서비스를 위한 것이어도 무방하고 어떤 매체도 가능하지만 보다 긍정적이고 진보적이며 성 인지적 커뮤니케이션으로의 변화를 어떤 식으로든 나타내야 합니다. **A01. Glass** The work can be for any product or service and designed for any medium, but will in some way represent a shift towards more positive, progressive and gender-aware communication.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

헬스케어

Healthcare

헬스케어 스파이크스는 소비자 헬스케어와 규제가 더 강한 제약 산업에서 찾을 수 있는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

소비자 헬스케어 출품작은 공개적으로 비처방 제품을 교육 및 홍보하고 자가 진단을 허용하거나 사전 개인 위생을 촉진하는 매력을 지닌 출품작에 대한 탁월한 접근법을 보여 줄 필요가 있습니다.

제약 출품작은 의료 전문가, 환자, 타겟 소비자에게 정보를 제공하고 소통하는 아이디어를 보여 주어야 합니다. 즉 과학과 혁신에 활기를 불어넣어 진단, 처방, 질병 완화 또는 질병 관리를 촉진하는 출품작일 필요가 있습니다.

- 심사 기준은 매체에 따라 다릅니다.
- 선택한 카테고리와 매체가 연관성이 있는 한 헬스케어에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.
- 하지만 섹션 A, B, C, D의 건강 및 웰니스 또는 제약 섹션 E에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다. 모든 응모자는 제출과 관련된 해당 지역 규제 요구사항을 제공해야 합니다.

The Healthcare Spikes celebrates creativity found in consumer healthcare as well as the more regulated pharmaceutical industry.

Consumer Healthcare entries will need to demonstrate an inspired approach to exceptionally engaging work which publicly educates, promotes non-prescription products, allows self-diagnosis or facilitates pro-active personal care.

Pharma entries will need to demonstrate ideas that inform and engage health practitioners, patients and targeted consumers; work that brings science and innovation to life, facilitating diagnosis, prescription, disease mitigation or illness management.

- Criteria considered during judging will be medium dependent.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work may be entered into Healthcare as long as the categories and mediums chosen are relevant.
- However, the same piece of work may only be entered as Health & Wellness in sections A, B, C & D or as Pharma Section E. All entrants must provide regulatory requirements for your region in relation to your submission.

A. 건강 및 웰니스: 소비자 제품 프로모션

처방전은 필요하지 않지만 의미 있는 건강 효과를 제공하거나 개인의 웰빙을 지원하는 특정 브랜디드 제품의 선택을 촉진하기 위해 창작된 출품작.

A. Health & Wellness: Consumer Products Promotion

Work created to drive choice for a specific branded product that does not require prescription but provides either a meaningful health benefit or supports personal wellbeing.

A01. OTC 경구약

비처방 약품, OTC 약품 및 정제, 소화 건강.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A01. OTC Oral Medicines

Non-prescription drugs, OTC medicines & tablets, digestive health.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A02. OTC 응용
방충제, 피부약(비화장품), 티눈 치료제, 사마귀 치료제, 운동 선수 발 치료제, 점안액, 귀약, 히트 크림, 손톱 관리제, 발 관리제, 손 소독제, 치약, 구강 청결제, 약용 샴푸, 탈모 관리 제품.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A02. OTC Applications
Insect repellents, skin remedies (non-cosmetic), corn treatments, wart & verruca treatments, athletes foot treatments, eye drops, ear drops, heat creams, nail treatments, foot treatments, hand sanitizer, toothpaste, mouthwash, medicated shampoo, hair loss products.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A03. OTC 제품
콘돔, 콘택트 렌즈, 처방 안경, 치실, 반창고, 히트 패드, 구급 상자 품목, 정형용 지지대, 허리 지지대, 요실금 제품, 임신 테스트, 불임 검사 품목/제품, 무약물 진통제, 기타 건강 및 웰니스 제품.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A03. OTC Products
Condoms, contact lenses, prescription glasses, dental floss, adhesive plasters, heat pads, first aid kit items, orthotics, back supports, incontinence products, pregnancy tests, fertility testing kits / products, drug free pain relief, other health and wellness products.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A04. 식의약품
비타민, 미네랄, 약초 요법, 보충제, 기능성 식품, 미량 영양소, 오메가3, 항산화제, 프로바이오틱, 발포 비타민 음료.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A04. Nutraceuticals
Vitamins, minerals, herbal remedies, supplements, functional food, micronutrients, omega3s, antioxidants, probiotics, effervescent vitamin drinks.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

A05. 건강 및 웰니스 기술
피트니스, 다이어트, 스트레스, 수면 등 건강한 라이프스타일을 돕는 디지털 제품, 앱, 웨어러블, 가제트.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

A05. Health & Wellness Tech
Digital products, apps, wearables and gadgets that aid a healthy lifestyle, including but not limited to fitness, diet, stress and sleep.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

B. 건강 및 웰니스: 인식 및 옹호

일반적인 공중 보건 인식을 증진하거나, 예방적 개인 위생을 장려하거나, 정당한 건강 관련 대의에 대한 옹호와 기부를 고무하는 출품작.

B. Health & Wellness: Awareness & Advocacy

Work that promotes general public health awareness, encourage proactive personal care or inspire advocacy and donations for legitimate health related causes.

B01. 브랜드 주도 교육 및 인식

건강 인식을 증진하고 예방적 개인 위생을 장려하기 위해 브랜드/고객이 자금을 지원한 커뮤니케이션. 자가 검진, 금연, 약물 반대, 건강 및 위생 정보, AIDS 인식 제고, 알코올 남용 인식 제고, 성 건강 의식 제고, 식품 정보, 심혈관 관리, 운동 및 웰빙 등 포함. 이 카테고리에는 브랜드가 없는 질병 인식 제고도 포함됩니다.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

B01. Brand-led Education & Awareness

Brand / Client funded communications to promote health awareness and encourage proactive personal care. This can include, but not limited to, self-examination, anti-smoking, anti-drugs, health and hygiene information, AIDS awareness, alcohol abuse awareness, sexual health awareness, dietary information, cardio-vascular care, exercise and wellbeing. This category will also include unbranded disease awareness.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

B02. 비영리/재단 주도 교육 및 인식

자가 검진, 금연, 약물 반대, 건강 및 위생 정보, AIDS 인식 제고, 알코올 남용 인식 제고, 성 건강 의식 제고, 식품 정보, 심혈관 관리, 운동 및 웰빙 등 공중 보건 인식 메시지 및 비영리 코즈 마케팅.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

B02. Non-profit / Foundation-led Education & Awareness

Public health awareness messages and non-profit cause marketing such as self-examination, anti-smoking, anti-drugs, health and hygiene information, AIDS awareness, alcohol abuse awareness, sexual health awareness, dietary information, cardiovascular care, exercise and wellbeing.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

B03. 모금 및 옹호

고객 지향적 건강 및 웰니스 자선 단체 및 기관 모금, 환자 옹호(일반 대중을 상대로 한), 질병 및 질환 옹호, 치료 문헌, 헌혈 및 장기 기증, 자원 봉사자 등.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

B03. Fundraising & Advocacy

Customer-oriented Health and Wellness charity and institutions fundraising, patient advocacy (to general public), disease and condition advocacy, treatment literature, blood and organ donations, volunteers, etc.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

C. 건강 및 웰니스: 건강 서비스 및 기업 커뮤니케이션

대중을 상대로 한 기업 이미지 캠페인을 통해 건강 브랜드의 정신을 홍보하거나 공중보건 서비스 및 시설, 의료 보험, 재정 계획을 직접적으로 홍보하기 위해 만들어진 출품작.

C. Health & Wellness: Health Services & Corporate Communications

Work created to communicate a health brand ethos through public facing corporate image campaigns or directly promote public health services and facilities, medical insurance and financial plans.

C01. 기업 이미지 및 커뮤니케이션

건강 및 웰니스 제품, 회사, 제조사, 진료소, 병원, 소매 및 시설을 위한 기업 이미지 출품작.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

C01. Corporate Image & Communication

Corporate image work for health & wellness products, companies, producers, clinics, hospitals, retail and facilities.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

C02. 건강 서비스 및 시설

병원, 진료소 및 치료소, 정신과 의사, 심리학자, 치료사, 물리 치료사, 안경사, 검안사, 치과, 발 치료사, 접골사, 척추 지압사, 피부과 의사, 산부인과, 심장병 전문의, 소아과 의사, 성형외과 의사, 비뇨기과 전문의, 내분비학자, 종양학자, 영양학자, 영양사, 약국, 건강 매장, 헬스클럽, 피트니스 및 요가 스튜디오를 포함한 소비자 시설을 직접적으로 홍보하는 커뮤니케이션.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

C02. Health Services & Facilities

Communications directly promoting consumer facilities, including: hospitals, clinics and surgeries, psychiatrists, psychologists, therapists, physiotherapists, opticians, optometrists, dental clinics, chiropodists, osteopaths, chiropractors, dermatologists, obstetricians & gynaecologists, cardiologists, paediatricians, plastic surgeons, urologists, endocrinologist, oncologist, nutritionists, dieticians, pharmacies, health shops, gyms, fitness & yoga studios.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

C03. 보험

의료 보험 및 재정 계획.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

C03. Insurance

Medical insurance and financial plans.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

D. 건강 및 웰니스: 동물 건강

D. Health & Wellness: Animal Health

D01. 동물 건강

의미 있는 건강상 이득을 보여 주어 소비자들의 관심을 끄는 반려동물 및 기타 동물 건강 제품과 서비스. 동물 병원 및 진료소, 동물 자선 단체 및 시설을 위한 모금, 동물 복지 포함.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

D01. Animal Health

Pets and other animal health products and services for the attention of consumers that show a meaningful health benefit. Includes veterinary clinics and surgeries, fundraising for animal charities and facilities, animal wellbeing.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

E. 제약: 프로모션, 인식, 참여

제품 프로모션, 질병/질환 인식 및 이해, 참여를 통한 보건 증진을 통해 환자, 헬스케어 전문가, 타겟 소비자 참여를 목표로 제약 브랜드를 위해 창작된 출품작.

E. Pharma: Promotion, Awareness & Engagement

Work created for pharmaceutical brands to engage patients, healthcare professionals and targeted consumers through the promotion of products, awareness and understanding of disease / medical conditions and the advancement of healthcare through engagement.

E01. 환자 대상 다이렉트

환자를 직접 타겟팅하고 특정 브랜드의 규제 대상 처방 제품, 서비스 또는 치료법의 출시 및/또는 홍보를 위해 만들어진 출품작.
출품작은 헬스케어 전문가가 진단하거나 치료하는 질병 또는 질환의 관리와 관련이 있어야 합니다. 아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E01. Direct to Patient

Direct to patient work created to launch and / or promote a specific branded regulated prescription product, service or therapy.
The work must be in relation to the management of a disease or medical condition diagnosed and treated by a healthcare professional. Choose your Healthcare mediums from the list below.

E02. 헬스케어 전문가 대상 다이렉트

헬스케어 전문가를 직접 타겟팅하고 특정 브랜드의 규제 대상 처방 제품, 서비스 또는 치료법의 출시 및/또는 홍보를 위해 만들어진 출품작.
출품작은 헬스케어 전문가가 진단하거나 치료하는 질병 또는 질환의 관리와 관련이 있어야 합니다. 아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E02. Direct to Healthcare Professional

Work targeted directly at healthcare professionals and created to launch and/or promote a specific branded regulated prescription product, service or therapy.
The work must be in relation to the management of a disease or medical condition diagnosed and treated by a healthcare professional. Choose your Healthcare mediums from the list below.

E03. 환자 참여

고객 및/또는 브랜드의 긍정적 평판을 구축하면서 환자 순응도를 지원하는 목적이며, 적절하고 책임감 있는 치료법의 사용을 촉진하며, 환자 경험을 개선하고, 보다 나은 결과를 이끌어내는 출품작. 여기에는 환자 여정, 순응 프로그램, 검사 서비스, 심리 사회학적 지원 서비스 향상 등이 포함될 수 있습니다.

접근 방식으로는 환자 여정, 규정 준수 프로그램, 검증 서비스, 심리사회 지원 서비스를 개선하기 위한 데이터 분석 및 연결 기술의 사용을 포함.
아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E03. Patient Engagement

Work aimed at patient intended to support adherence; drives proper and responsible usage of treatment; improves patient experience; and drives better outcomes while building a positive reputation for a client and/or brand.

Approaches may include, but is not limited to, the use of data analytics and connective technology to enhance the patient journey, compliance programmes, screening services and psychosocial support services
Choose your Healthcare mediums from the list below.

E04. 헬스케어 전문가 참여

환자 또는 의료 전문가를 위한 기술 솔루션의 혁신적 사용. 접근 방식으로는 환자의 치료, 진단 및 데이터 수집, 기술, 소프트웨어 및 하드웨어, 임상 시험 도구, 치료 제품 등을 포함.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E04. Healthcare Professional Engagement

Innovative uses of technology solutions for patients or healthcare professionals. Approaches may include, but not be limited to the treatment, diagnosis and data collection of patients; technology; software and hardware; clinical trial tools; treatment products; etc
Choose your Healthcare mediums from the list below.

E05. 질병 인식 및 이해

질병/질환에 대한 인식과 이해를 제고하거나, 인식을 바꾸거나 사회적 낙인을 극복하기 위해 만들어진 출품작.

아래 목록에서 해당 헬스케어 매체를 선택하십시오.

E05. Disease Awareness & Understanding

Work created to raise awareness and understanding of a disease or medical condition, change perceptions or overcome social stigma.

Choose your Healthcare mediums from the list below.

헬스케어 매체

Healthcare Mediums

오디오및 라디오 **Audio & Radio**	자료 **Materials**
오디오 및 라디오 방송 전파와 디지털 스트림에서 오디오 우수성, 음향 혁신 또는 탁월한 오디오 스토리텔링을 통해 브랜드 메시지를 전달하는 출품작. • 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. • 각 집행은 1회 출품에 해당합니다. **Audio & Radio** Work that communicates a brand message through audio excellence, sonic innovation or superior aural storytelling across the airwaves and digital streams., • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. • Each execution constitutes one entry.	**필수** • MP3 원본 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • MP3 Original Version **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

브랜드 경험 및 활성화 **Brand Experience & Activation**	자료 **Materials**
브랜드 경험 및 활성화 뛰어난 경험 디자인, 활성화, 몰입형, 소매 및 360° 고객 참여 사용을 통한 크리에이티브이고 종합적인 브랜드 구축. 출품작은 고객 여정, 브랜드 경험, 모든 접점의 최적화가 어떻게 브랜드 호감도 상승과 상업적 성공으로 이어졌는지 보여 주어야 합니다. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 20% 전략, 30% 집행, 30% 결과. **Brand Experience & Activation** Creative, comprehensive brand building through the next level use of experience design, activation, immersive, retail and 360° customer engagement. Entries should demonstrate how the customer journey, experience of the brand and optimisation of every touch point led to increased brand affinity and commercial success. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% Idea; 20% strategy; 30% execution; 30% results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

크리에이티브 데이터 **Creative Data**	자료 **Materials**
크리에이티브 데이터 데이터의 크리에이티브 사용, 해석, 분석 또는 응용으로 향상되거나 강화된 출품작. 데이터의 크리에이티브 사용이 아이디어의 핵심에 있어야 하며, 결과/영향이 명확하고 확고해야 합니다. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 전략, 30% 데이터 이용, 20% 아이디어, 20% 영향 및 결과. **Creative Data** Work enhanced or driven by the creative use, interpretation, analysis or application of data. The creative use of data must sit at the core of the idea and the results/ impact must be clear and robust. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% strategy; 30% use of data; 20% idea; 20% impact and results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

디지털 크래프트 **Digital Craft**	자료 **Materials**
디지털 크래프트: 인터페이스 및 탐색(UI)/사용자 경험(UX) 디지털 의료 내에서 대화형 여정과 탁월한 형태, 기능에 초점을 맞춘 출품작. 완벽한 디자인, 전문적인 집행, 탁월한 사용자 경험을 보여주며 모든 디지털 플랫폼에서 의료 분야를 발전시키는 출품작. • 심사에서는 주로 집행과 경험이 기준으로 고려됩니다. **Digital Craft: Interface & Navigation (UI)/ User Experience (UX)** Work focused on the interactive journey and exceptional form and function within digital healthcare. Work that demonstrates flawless design, expert execution, and outstanding user experiences across all digital platforms to drive progress in healthcare. • Criteria considered during judging will predominantly be the execution and experience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

다이렉트 **Direct**	자료 **Materials**
다이렉트 타겟팅 및 반응 중심 크리에이티비티. 출품작은 특정 타겟 오디언스 집단을 끌어들이고 고객관계를 발전시켜 행동을 고취하고 측정 가능한 결과를 산출하기 위한 전략의 일부로 인사이트 및/또는 데이터가 어떻게 사용되었는지 보여 주어야 합니다. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 영향 및 결과. **Direct** Targeted and response-driven creativity. The work should demonstrate how insights and/or data were used as part of the strategy to engage specific target audience groups and develop customer relationships, inspiring action and producing measurable results. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% idea; 20% strategy; 20% execution; 30% impact and results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

엔터테인먼트 Entertainment	자료 Materials
엔터테인먼트 건너뛸 수 없고 음악, 스포츠, 게임 등의 엔터테인먼트 플랫폼을 통해 사용자를 끌어들이며 브랜드 메시지를 전달하거나 새로운 방식으로 소비자와 교감하는 아이디어. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 영향 및 결과. • 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 스트리머, 운동 선수, 팀, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 엔터테인먼트 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배급하는 주체를 말합니다. • 시리즈를 제출하는 경우, 다음 에피소드 시작을 표시하는 슬레이트가 있는 단일 비디오 파일로 모든 에피소드를 업로드하십시오. • 전통적 영상 광고는 영상 매체에 출품해야 합니다. **Entertainment** Ideas that are unskippable, engaging users through entertainment platforms such as music, sport and gaming; communicating a brand message or connecting with consumers in a new way. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% impact and results. • Brands refers to talent, artists, creators, influencers, streamers, athletes, teams, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the entertainment industry. • If you are submitting a series please upload all episodes in a single video file with slates denoting the start of the next episode. • Traditional film advertising should be entered into the Film medium.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 독창적 콘텐츠 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Original Content • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

영상 Film	자료 Materials
영상: 영화, TV, 디지털 영상 콘텐츠 영상의 크리에이티비티. 출품작은 스크린을 위한 빼어난 브랜드 스토리텔링, 즉 TV, 영화, 온라인 및 옥외(Out-Of-Home) 경험을 위해 창작된 영상화된 콘텐츠를 보여 주어야 합니다. • 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다. • 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. • 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 **Film: Cinema, TV and Digital Film Content** Creativity of the moving image. The work should demonstrate brilliant brand storytelling intended for a screen; filmed content created for TV, cinema, online and out-of-home experiences. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. • Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. • Each film execution constitutes one entry	**필수** • 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

영상 크래프트
Film Craft

영상 크래프트: 애니메이션/시각 효과

영상을 위해 창작된 모든 형식과 스타일의 애니메이션 및 시각 효과.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다.
- 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다.
- 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다

Film Craft: Animation / Visual Effects

All forms and styles of animation and visual effects created for film.

- Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution.
- Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed.
- Each film execution constitutes one entry

영상 크래프트: 촬영

촬영의 품질과 효과. 스타일, 예술적 선택, 카메라워크, 영화적 기법, 숏 구성, 조명 및 기타 효과가 심사됩니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다.
- 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다.
- 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다

Film Craft: Cinematography

The quality and effect of the cinematography. The style, artistic choices, camerawork, cinematic techniques, shot composition, lighting and other effects will be considered.

- Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution.
- Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed.
- Each film execution constitutes one entry

영상 크래프트: 연출

감독의 비전을 통한 크리에이티브 브리프 해석을 포함하여 연출의 비전과 성취 및 해당 비전이 성취된 정도. 여기에는 캐스팅, 세트 디자인, 사운드 디자인 및 촬영을 어떻게 활용하여 해당 비전을 성취했는지 등이 포함될 수 있습니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다.
- 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다.
- 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다

Film Craft: Direction

The vision and achievement of the direction including the translation of the creative brief through a director's vision and how well that vision has been achieved. This may include but is not limited to, the way that casting, set design, sound design and cinematography have been used to bring that vision to life.

- Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution.
- Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed.
- Each film execution constitutes one entry

자료
Materials

필수

- 영상

권장(선택 사항)

- 데모 영상

선택 사항

- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory

- Film

Highly Recommended (Optional)

- Demo Film

Optional

- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

영상 크래프트: 프로덕션 디자인/아트 디렉션 프로덕션 디자인/아트 디렉션의 미학. 여기에는 세트 디자인과 로케이션 빌드 및 작품의 전반적인 룩 앤 필과 분위기가 포함됩니다. 심사위원단은 시각적 구성요소의 교묘한 관리가 서사를 얼마나 향상시켰는지 고려합니다. • 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. • 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. • 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 **Film Craft: Production Design / Art Direction** The aesthetic of the production design/art direction. This includes set design and location builds, as well as the overall look, feel and atmosphere of the piece. The jury will consider how the narrative has been enhanced by the artful management of the visual components. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. • Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. • Each film execution constitutes one entry	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
영상 크래프트: 대본 영상의 쓰여진 대본. 대본 분석에는 대사, 보이스 오버, 장면 세팅, 움직임, 액션 및 표현이 포함됩니다. 심사위원단은 대본이 크리에이티브 아이디어를 얼마나 성공적으로 구현하고 중요한 건강 관련 정보를 얼마나 효과적으로 전달하는지 고려합니다. • 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. • 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. • 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 **Film Craft: Script** The film's script, as written. Analysis of the script will include dialogue, voice-overs, scene-setting, movement, actions and expressions. The jury will consider how successfully the script delivers on the creative idea, while also considering the effectiveness in conveying important health related information. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. • Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. • Each film execution constitutes one entry	**필수** • 영상 **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Film **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
영상 크래프트: 음악/사운드 디자인 사용 영상 광고 내에서 오리지널/라이선스 음악의 효과와 성공 및/또는 사운드 디자인의 크리에이티브 사용. • 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다. • 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. • 각 영상 집행은 1회 출품에 해당합니다 **Film Craft: Use of Music / Sound Design** The impact and success of original/licensed music and/or the creative use of sound design within film advertising. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea and the execution. • Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. • Each film execution constitutes one entry	

헬스케어 제품 혁신 **Healthcare Product Innovation**	자료 **Materials**
헬스케어 제품 혁신 건강 브랜드의 비즈니스 또는 환자 문제 해결에 일조했거나 브랜드의 커뮤니케이션 니즈 해결을 위해 제작/개발된 제품, 기기, 서비스 혁신. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 40% 아이디어, 40% 집행, 형식, 기능, 20% 결과. **Healthcare Product Innovation** Products, devices and service innovations that have helped solve a business or patient issue for a health brand, or have been produced/developed in order to solve a brand's communication need. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 40% idea; 40% execution, form and function; 20% results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

산업 크래프트 **Industry Craft**	자료 **Materials**
산업 크래프트: 아트 디렉션 전반적 디자인, 연출, 시각적 집행. • 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. • 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. • 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. • 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다. • 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. **Industry Craft: Art Direction** The overall design, direction and visual execution. • Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. • Criteria considered during judging will predominantly be the execution. • For Standard Print and Outdoor entries each execution constitutes one entry. • For Packaging & Brand Communication & Design entries whole campaigns should be entered as one entry. • There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
산업 크래프트: 광고 문안 광고 문안이 크리에이티브 아이디어를 어떻게 구현하는가. • 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외. • 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다. • 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. • 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다. • 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. **Industry Craft: Copywriting** How the copywriting brings the creative idea to life. • All Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor. • Criteria considered during judging will predominantly be the execution. • For Standard Print and Outdoor entries each execution constitutes one entry. • For Packaging & Brand Communication & Design entries whole campaigns should be entered as one entry. • There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft.	

산업 크래프트: 일러스트레이션

일러스트레이션의 크리에이티브 효과.

- 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외.
- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다.
- 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다.
- 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다.
- 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

Industry Craft: Illustration

The creative impact of the illustration.

- Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor.
- Criteria considered during judging will predominantly be the execution.
- For Standard Print and Outdoor entries each execution constitutes one entry.
- For Packaging & Brand Communication & Design entries whole campaigns should be entered as one entry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft.

산업 크래프트: 사진

사진 및 크리에이티브 표현의 사용을 통한 참여.

- 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외.
- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다.
- 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다.
- 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다.
- 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

Industry Craft: Photography

Engagement through use of photography and creative expression.

- Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor.
- Criteria considered during judging will predominantly be the execution.
- For Standard Print and Outdoor entries each execution constitutes one entry.
- For Packaging & Brand Communication & Design entries whole campaigns should be entered as one entry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft.

산업 크래프트: 타이포그래피

타이포그래피 사용을 통해 디자인 미학 및 스토리텔링 전달.

- 모든 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인, 포장 디자인, 인쇄, 출판, 옥외.
- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다.
- 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다.
- 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다.
- 동일 작품을 산업 크래프트에 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

Industry Craft: Typography

Design aesthetics and storytelling conveyed through the use of typography.

- Brand & Communications Design, Packaging Design, Print & Publishing & Outdoor.
- Criteria considered during judging will predominantly be the execution.
- For Standard Print and Outdoor entries each execution constitutes one entry.
- For Packaging & Brand Communication & Design entries whole campaigns should be entered as one entry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft.

필수

- 디지털 증빙 자료 JPG

권장(선택 사항)

- 데모 영상

선택 사항

- URL
- 시상식용 영상
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory

- Digital Proof JPG

Highly Recommended (Optional)

- Demo Film

Optional

- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

통합 Integrated	자료 Materials
통합 여러 미디어 플랫폼을 사용한 출품작. 출품작은 캠페인 전반에 걸쳐 선택한 요소 또는 채널을 통합하고, 다양한 미디어가 어떻게 서로를 보완하고 구축하여 가시적인 비즈니스 결과를 이끌어 냈는지, 문화적 변화에 중요한 역할을 했거나 브랜드 목적 달성에 필수적인 역할을 했는지 보여 주어야 합니다. • 심사 기준으로는 주로 아이디어, 전략, 집행, 결과가 고려됩니다. **Integrated** Work that uses multiple media platforms. Entries should demonstrate the integration of chosen elements or channels throughout the campaign, and how the different media complemented and built on each other to drive tangible business results, were instrumental to cultural change or integral in the achievement of brand purpose. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, strategy, execution and results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

모바일 Mobile	자료 Materials
모바일 장치 기반의 크리에이티비티 출품작은 휴대용 플랫폼에서의 성능을 보여주어야 하며, 휴대 또는 웨어러블 환경이 아이디어의 필수 요소이자 집행에 주된 역할을 해야 함. • 심사 기준으로는 아이디어, 집행, 플랫폼 관련성, 효과 및 결과가 고려됩니다. **Mobile** Device-driven creativity. The work should demonstrate performance in portable platforms; work where a hand-held or wearable environment is integral to the idea and enables key aspects of the execution. • Criteria considered during judging includes: idea, execution, platform relevance, impact and results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

옥외 Outdoor	자료 Materials
옥외: 앰비언트 공공 공간, 사물, 환경을 비전통적 방식으로 활용하는 자유로운 형식의 비표준 옥외 광고. 소규모 솔루션, 특수 광고, 설치, 라이브 광고 및 이벤트 등 포함. • 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. **Outdoor: Ambient** Non-standard and free-format outdoor advertising that leverages the use of public spaces, objects and environments in an unconventional manner. Including, but not limited to, small scale solutions, special build, installations, live advertising and events. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
옥외: 표준 정적/디지털 광고판, 포스터, 버스 정류장, 매장 내 포스터, POS, 사이니지, 교통 솔루션, 배너 등을 위한 콘텐츠. • 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. • 표준 옥외 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. **Outdoor: Standard** Content intended for static and digital billboards, posters, bus stops, in store posters, point of sale, signage, transit solutions, banners etc. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. • For Standard Outdoor entries each execution constitutes one entry.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

PR PR	자료 Materials
PR 언드(earned) 미디어에 기반한 독창적 사고, 혁신적 인사이트, 전략이 어떻게 여론에 영향을 주고, 비즈니스, 사회 및/또는 문화 변화를 이끌어 냈는지 보여 주는 전략적이고 크리에이티브한 커뮤니케이션. 출품작의 핵심 스토리텔링은 조직이나 브랜드의 평판과 비즈니스를 확립, 보호, 강화해야 합니다. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 30% 전략, 20% 집행, 30% 영향 및 결과. **PR** Strategic and creative communication that demonstrates how original thinking, transformative insight and a strategy rooted in earned has influenced opinion and driven business, societal, and/or cultural change. Work with storytelling at its core, which established, protected and enhanced reputation and business of an organisation or brand. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% idea; 30% strategy; 20% execution; 30% impact and results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

인쇄 및 출판 **Print & Publishing**	자료 **Materials**
인쇄 및 출판: 콜래터럴 브로셔, 소책자, 리브 비하인드(leave behind), 맞춤형 세일즈 자료, 상세 자료(detail aid), 판촉 품목, 브랜드 판촉물, 달력, 뉴스레터, 연간 보고서 및 보도자료. • 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. **Print & Publishing: Collateral** Brochures, booklets, leave behinds, custom sales materials, detail aids, promotional items, brand reminders, calendars, newsletters, annual reports and press releases. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
인쇄 및 출판: 표준 신문, 잡지, 의학 저널, 삽입 광고 등 출판 인쇄 매체를 위한 콘텐츠. • 심사 기준으로는 주로 아이디어, 집행, 효과가 고려됩니다. • 표준 인쇄 출품의 경우 각 집행이 1회 출품에 해당합니다. **Print & Publishing: Standard** Content intended for published printed media including, but not limited to; newspaper, magazines, medical journals and inserts. • Criteria considered during judging will predominantly be the idea, the execution and the impact. • For Standard Print entries each execution constitutes one entry.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **선택 사항** • URL • 시상식용 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

소셜 및 인플루언서 Social & Influencer	자료 Materials
소셜 및 인플루언서 헬스케어 솔루션을 위해 온라인 커뮤니티와 교감하고 의미 있는 관계를 강화하며 브랜드의 측정 가능한 결과를 제공하기 위해 만들어진 전략적인 소셜 사고와 전략적인 인플루언서 마케팅. • 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 결과. **Social & Influencer** Creative social thinking and strategic influencer marketing specifically created for healthcare solutions to engage with online communities, enhance meaningful relations and deliver measurable results for a brand. • A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% idea; 20% strategy; 20% execution; 30% results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

기술의 사용 Use of Technology	자료 Materials
기술의 사용 기존 기술 또는 신기술 사용을 통한 브랜드 캠페인 집행 또는 지원. AI, AR, VR, 로보틱스, 가제트 및 전자 제품, 웨어러블 및 인터랙티브 기술 등 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. • 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행, 브랜드, 제품 또는 서비스에 미치는 기술의 결과가 고려됩니다 **Use of Technology** Use of existing or new technology to execute or support a brand campaign. Including, but not limited to, AI, AR and VR, robotics, gadgets and electronics, wearable and interactive technology etc. Does not include prototypes of early stage tech. • Criteria considered will predominately be the idea, execution and results of the technology on the brand, product or service.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

산업 크래프트

Industry Craft

산업 크래프트 스파이크스는 아름답게 구현된 솔루션을 제공하고 크리에이티브 아이디어에 생명을 불어넣는 데 필요한 크리에이티브 예술성, 재능, 기량에 주어지는 상입니다.

출품작은 크리에이티브 기법 활용에서 최고 수준의 전문성과 비전을 보여 주어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 집행이 고려됩니다.
- 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 단일 집행은 관련 카테고리에만 출품해야 합니다. 하지만 보다 폭넓은 캠페인의 일부를 구성하는 경우에는 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인에 출품할 수 있습니다.
- 표준 인쇄 및 옥외 출품의 경우, 각 집행이 1회 출품에 해당합니다.
- 포장 및 브랜드 커뮤니케이션 및 디자인 출품의 경우, 전체 캠페인을 하나의 출품으로 응모해야 합니다.
- 산업 크래프트에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

The Industry Craft Spikes celebrate the creative artistry, talent and skill required to deliver a beautifully executed solution and bring a creative idea to life.

Work will need to demonstrate the highest levels of expertise and vision in the application of creative techniques.

- The main criteria considered during judging will be the execution.
- Single executions of Packaging, Print & Publishing and Outdoor should only be entered into the relevant category. However if they form part of a wider campaign they will be accepted into Brand & Communications Design.
- For Standard Print and Outdoor entries, each execution constitutes one entry.
- For Packaging & Brand Communication & Design entries, whole campaigns should be entered as one entry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Industry Craft

A. 타이포그래피 타이포그래피 사용을 통해 디자인 미학 및 스토리텔링 전달. **A. Typography** Design aesthetics and storytelling conveyed through the use of typography.	**자료** **Materials**
A01. 타이포그래피: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜래터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. *독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **A01. Typography: Brand & Communications Design** Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. *Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG

	Highly Recommended (Optional) • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A02. 타이포그래피: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. **A02. Typography: Outdoor** Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG
A03. 타이포그래피: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. **A03. Typography: Print & Publishing** Any print or published work.	**Compulsory** • Digital Proof JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 타이포그래피: 포장 디자인 일체의 포장. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **A04. Typography: Packaging Design** Any packaging. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 • 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 데모 영상 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation • Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

B. 아트 디렉션 이 카테고리의 출품작은 전체적 디자인, 연출 및 시각적 수법에 초점을 맞춥니다. **B. Art Direction** The work in these categories will focus on the overall design, direction and visual execution.	자료 **Materials**
B01. 아트 디렉션: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜래터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. *독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B01. Art Direction: Brand & Communications Design** Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. *Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 아트 디렉션: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. **B02. Art Direction: Outdoor** Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B03. 아트 디렉션: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. **B03. Art Direction: Print & Publishing** Any print or published work.	

B04. 아트 디렉션: 포장 디자인 일체의 포장. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B04. Art Direction: Packaging Design** Any packaging. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 일러스트레이션 이 카테고리의 출품작은 일러스트레이션의 크리에이티브 영향에 초점을 맞춥니다. **C. Illustration** The work in these categories will focus on the creative impact of the illustration.	자료 **Materials**
C01. 일러스트레이션: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜래터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. *독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **C01. Illustration: Brand & Communications Design** Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. *Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 일러스트레이션: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. **C02. Illustration: Outdoor** Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C03. 일러스트레이션: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. **C03. Illustration: Print & Publishing** Any print or published work.	

C04. 일러스트레이션: 포장 디자인 일체의 포장. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **C04. Illustration: Packaging Design** Any packaging. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 사진 이 카테고리의 출품작은 크리에이티브 표현을 통한 교감에 초점을 맞춥니다. **D. Photography** The work in these categories will focus on engagement through creative expression.	**자료** **Materials**
D01. 사진: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜래터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. *독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **D01. Photography: Brand & Communications Design** Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. *Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D02. 사진: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. **D02. Photography: Outdoor** Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D03. 사진: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. **D03. Photography: Print & Publishing** Any print or published work.	

E. 광고 문안 이 카테고리의 출품작은 광고 문안이 크리에이티브 아이디어에 어떻게 생명을 불어넣는지에 초점을 맞춥니다. **E. Copywriting** The work in these categories will focus on how the copywriting brings the creative idea to life.	**자료** **Materials**
E01. 광고 문안: 브랜드 및 커뮤니케이션 디자인 브랜드 정체성, 로고 디자인, 셀프 프로모션, 브랜드 환경 디자인, 브랜드 콜래터럴, 기업 커뮤니케이션, 판촉 품목 및 기타 종합적 브랜딩 프로그램 포함. *독립형 포장, 인쇄 및 출판, 옥외 포스터 디자인 출품작은 여기 제출하면 안 됩니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **E01. Copywriting: Brand & Communications Design** Including brand identity, logo design, self-promotion, brand environment design, brand collateral, corporate communications, promotional items and other comprehensive branding programmes. *Standalone Packaging, Print & Publishing and Outdoor poster design work should not be submitted here. Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material

	Optional • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 광고 문안: 옥외 전통적 광고판, 디지털 옥외 스크린 또는 앰비언트 작품 등을 포함한 옥외 출품작. **E02. Copywriting: Outdoor** Any outdoor work, including but not limited to, traditional billboards, posters, digital outdoor screens or ambient work.	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E03. 광고 문안: 인쇄 및 출판 일체의 인쇄 또는 출판 작품. **E03. Copywriting: Print & Publishing** Any print or published work.	
E04. 광고 문안: 포장 디자인 일체의 포장. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **E04. Copywriting: Packaging Design** Any packaging. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

혁신

Innovation

혁신 스파이크스는 획기적인 혁신, 기술, 문제 해결에 주어지는 상입니다. 도구, 제품, 모델, 플랫폼 및 기타 광고 기술 형식을 포함한 독립형 기술 솔루션과 신기술을 활용하는 크리에이티브 캠페인이 인정됩니다.

- 응모자는 기술을 완벽하게 시연할 수 있는 직위여야 합니다. 콘셉트 자체만의 출품은 허용되지 않습니다.
- 혁신에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 최종 후보에 오른 응모자들은 심사위원단을 상대로 온라인으로 출품작을 프리젠테이션해야 합니다.

The Innovation Spikes celebrate ground-breaking innovation, technology and problem solving. Standalone technological solutions including tools, products, models, platforms and other forms of ad tech will also be recognised, as well as creative campaigns utilising new tech.

- Entrants must be in a position to fully demonstrate the technology. Concepts alone will not be permitted.
- The same piece of work can only be entered once into Innovation.
- Shortlisted entrants will be required to present their work to the jury online.

A. 초기 단계 기술 A. Early-Stage Technology	자료 Materials
A01. 초기 단계 기술 아직 시제품 및 베타 단계에 있는 기술을 선보이는 출품작. 아직 자금을 모으는 중이거나 예상 규모의 일부만 운영 중일 수 있습니다. **A01. Early-stage Technology** Work that showcases technology still in the prototype and beta stages of their creation. They may still be attracting funding or only operating at a fraction of their projected scale.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

B. 혁신
B. Innovation

B01. 브랜드 주도 혁신 신규
브랜드 과제의 솔루션 발견 및/또는 특정 브랜드 발전에 기반한 진보적 방법을 통해 브랜드와 일치하는 획기적이고 혁신적인 아이디어.

B01. Brand Led Innovation NEW
Brand-aligned, breakthrough and revolutionary ideas, and forward-thinking methods that are rooted in finding solutions to specific brand challenges and/or propelling a brand forward.

B02. 제품 혁신 신규
비즈니스 또는 소비자 과제에 따라 생성 및 개발한 제품. 솔루션 기반 제품, 소비자 경험, 기술과 일상 생활 및 지속 가능성의 통합을 포함.

B02. Product Innovation NEW
Products created and developed in response to a business or consumer challenge. This could include, but is not limited to, solutions-driven products, consumer experience, integration of technology into daily life and sustainability.

B03. 환경 혁신 신규
환경에 긍정적으로 기여함을 보여주는 출품작. 재생 가능성을 높이는 혁신적 접근 방식을 갖추고 환경에 장기적으로 지속 가능한 영향을 미치는 출품작.

B03. Environmental Innovation NEW
Work that demonstrates a positive environmental contribution. Innovative approaches to being regenerative and work that creates a long-term sustainable impact on the environment.

B04. 사회 혁신 신규
복잡한 사회적 과제를 해결하는 출품작. 긍정적이고 획기적인 변화를 추구하는 혁신적 솔루션. 교육, 의료, 평등, 금융 포용성, 사회 정의, 문화 규범을 포함.

B04. Societal Innovation NEW
Work that addresses complex societal challenges. Innovative solutions that seek to drive positive and transformative change. This could include, but not be limited to, education, healthcare, equality, financial inclusion, social justice and cultural norms.

B05. 기술 신규
브랜드를 발전시켜 가치를 높이고 개선하는 획기적 기술 또는 솔루션. 데이터 주도 기술, 혁신적 플랫폼, 도구, 모델,
프로그램, 하드웨어, 소프트웨어, 비스포크 제품 및 솔루션을 포함.

B05. Technology NEW
Breakthrough technology or solutions that aim to advance, enrich or improve a brand. This could include, but not be limited to data-led technologies, innovative platforms, tools, models, programmes, hardware, software, bespoke products and solutions.

B06. 핀테크 신규
금융 상황을 새롭게 변화시키기 위한 혁신적인 기회를 보여주는 출품작.
비용 절감을 통한 신흥 시장 접근성 확장,
소비자에게 권한을 부여하는 혁신적 금융 상품 개발,
소비자가 자신의 금융 관리 방식을 새롭게 바꾸는 지불 시스템 혁신을 포함.

B06. Fintech NEW
Work that demonstrates innovative opportunities that aim to reshape the financial landscape. This could include, but not be limited to, expanding access in emerging markets by reducing costs, pioneering financial products that empower consumers and revolutionising payments to reshape how consumers handle their finances.

자료
Materials

필수
- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)
- 사례 영상

선택 사항
- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)
- Case Film

Optional
- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

통합

Integrated

통합 스파이크스는 여러 매체 플랫폼을 사용하는 출품작에 주어지는 상입니다.

출품작은 캠페인 동안 선택한 요소 또는 채널의 통합과 상호 보완하고 상호 기반하는 다양한 매체를 통한 실질적인 비즈니스 성과 달성이 문화적 변화에 얼마나 중요했는지 또는 브랜드 목표 달성에 얼마나 필수적이었는지 보여 주어야 합니다.

- 통합에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Integrated Spikes celebrate work that uses multiple media platforms.

Work will need demonstrate the integration of chosen elements or channels throughout the campaign, and how the different media complemented and built on each other to drive tangible business results, were instrumental to cultural change or integral in the achievement of brand purpose.

- The same piece of work can only be entered once in Integrated.

A. 통합 A. Integrated	자료 Materials
A01. 통합 여러 채널과 접점을 크리에이티브으로 사용하여 강력한 아이디어를 사회에 통합하고 행동 변화와 실질적 비즈니스 결과를 이끌어내는 출품작. **A01. Integrated** Work that creatively uses multiple channels and touchpoints to succesfully integrate a powerful idea into society, driving behavioural change tangible business results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

미디어

Media

미디어 스파이크스는 크리에이티비티의 맥락에 주어지는 상입니다.

출품작은 미디어 아이디어의 탁월하고 혁신적인 구현을 보여 주어야 합니다. 즉 소비자를 새로운 여정으로 안내하고 새로운 경험을 선사하는 획기적인 채널 전략을 통해 향상되고 강화되는 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 인사이트 및 아이디어, 30% 미디어 전략 및 타겟팅, 20% 미디어 집행, 20% 영향 및 결과.
- 미디어 부문에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있지만 섹션 'E: 미디어 크래프트 우수성'은 포함되지 않습니다. 다만 'A. 미디어: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 E: 미디어 크래프트 우수성 출품작은 Independent Media Agencies 또는 Media Network나 Independent Media Network가 소유한 회사만 제출하고 비용을 지불 받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Media Spikes celebrate the context of creativity.

The work will need to demonstrate an inspiring and innovative implementation of media ideas; enhanced and amplified by a game-changing channel strategy that takes consumers on new journeys and unlocks new experiences.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% insight and idea; 30% media strategy and targeting; 20% media execution; 20% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in Media, not including Section 'E: Excellence in Media Craft'. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Media: Sectors'.
- Entries in Section 'E: Excellence in Media Craft' can only be submitted and paid for by independent media agencies or companies owned by a media network or independent media network. The same piece of work can be entered only once in each category within this section.

A. 미디어: 부문 이 섹션에는 동일 출품작을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. Media: Sectors** The same work can be submitted only once in this Section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 세면 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics and cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG

A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	**Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 D. 문화 및 맥락의 D07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisation. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in Section D. Culture & Context.*	

B. 채널 이 카테고리의 출품작은 매체 크리에이티비티 및 채널 혁신이 심사됩니다. 즉 기존 형식을 뛰어넘어 매체 가능성을 넓힘으로써 브랜드 메시지를 효과적으로 전달하는 출품작이어야 합니다. **B. Channels** Work in these categories will be judged on media creativity and channel innovation. Work should unleashes the media opportunities beyond existing formats to effectively communicate the brand message.	자료 **Materials**
B01. 스크린 및 오디오 비주얼 플랫폼 사용 TV, 주문형 비디오 플랫폼(VOD), 스트리밍 플랫폼 및 기타 온라인 서비스 공급업체 포함. TV 이외의 스크린에는 터치스크린, 동적 디지털 스크린, 인터랙티브 스크린, 반응형 디스플레이 등을 포함. **B01. Use of Screens & Audio Visual Platforms** This includes but not limited to TV, video-on-demand platforms (VOD), streaming platforms and other online service providers. Screens other than TV might include, but are not limited to, touchscreens, dynamic digital screens, interactive screens and responsive displays.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 오디오 플랫폼 사용 라디오, 팟캐스트, 소셜 오디오 플랫폼, 기타 오디오 기술을 포함. **B02. Use of Audio Platforms** This includes but is not limited to radio, podcasts, social audio platforms and other audio technology.	
B03. 인쇄 사용 신규 다운로드 가능한 애플리케이션, QR 코드, AR, 3D 프린팅 등 디지털 및 인터랙티브 요소가 있는 신문, 잡지, 삽입 광고, 업계지, 인쇄 출품작 등을 포함. **B03. Use of Print NEW** The work in this category may include, but is not limited to, newspapers, magazines, inserts and trade journals, print work with digital and interactive elements such as downloadable applications, QR codes, AR and 3D printing.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material

	Optional • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B04. 옥외 사용신규 전통작 광고판 또는 포스터 장소, 버스 정류장, 월스케이프, 표준 광고 공간을 활용한 대중교통 광고를 포함. **B04. Use of Outdoor NEW** Including traditional billboard or poster sites, bus shelters, wallscapes and transit advertising using standard advertising space.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B05. 소규모 미디어 작은 물리적 물체 및 그 밖의 모든 휴대용(또는 크기가 그에 상당하는) 항목을 포함한 비우편 및 인쇄 콜래터럴. *'소규모'란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다. 심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B05. Small-Scale Media** Non-mail and print collateral, including small physical objects and all other hand-held (or equivalent in size) items. *'Small Scale' refers to the physical size of the ambient item, not the scale of the distribution. Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

B06. 대형 미디어 3D 및 비표준 형태의 장소, 개찰구, 사이니지, 벽면, 디지털 광고판, 윈도우 클링, 건물 래핑, 헬리콥터 배너 및 공간 또는 기존 영구 구조물을 활용하는 기타 집행을 포함한 비전통적 옥외/광고판. *'대규모'란 배급 규모가 아니라 앰비언트 항목의 물리적 크기를 말합니다.* **B06. Large-Scale Media** Non-traditional outdoor / billboards, including 3D and non-standard shaped sites, ticket barriers, signage, wallscape, digital billboards, window clings, building wrapping, helicopter banners and other executions that utilise a space or an existing permanent feature. *'Large Scale' refers to the physical size of the ambient item or execution, not the scale of the distribution.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B07. 이벤트 & 스턴트 사용 전통적 환경, 디지털 환경, 새로 등장하는 환경 내에서 스턴트, 이벤트, 이벤트 스폰서십, 대회, 판촉용 게임, 스트리트 아트, 게릴라 마케팅, 출시 파티, 라이브 쇼, 라이브 스트리밍 이벤트, 페스티벌, 콘서트, 스포츠 이벤트 등을 사용하는 출품작. **B07. Use of Events & Stunts** Work which uses stunts, events, event sponsorship, competitions, promotional games, street art, guerrilla marketing, launch parties, live shows, live streamed events, festivals, concerts, sporting events, etc. within traditional, digital and new emerging environments.	
B08. 디지털 플랫폼 사용 매체 캠페인에서 온라인 플랫폼 또는 관련 기술과 디지털 환경의 활용. 여기에는 웹사이트, 검색 엔진, 전자상거래 플랫폼, 배너 광고, 인스턴트 메시징, 모바일 앱 등이 포함될 수 있습니다. *소셜 미디어 주도 캠페인은 B10. 소셜 플랫폼 사용으로 출품해야 합니다.* **B08. Use of Digital Platforms** Online platforms or associated technologies and the harnessing of a digital environment in a media campaign. These might include, but are not limited to, websites, search engines, ecommerce platforms, banner ads, instant messaging, mobile apps, etc. *Social media-led campaigns should be entered in B10. Use of Social Platforms.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B09. 모바일 사용 스마트폰, 태블릿, 블루투스, SMS, MMS, WAP, GPS, 모바일 게임 및 애플리케이션 등을 포함한 모바일 기술. **B09. Use of Mobile** Mobile technology including smartphones, tablets, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, mobile games and applications, etc.	

B010. 소셜 플랫폼 사용 소셜 미디어, 블로그, Wiki, 콘텐츠 공유 사이트, 호스팅된 서비스 등을 사용하여 커뮤니티/소비자와의 관계를 창출 및/또는 강화하는 출품작. 소셜 데이터와 관련 타겟팅 방법의 전략적 사용을 통해 얻은 인사이트도 심사됩니다. *이 카테고리에 출품하는 출품작은 소셜 미디어에 진출한 캠페인과는 달리 소셜 플랫폼에서 계획 및 집행되어야 합니다.* **B010. Use of Social Platforms** Work that uses social media, blogs, wikis, content-sharing sites, hosted services, etc. to create and / or enhance relationships with a community / consumers. Insights gained through the strategic use of social data and associated targeting methods will also be considered. *Work entered in this category should be planned and executed on social platforms as opposed to campaigns that went social.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B11. 혁신적 인플루언서 사용 인플루언서를 크리에이티브이고 혁신적으로 사용하여 특정 청중에 대한 브랜드 메시지 및 인지도를 촉진하고 비즈니스 결과를 증진. **B11. Innovative Use of Influencers** The creative and innovative use of influencers to drive brand message and awareness to a specific audience and/or to drive business results.	
B12. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 기존 기술이나 신기술을 사용하여 매체 캠페인을 집행 또는 지원함으로써 기존 플랫폼이나 매체 형식의 경계를 넓힘. AR, VR, AI, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **B12. Metaverse, New Realities & Emerging Tech** Use of existing or new technology to execute or support a media campaign, which creatively pushes the boundaries of existing platforms or media formats. Including but not limited to AR, VR, AI, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 인사이트 및 매체 전략 이 카테고리의 출품작은 인사이트와 데이터가 소비자의 참여를 유도하는 콘텐츠의 성공적 배치 및 미디어 집행에 얼마나 기여하였는지 보여주어야 함. 출품작은 타겟 청중의 참여도를 얼마나 잘 보여주었는지를 기준으로 심사됨. 이러한 카테고리의 출품작은 콘텐츠 자체로 평가받는 것이 아니라, 콘텐츠를 제작, 활용, 의미 강화하는 미디어의 역할에 따라 평가받는다는 점에 유의해야 함. **C. Insights & Media Strategy** Work in these categories should demonstrate how insights and data contributed to the successful placement and media execution of content used to engage with consumers. The work will be judged on how successfully it demonstrates target-audience-related engagement. Please note that the work in these categories will not be judged on the content itself, but the role of media in creating, leveraging and amplifying the content.	**자료** **Materials**
C01. 청중 인사이트 맞춤형 매체 전략 개발을 위해 청중 인사이트를 사용하고 소비자 행동 또는 니즈 이해. 이 카테고리의 출품작은 이러한 인사이트가 매체 캠페인의 효과에 어떻게 기여했고 실질적 영향을 만들어 냈는지 보여 주어야 합니다. **C01. Audience Insights** The use of audience insights and understanding of consumer behaviours or needs in order to develop a customised media strategy. The work in this category should demonstrate how these insights contributed to the effectiveness of the media campaign and generated real impact.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 브랜드 또는 제품의 프로그램 또는 플랫폼 통합 사용 영화, TV, 미니 시리즈, 웹 시리즈, 뮤직비디오, 스트리밍 서비스, 스폰서십 등에서의 제품 배치 및 브랜딩 등을 포함. **C02. Use of Brand or Product Integration into a Programme or Platform** Including, but not limited to, product placement and branding in film, TV, mini-series, web series, music video, streaming services, sponsorship, etc.	
C03. 데이터 기반 타겟팅 크리에이티브 데이터 사용 또는 데이터 기반의 효과적인 타겟팅의 해석. 출품작은 얼마나 계획적 타겟팅에 기여하거나 타겟, 브랜드 메시지 또는 채널을 정의하는 데 도움이 되는 중요한 정량적 인사이트 제공했는지 보여 주어야 합니다. **C03. Data-Driven Targeting** The creative use or interpretation of data-driven effective targeting. The work should demonstrate how data either contributing to programmatic targeting, or providing a key quantitative insight that helped define the target, brand message or channel.	
C04. 디지털 또는 소셜용으로 창작된 브랜디드 콘텐츠 사용 브랜디드 소셜 미디어, 웹사이트, 마이크로사이트, 모바일 애플리케이션, 게임, 네이티브 광고 등 포함. **C04. Use of Branded Content created for Digital or Social** Including branded social media, websites, microsites, mobile applications, games, native advertising, etc.	

C05. 데이터 통합
데이터의 크리에이티브 해석을 통해 다양한 스트림을 통합하여 크리에이티브 캠페인 또는 브랜드 전략의 계획 단계부터 전달 단계까지 새로운 인사이트 제공.

C05. Data Integration
The creative interpretation of data to demonstrate how different streams were integrated to provide new insights from planning through to delivery of a creative campaign or brand strategy.

C06. 브랜디드 IP의 공동 제작
매체 파트너와 협업하여 새로운 IP와 브랜드 또는 제품과 공유하는 IP를 만들어 참여와 구체적 비즈니스 결과를 촉진. 출품작은 통합된 업무 관계가 얼마나 효과적이었고 상호 이익이 되었는지 보여 주어야 합니다.

C06. Co-creation of Branded IP
The creation of a new and shared piece of IP by a brand or product in collaboration with its media partners to drive engagement and specific business results. The work should demonstrate how effective and mutually beneficial the unified working relationship was.

필수
- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)
- 사례 영상

선택 사항
- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)
- Case Film

Optional
- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

D. 문화 및 맥락
문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작.

D. Culture & Context
Work that is brought to life through cultural insights and regional context.

D01. 로컬 브랜드
단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작.

D01. Local Brand
Work for brands which are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.

D02. 챌린저 브랜드
경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드.

D02. Challenger Brand
Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.

D03. 단일 시장 캠페인
단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 작품을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다.

D03. Single-market Campaign
Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.

자료
Materials

필수
- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)
- 사례 영상

선택 사항
- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)
- Case Film

Optional
- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

D04. 소셜 행동및 문화적 인사이트신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **D04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, hinging on identifiable social behaviour or cultural insight stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **D05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	
D06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **D06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	
D07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **D07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose-driven work or brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and affected communities by connecting customers to culture.	
D08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **D08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

E. 매체 우수성 매체 활용을 통해 브랜드 메시지를 전달하거나, 행동을 변화시키거나, 대규모 소비자 참여를 이끌어내는 독창성과 탁월한 솜씨를 보여 주는 출품작. 이 섹션의 출품작은 Independent Media Agencies 또는 Media Network나 Independent Media Network가 소유한 회사만 제출하고 비용을 지불 받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다. **E. Excellence in Media** Work that exhibits ingenuity and outstanding craftsmanship in harnessing media to deliver a brand message, change behaviour or engage consumers at scale. The work in this section can only be submitted and paid for by Independent Media Agencies or companies owned by a Media Network or Independent Media Network. The same piece of work can be entered only once in each category within this Section.	**자료** **Materials**
E01. 매체 인사이트 및 전략 브랜드의 구체적 비즈니스 목표, 마케팅 목표, 전체적 포지셔닝을 달성하는 맞춤형 매체 전략 개발을 위한 인사이트 활용과 소비자 행동/니즈 이해. **E01. Media Insights & Strategy** The use of unlocked insights and understanding of consumer behaviour / needs in order to develop a customised media strategy to meet a brand's specific business objectives, marketing goals and overall positioning.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 매체 기획 깊이 있는 청중 인사이트와 크리에이티브 매체 채널 사용에 기반하여 브랜드 메시지를 전달하는 매체 플랫폼 소싱 및 선택. 출품작은 원하는 반응을 끌어내기 위한 메시지 도달 범위, 침투율, 빈도를 자세히 설명해야 합니다. **E02. Media Planning** Sourcing and selection of media platforms to deliver a brand's message based on deep audience insight and creative use of media channels. The work should detail the reach, penetration and frequency of the message to generate the desired response.	
E03. 매체 집행 출품작은 매체 사고와 매체 소유주와의 능숙한 협상이 선택된 채널에서의 캠페인 집행에 어떻게 기여했고 비즈니스 목표를 어떻게 달성했는지 보여 주어야 합니다. 심사 과정에서는 브랜드 스토리텔링의 일부로서 매체 채널의 효과적 사용과 크리에이티브 전달을 고려합니다. **E03. Media Execution** The work should demonstrate how media thinking and skilful negotiations with media owners contributed to the execution of a campaign strategy across selected channels and achieved business goals. Consideration will be given to effective use of media channels as part of the brand storytelling and to the creative delivery.	

E04. 채널 통합 사용 여러 브랜드 접점을 연결함으로써 선택한 매체 채널들의 경계를 성공적으로 허물어 다양한 매체의 상호 보완과 상호 기반을 통해 명확한 브랜드 목표를 어떻게 달성하는지 보여 주는 출품작. *이 카테고리의 출품작은 캠페인에서 여러 유형의 매체(예. 스크린, 소셜, 옥외, 인쇄, 뉴 리얼리티 등)가 사용되었음을 보여 주어야 합니다.* **E04. Use of Channel Integration** Work which connects multiple brand touch-points, successfully blurring the line between chosen media channels and demonstrating how the different mediums complement and build on each other to cut through and deliver results on clear brand objectives. *The work in this category must show that multiple types of media were used in the campaign (e.g. Screens, Social, Outdoor, Print, New Realities).*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E05. 데이터 및 분석 사용 신규 미디어 전략의 기반을 형성하거나 목표와 브랜드 메시지 또는 채널 설정에 도움이 되는 인사이트를 발견하기 위해 데이터 및 분석을 적용. 출품작은 조사 또는 인사이트의 증거, 사고의 품질, 전략의 개발을 제공해야 합니다. **E05. Use of Data & Analytics NEW** The application of data and analytics to form the basis of a media strategy or drive insights that help define the target, brand message or channel. The work should provide evidence of research or insight, quality of thinking and the development of a strategy.	

음악

Music

음악 스파이크스는 크리에이티브한 음악 협업과 브랜드 음악 콘텐츠에 주어지는 상입니다.

출품작은 브랜드를 위한 오리지널 음악 제작, 프로모션 또는 배급을 보여 주어야 합니다. 즉 녹음 아티스트나 플랫폼을 크리에이티브으로 활용하여 소비자들과 소통하는 출품작이어야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 전략 및 인사이트, 30% 크리에이티브 아이디어, 30% 기교 및 집행, 20% 결과.
- 브랜드는 연예인, 아티스트, 크리에이터, 인플루언서, 조직, 스폰서, 플랫폼, 미디어 소유자, 권리 보유자, 또는 음악 산업과 관련된 제품과 콘텐츠를 제작하고 배급하는 주체를 말합니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 음악 스파이크스에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다.

The Music Spikes celebrate creative musical collaborations and branded music content.

The work will need to demonstrate original production, promotion or distribution of music for brands. Work that creatively leverage a recording artist or platform to communicate with consumers.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% strategy & insight; 30% creative idea; 30% craft & execution; 20% results.
- Brands refers to talent, artists, creators, influencers, organisations, sponsors, platforms, media owners, rights holders or any entity that produces and distributes products and content related to the music industry.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Music Spikes as long as the categories chosen are relevant.

A. 음악용 브랜디드 콘텐츠 A. Branded Content for Music	자료 Materials
A01. 뮤직비디오 우수성 독창적 뮤직비디오와 인터랙티브 뮤직비디오의 탁월한 예를 보여 주어야 합니다. **A01. Excellence in Music Video** Exceptional examples of original music videos and interactive music videos.	**필수** • 독창적 콘텐츠 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

A02. 브랜드 또는 제품과 음악 콘텐츠 통합 적절하고 공생적인 브랜드와 뮤직비디오 또는 기타 음악 콘텐츠 통합. **A02. Brand or Product Integration into Music Content** Relevant and symbiotic brand integration into music videos or other music content.	**필수** • 독창적 콘텐츠 **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Original Content **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A03. 오리지널 작곡의 사용 브랜드에서 사용하기 위해 특별히 창작된 오리지널 음악 작곡의 효과와 성공. 음반 자체의 예술적 성과와 더불어 브랜드 콘텐츠에서의 성공적인 사용이 고려됨. **A03. Use of Original Composition** The impact and success of original music compositions created specifically for a brand's use. The artistic achievement of the track itself will be considered, as well as its successful use in branded content.	
A04. 라이선스/편곡 음악의 사용 라이선스 또는 편곡되었지만 특별히 브랜드의 커뮤니케이션에 사용하기 위해 창작되지 않은 트랙의 배치. 브랜드를 위한 음악의 소싱 및 적합성이 심사됩니다. **A04. Use of Licensed / Adapted Music** Placement of a track that has been licensed or adapted by, but not specifically created for, a brand for use in it's communications. The sourcing and suitability of the music for the brand will be considered.	

B. 음악 주도 브랜드 경험 **B. Music-Led Brand Experience**	**자료** **Materials**
B01. 음악 라이브 경험 실제 또는가상 세계에서 진행되는 콘서트, 스턴트, 설치, 활성화 등 음악이 핵심인 경험의 디자인 및 제작. **B01. Live Music Experience** The design and production of experiences with music at its core. This may include but is not limited to, concerts, stunts, installations and activations held physically or within virtual worlds.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film

	Optional • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 커뮤니티 C. Community	자료 Materials
C01. 팬 참여/커뮤니티 구축 아티스트의 팬층을 구축하고 참여를 유도하여 커뮤니티 활동과 브랜드 호감도를 높이기 위한 전략적 이니셔티브. **C01. Fan Engagement / Community Building** Strategic initiatives designed to build and engage an artist's fanbase, enhancing community activity and brand affinity.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 인플루언서 및 공동 제작 신규 콘텐츠 크리에이터 및/또는 인플루언서의 크리에이티브이고 혁신적인 사용을 통해 게이밍 커뮤니티 내에서 브랜드 메시지를 강화하고 특정 청중과 교감. 여기에는 협업, 스폰서 콘텐츠, 사용자 생성 콘텐츠 등이 포함될 수 있습니다. **C02. Influencer & Co-Creation NEW** The creative and innovative use of content creators, streamers and/or influencers to drive a brand's message and engage with a specific audience through music. This may include, but is not limited to, collaborations, sponsored content and user-generated content.	
C03. 브랜드 파트너십, 스폰서십, 협업 음악, 브랜드 콘텐츠, 엔터테인먼트를 활용하여 특정 비즈니스 목표를 달성하고 모든 관계자와 상호 이익을 얻기 위한 전략적 브랜드 파트너십 및 협업. **C03. Brand Partnerships, Sponsorships & Collaborations** Strategic brand partnerships and collaborations that leverage music, branded content and entertainment to meet specific business goals and mutually benefit everyone involved.	

D. 음악 혁신 D. Innovation in Music	자료 Materials
D01. 음악 혁신 브랜드 또는 아티스트를 위한 음악 플랫폼 및 기술의 혁신적 사용. 스트리밍 플랫폼, 비디오 호스팅 서비스, 가상 세계, 재생 목록 전략, 앱, 웨어러블을 포함. 심사에서는 브랜드의 콘텐츠와 그 제품 또는 서비스를 강화하는 기술의 창의적 활용에 중점을 둡니다. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **D01. Innovative in Music** The innovative use of music platforms and technology for a brand or artist. This could include, but not be limited to, streaming platforms, video hosting services, virtual worlds, playlist strategies, apps and wearables. Focus will be placed on the creative application of technology to enrich a brand's content and its product or service. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

옥외

Outdoor

옥외 스파이크스는 옥외에서 경험하는 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 현장에서 교감하는 아이디어를 보여 주어야 합니다. 즉 공공 공간을 활용하여 메시지를 전달하거나 소비자가 브랜드 경험에 몰입하게 만드는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행이 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 옥외에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 'A. 부문: 광고판' 및/또는 'B. 부문: 포스터'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 A와 B에서 각 집행은 1회 출품에 해당하며, 모든 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 섹션 C, D, E에서는 여러 번의 집행을 1회 출품으로 출품할 수 있지만 모든 옥외 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.

The Outdoor Spikes celebrate creativity experienced out of home.

The work will need to demonstrate ideas that engage in the field. Work that leverages public spaces to communicate a message or immerse consumers in a brand experience.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Outdoor as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Sectors: Billboards' and/or 'B. Sectors: Posters'.
- In sections A and B each execution constitutes one entry and all executions must have run within the eligibility period.
- In Sections C, D, and E multiple executions can be entered as one entry however all Outdoor executions must have run within the eligibility period.

A. 광고판: 부문 도로변, 고속도로, 환승 구역 등 표준 광고판 공간을 위해 만들어진 고전적인 이차원 광고판 및 정적인 디지털 광고판이 포함되나 이에 국한되지 않음. **A. Billboards: Sectors** Classic two dimensional sheet and static digital billboards made for standard billboard spaces. This may include, but not limited to, roadsides, highways and transit sides.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **선택 사항** • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Optional** • Digital Supporting Images JPG

A02. 헬스케어
제약, OTC 약품, 건강.

자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.

A02. Healthcare
Pharma, OTC drugs, wellness.

If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인
대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인.

A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains
All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.

A04. 미디어/엔터테인먼트
음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체.

A04. Media / Entertainment
Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.

A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business)
모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션.

A05. Consumer Services / Business to Business
All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.

A06. 비영리/자선 단체/정부
정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체.

모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다

A06. Not-for-profit / Charity / Government
Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations.

All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context

필수
- 디지털 증빙 자료 JPG

선택 사항
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Digital Proof JPG

Optional
- Digital Supporting Images JPG

B. 포스터: 부문 슈퍼마켓, 쇼핑몰, 공항과 같은 공공 공간을 위해 만들어진 고전적 포스터 및 정적 디지털 포스터. B. Posters: Sectors Classic sheet and static digital posters made for public spaces. e.g. supermarkets, shopping malls, airports.	자료 Materials
B01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **B01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG
B02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 B06으로 출품해야 합니다.* **B02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into B06.*	
B03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **B03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	
B04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **B04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
B05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **B05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
B06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **B06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context*	

C. 앰비언트 및 익스피어리언스

공공장소, 사물 및 환경을 활용하는 모든 표준, 비표준 및 자유 형식의 옥외 광고 작품. 정적 디지털 광고판/포스터의 경우 A. 광고판: 부문 또는 B. 포스터: 부문에 출품하십시오.

C. Ambient & Experiential

All standard, non-standard and free-format out-of-home work that leverages the use of public spaces, objects and environments. For static digital billboards/posters please enter A. Billboards: Sectors or B. Posters: Sectors.

자료 Materials

필수

- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)

- 시상식용 영상

선택 사항

- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory

- Digital presentation image – JPG

Highly Recommended (Optional)

- Demo Film

Optional

- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Image - JPG

C01. 디스플레이

옥외 환경에서 의미 있는 브랜드 효과를 내기 위해 고안된 오브젝트와 홍보 아트워크를 포함한 디스플레이 상의 콘텐츠. 전시, 설치, 매장 내 디스플레이 등 작품을 공공 공간에서 볼 수 있습니다.

C01. Displays

Content on display including objects and promotional artwork designed to make a significant brand impact within the out of home environment. Work may be viewable in public spaces including exhibitions, installations and in-store displays.

C02. 인터랙티브/동적 디지털 스크린

디지털 옥외 광고(DOOH)로, 선형적 영화/콘텐츠 또는 애니메이션을 포함하거나 상호 작용 및 적극적인 소비자 참여가 필요한 디지털 터치스크린, 모션 기술, 소셜 미디어, 모바일 애니메이션 사용을 포함해야 함.

C02. Interactive/Dynamic Digital Screens

Digital out of home (DOOH) that requires either linear motion picture/content or animation or interaction and active consumer engagement using digital touchscreens, motion technology, social media and mobile animation.

C03. 특수 광고

건물 외부, 길거리 가구, 환경 및 대규모 사이니지를 포함한 옥외 광고 장소의 물리적 건축 및 개조. 초대형 부지, 팝업 매장, 3D/비표준 형태의 부지, 개찰구 및 바닥 매체 등 포함.

C03. Special Build

Physical constructions and adaptations of out of home sites including building exteriors, street furniture, the environment and large scale signage. Including but not limited to, supersize sites, pop-up shops, 3D / non-standard shaped sites, ticket barriers and floor media.

C04. 라이브 광고 및 이벤트

광고주 측의 라이브 광고, 이벤트 등을 청중이 실시간으로 보게 되는 옥외 활성화. 출품작에는 라이브 공연, 시연, 브랜디드 콘서트, 홍보 이벤트 등이 포함될 수 있습니다.

C04. Live Advertising & Events

Out of home activations that involve something live on the part of the advertiser and are witnessed by an audience in real-time. The work may include, but is not limited to live performances, demonstrations, branded concerts and promotional events.

C05. 교통

차량이나 환승 구역/장소를 사용한 비표준 또는 자유 형식 광고. 출품작에는 차량, 열차, 버스, 택시, 트럭, 항공기 등의 사용이나 주차장, 공항, 버스 정거장, 기차역, 여객선 터미널, 도로 및 드라이빙 트랙 같은 교통 및 출퇴근 광고 장소의 사용이 포함될 수 있습니다.

C05. Transit

Non-standard or free-format advertising using vehicles or transit sites / locations. The work may include the use of cars, trains, buses, taxis, trucks, airplanes etc. or the use of transit and commuter advertising sites such as car parks, airports, bus & train stations, ferry ports, roads and driving tracks.

C06.몰입형 경험
집 밖의 환경에서 소비자 주변의 참여를 유도하는 몰입형 대규모 또는 소규모 경험. 몰입형 스토리텔링, 체험 마케팅, 모바일, VR/AR, 가상 세계, 설치물, 멀티스크린 및 다차원 경험 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음.

C06. Immersive Experiences
Immersive large- or small-scale experiences that surround and engage consumers within an out-of- home environment. This may include but is not limited to immersive storytelling, experiential marketing, use of mobile, VR/AR, virtual worlds, installations and multiscreen and multidimensional experiences. Does not include prototypes of early-stage technology.

D. 옥외 혁신

옥외 매체의 크리에이티브/혁신적 사용을 통한 브랜드 메시지 전달.

D. Innovation in Outdoor

The creative and/or innovative use of the out-of-home medium to communicate the brand's message.

자료
Materials

D01. 표준 장소
광고판, 포스터, 교통 광고, 통근 열차, 월스케이프, 디스플레이, 길거리 광고 등을 포함하여 전통적 옥외와 같은 매체의 경계나 범위를 넓히는 표준 옥외 광고 장소를 위해 창작된 출품작.

2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오.

D01. Standard Sites
Work created for standard out-of-home sites that pushes boundaries or broadens the scope of traditional out-of-home mediums such as billboards, posters, transit advertising, commuter rail, wallscapes, displays, street advertising.

If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.

D02. 앰비언트 옥외
공공 공간, 오브젝트, 환경을 활용하고 혁신에 있어 진보적인 비표준 앰비언트 옥외 광고 장소를 위해 창작된 출품작.

D02. Ambient Outdoor
Work created for non-standard, ambient out of home sites which leverage public spaces, objects and environments and are forward thinking in their innovation.

D03. 기술
강력한 옥외 접점이 있는 모바일, 홀로그래픽 이미지, 드론, AR, 컴퓨터 생성 이미지, 알고리즘, AI 사용 등을 포함하여 옥외 경험을 창출하는 혁신적 기술 사용.

D03. Technology
Innovative use of technology to create out of home experiences. This could include, but not limited to, the use of mobile with a strong out-of-home touch point, holographic images, drones, AR, computer-generated imagery, algorithms and AI.

필수
- 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG

권장(선택 사항)
- 데모 영상

선택 사항
- URL
- 디지털 보조 콘텐츠
- 디지털 보조 이미지 JPG

Compulsory
- Digital Presentation Image JPG

Highly Recommended (Optional)
- Demo Film

Optional
- URL
- Digital Supporting Content
- Digital Supporting Images JPG

E. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. 2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오. **E. Culture & Context** Work that is brought to life through cultural insights and regional context. If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.	**자료** **Materials**
E01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **E01. Local Brand** Work for brands which are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **E02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
E03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 작품을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **E03. Single-market Campaign** Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	
E04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트 신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **E04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, relying on identifiable social behaviour or cultural insights, stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	
E05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **E05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

E06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **E06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **E07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
E08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **E08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

PR

PR 스파이크스는 전략적이고 크리에이티브한 커뮤니케이션 기교에 주어지는 상입니다.

출품작은 언드 미디어(earned media)에 기반한 독창적 사고, 혁신적 인사이트, 전략이 어떻게 여론에 영향을 주고, 비즈니스, 사회 및/또는 문화 변화를 이끌어 냈는지 보여 줄 필요가 있습니다. 출품작의 핵심 스토리텔링은 조직이나 브랜드의 평판과 비즈니스를 확립, 보호, 강화해야 합니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 20% 아이디어, 30% 전략, 20% 집행, 30% 영향 및 결과.
- PR에는 동일 작품을 3회까지 출품할 수 있습니다. 다만 'A. PR: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 'E의 출품작: PR 크래프트 우수성 출품작은 오로지 독립 PR 에이전시 또는 PR 네트워크 또는 독립 PR 네트워크에 소속된 회사만 제출하고 비용을 지불받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The PR Spikes celebrate the craft of strategic and creative communication.

The work will need to demonstrate how original thinking, transformative insight and a strategy rooted in earned media has influenced opinion and driven business, societal, or cultural change. Work that has storytelling at its core and established, protected and enhanced the reputation and business of an organisation or brand.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 20% idea; 30% strategy; 20% execution; 30% impact and results.
- The same piece of work can be entered up to three times in PR. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. PR: Sectors'.
- The work in section 'E: Excellence in PR Craft' can only be submitted and paid for by independent PR agencies or companies owned by a PR network or independent PR network. The same piece of work can be entered only once in each category within this section.

A. PR: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. PR: Sectors** The same entry can be submitted only once in this section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	• Digital Supporting Images JPG
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms and other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 F. 문화 및 맥락의 F07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or F07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section F. Culture & Context*	

B. 소셜 참여 및 인플루언서 마케팅 이 카테고리의 출품작은 PR 캠페인 지원 또는 집행을 위해 소셜/디지털 플랫폼을 어떻게 활용했는지에 초점을 맞춰 심사됩니다. **B. Social Engagement & Influencer Marketing** In these categories, your entry will be judged on how social/ digital platforms were leveraged to support or execute the PR campaign.	자료 **Materials**
B01. 소셜 참여 브랜드 인지도와 옹호를 구축하는 PR(Public Relation) 및 소셜 미디어 스토리텔링에 주어지는 상. 출품작은 소셜 미디어를 어떻게 활용하여 브랜드 인지도와 관련성을 높였는지 보여 주어야 합니다. **B01. Social Engagement** Celebrating public relations and social media storytelling that builds brand awareness and advocacy. The work should demonstrate how social media was harnessed to increase brand awareness and relevance.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 커뮤니티 관리 브랜드 관계 개발, 유지, 육성에 주어지는 상. 출품작은 브랜드의 온라인 커뮤니티/타겟 청중과의 교감이 온라인 커뮤니티 내에서 어떻게 브랜드 평판을 구축하고 신뢰와 권위를 확립했는지 보여 주어야 합니다. **B02. Community Management** Recognising the development, maintenance and nurturing of brand relationships. The work should demonstrate how engaging with a brand's online community / targeted audience built its reputation and established trust & authority within the online community.	
B03. 실시간 대응 세계적 사건, 공공 문제, 기타 현실적인 실시간 활동에 관한 대화에 크리에이티브이고 유의미하게 대응하고 참여하기 위해 고안된 실시간 소셜 활동. **B03. Real-time Response** Real-time social activity designed to respond and engage in the conversation around world events, public affairs and other real-world, real-time activity in a creative and meaningful way.	
B04. 콘텐츠 창작 및 제작 엔터테인먼트, 영감 또는 교육을 위해 창작되고 제작된 콘텐츠. 출품작은 창작된 콘텐츠가 청중과 어떤 연관성을 갖고 청중을 끌어들이며 브랜드 메시징에 어떻게 부합하는지 보여 주어야 합니다. **B04. Content Creation & Production** Content created and produced to entertain, inspire or educate. The work should demonstrate how the content created was audience relevant and engaging as well as in line with brand messaging.	
B05. 콘텐츠 발견 및 증폭 최대의 잠재적 청중에 다가가기 위한 콘텐츠 증폭 및 배급에 대한 크리에이티브 접근법에 주어지는 상. 출품작은 언드 미디어, 페이드 미디어, 온드 미디어의 조합이 브랜드 참여 및 인지도 증가에 어떤 기여를 했는지 보여 주어야 합니다. **B05. Content Discovery & Amplification** Recognising a creative approach to content amplification and distribution in order to reach the largest potential audience. The work should demonstrate how a combination of earned, paid, shared and owned media contributed to increased brand engagement and awareness.	
B06. 혁신적 인플루언서/크리에이터 사용 인플루언서의 크리에이티브, 혁신적 사용을 통해 특정 청중에 대한 브랜드 메시지 및 인지도 증진. **B06. Innovative Use of Influencers/ Creators** The creative and innovative use of influencers/ creators to drive brand message and awareness to a specific audience.	

C. 인사이트 및 측정 이 카테고리의 출품작은 크리에이티브 영감과 커뮤니케이션 전략을 이끌어내는 데이터 사용의 효과를 보여 주어야 합니다. 출품작은 조직 성과에 실질적 영향을 미친 인사이트와 측정의 신중하고 사려 깊은 도입에 초점을 맞춰 심사됩니다. 출품작은 비광고 커뮤니케이션이 대처해야 하는 다양한 평판 및 이해관계자 과제에 맞선 활동의 성공을 보여 주어야 합니다. **C. Insights & Measurement** These categories showcase effectiveness in using data to drive creative inspiration and communications strategies. The work will be judged on the deliberate and thoughtful introduction of insights and measurements to develop campaigns that have had a real impact on the performance of an organisation. The work should demonstrate the success of activities that tackles the wide range of reputational and stakeholder challenges that non-advertising communications have to address.	**자료** **Materials**
C01. 조사, 데이터, 분석 PR 프로그램에 유의미한 기여 또는 정보를 제공하는 조사, 데이터 기반 또는 실행 가능한 인사이트. 출품작은 조사 또는 인사이트의 증거, 사고의 품질, 전략의 개발을 제공해야 합니다. **C01. Research, Data & Analytics** Research, data-led or actionable insight that provides a meaningful contribution or input to a public relations program. The work should provide evidence of research or insight, quality of thinking and the development of a strategy. **C02. PR 효과** 비즈니스와 평판에 미친 영향이 입증된 크리에이티브 출품작. 출품작은 결과 데이터와 결과 평가에 사용된 측정 도구 및 분석 방법에 대한 자세한 설명을 제공해야 합니다. 실질적 비즈니스 결과와 매체의 질과 양이 심사됩니다. **C02. PR Effectiveness** Recognises creative work that has a proven impact on business and reputation. The work should provide results data, as well as details of measurement tools and analysis methods used to evaluate results. Consideration will be given to tangible business results and the quality and quantity of media.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. PR 기법 이 카테고리의 출품작은 도달 범위를 넓히고 원하는 캠페인 성과를 달성하기 위해 선택한 크리에이티브한 PR 기법 구현을 구현했는지를 기준으로 심사됩니다. **D. PR Techniques** In these categories, your entry will be judged on the creative implementation of your chosen PR techniques in order to increase reach and achieve desired campaign outcomes.	**자료** **Materials**
D01. 미디어 관계 캠페인의 제일 앞에 저널리즘을 내세우고 논설 참여, 교육 또는 영향력 행사를 위한 높은 정도의 혁신의 증거가 있는 PR. 출품작은 깊이, 품질, 메시징을 포함하여 매체 성과의 관련성을 설명해야 합니다. 이 전략이 원하는 캠페인 성과를 어떻게 달성 또는 지원했는지가 심사됩니다. **D01. Media Relations** PR that puts journalism at the forefront of the campaign, with evidence of a high-degree of innovation intended to engage, educate or influence editorial. The work should explain the relevance of media outcomes, including depth, quality and messaging. Consideration will be given to how this strategy achieved or supported the desired campaign outcome.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D02. 이벤트 및 스턴트 사용 광범위한 홍보 전략의 일환으로 브랜드의 가치와 평판 또는 커뮤니케이션 프로젝트를 구축하기 위해 스턴트, 이벤트, 대회, 홍보용 게임, 팝업 이벤트, 스트리트 아트, 게릴라 마케팅, 기업 이벤트, 출시 파티, 라이브 스트리밍 이벤트, 페스티벌 등을 사용하는 출품작. **D02. Use of Events & Stunts** Work which uses stunts, events, competitions, promotional games, pop-up events, street art, guerrilla marketing, corporate events, launch parties, live streamed events, festivals etc. to build the value and reputation of a brand or communication project as part of a wider public relations strategy.	
D03. 출시/재출시 제품 또는 서비스 출시 또는 재출시를 위해 창작된 출품작. **D03. Launch / Re-launch** Work created to launch or re-launch a product or service.	
D04. 브랜드 보이스 및 전략적 스토리텔링 브랜드/조직의 특정 관점/스토리를 일관된 적절한 방식으로 전달하고 직원, 주주, 고객과 정서적 유대를 구축하기 위해 고안된 맞춤형 전략. **D04. Brand Voice & Strategic Storytelling** Customised strategies designed to communicate a particular point of view / story of a brand / organisation in a consistently relevant way and to build an emotional connection with employees, shareholders and customers alike.	
D05. 기술의 사용 인공지능, 가상 현실, 가상 세계, 로보틱스, 가제트 및 전자 제품, 웨어러블 및 인터랙티브 기술 등 디지털 혁신의 경계를 넓혀 PR 캠페인을 집행 또는 지원하는 기존 기술이나 새로운 기술. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **D05. Use of Technology** Existing or new technology that pushes the boundaries of digital innovation to execute or support a PR campaign, including artificial intelligence, virtual reality, virtual worlds, robotics, gadgets and electronics, wearable and interactive technology, etc. Does not include prototypes of early-stage technology.	

E. 우수성: PR 기교 해당 카테고리의 출품작은 선택한 PR 전문 분야 내에서 탁월하고 창의적 모범 관행을 보여주는지를 기준으로 심사됨. 이 섹션의 출품작은 독립 PR 에이전시 또는 PR 네트워크 또는 독립 PR 네트워크에 소속된 회사만 제출하고 비용을 지불받을 수 있습니다. 이 섹션의 각 카테고리에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다. **E. Excellence: PR Craft** Work in these categories will be judged on the demonstration of exceptional and creative best practice within the chosen PR specialism. Entries in this section can only be submitted and paid for by Independent PR agencies or companies owned by a PR network or independent PR network. The same piece of work can be entered only once in each category within this section.	**자료** **Materials**
E01. 기업 이미지, 커뮤니케이션, 평판 관리 이미지를 구축/위상을 높이고 기업 브랜드, 조직 또는 기업에 대한 인식을 형성하는 출품작. **E01. Corporate Image, Communication & Reputation Management** Work that builds the image / raises the profile and shapes the perceptions of a corporate brand, organisation or corporation.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 공공 관계 및 로비 로비 또는 보다 광범위한 공공 관계 전략 및 정치 또는 투표 이니셔티브를 사용하여 공공 정책 의제에 영향을 미치도록 기획된 출품작. **E02. Public Affairs & Lobbying** Work planned to influence or inform the public policy agenda using either lobbying or wider public affairs strategies, as well as political or ballot initiatives.	
E03. 위기 커뮤니케이션 및 이슈 관리 회사의 신뢰성과 평판에 영향을 미칠 수 있는 위기나 이슈에 대비한 계획 및/또는 그 결과에 대한 대처. 출품작은 위기 커뮤니케이션 전략의 계획 및/또는 실행의 증거와 원하는 성과를 어떻게 달성했는지 보여 주어야 합니다. *이 카테고리 출품작의 콘텐츠는 완전히 기밀이 유지되며 심사 목적으로만 사용됩니다.* **E03. Crisis Communications & Issue Management** The planning and/or handling of the consequences of a crisis or an issue that may affect a company's credibility and reputation. The work should demonstrate evidence of the planning and/or implementation of a crisis communication strategy and how the desired outcome was achieved. *Content of entries in this category can be kept entirely confidential and used for judging purposes only.*	
E04. 내부 커뮤니케이션 및 직원 참여 직원들을 회사 정체성 또는 메시지에 연결하기 위한 변화 관리를 포함한 내부 커뮤니케이션 및 활동 참여. 출품작은 활동이 측정 가능한 결과, 직원 만족도, 비즈니스 성장으로 어떻게 연결되었는지 보여 주어야 합니다. **E04. Internal Communications & Employee Engagement** Engaging internal communications and activities, including change management, intended to connect employees with a company identity or message. The work should demonstrate how activities translated into measurable results, employee satisfaction, and business growth.	
E05. 스폰서십 및 브랜드 파트너십 구체적 인지도/비즈니스 목표를 달성하고 브랜드, 조직 또는 기업의 이미지를 향상시키기 위해 스폰서십 및/또는 파트너십 프로그램을 활용한 출품작. **E05. Sponsorship & Brand Partnerships** Work which utilised sponsorship and/or partnership programs in order to meet specific awareness / business goals as well as to enhance the image of a brand, organisation or corporation.	

F. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. **F. Culture & Context** Work that is brought to life through cultural insights and regional context.	자료 **Materials**
F01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **F01. Local Brand** Work for brands which are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **F02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
F03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **F03. Single-market Campaign** Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	
F04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트 신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **F04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, relying on identifiable social behaviour or cultural insights, stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	
F05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **F05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

F06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **F06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
F07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **F07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
F08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **F08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

인쇄 및 출판

Print & Publishing

인쇄 및 출판 스파이크스는 유통 크리에이티비티에 주어지는 상입니다.

출품작은 곧바로 시선을 끄는 아이디어를 보여 줄 필요가 있습니다. 즉 도서, 잡지, 표지 및 공개 배포를 위한 디지털 출판을 포함한 출판 매체에서 독창성과 탁월한 솜씨를 보여 주는 출품작이어야 합니다.

- 심사 기준으로는 주로 아이디어와 집행 및 그 효과가 고려됩니다.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 인쇄 및 출판에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 'A. 인쇄: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.
- 섹션 A에서 각 집행은 1회 출품에 해당하며, 모든 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.
- 섹션 B,C 와 D에서는 여러 번의 집행을 1회 출품으로 출품할 수 있지만 모든 인쇄 및 출판 집행은 출품 기간 내에 이루어져야 합니다.

The Print & Publishing Spikes celebrate creativity in circulation.

The work will need to demonstrate ideas that leap off the page. Work that shows ingenuity and outstanding craftsmanship in published media including books, magazines, covers and digital publications for public distribution.

- The main criteria considered during judging will be the idea, the execution and the impact.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Print & Publishing as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Print: Sectors'.
- In section A each execution constitutes one entry and all executions must have run within the eligibility period.
- In Sections B, C and D multiple executions can be entered as one entry however all Print & Publishing executions must have run within the eligibility period.

A. 인쇄 및 출판: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. **A. Print & Publishing: Sectors** The same entry can be submitted only once in this section.	**자료** **Materials**
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains*	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **선택 사항** • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Optional** • Digital Supporting Images JPG

A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	**필수** • 디지털 증빙 자료 JPG **선택 사항** • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Proof JPG **Optional** • Digital Supporting Images JPG
A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 D. 문화 및 맥락의 D07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or D07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section D. Culture & Context*	

B. 출판 기존 인쇄 미디어 및 출판 미디어 제작. 도서, 잡지, 표지, 디지털 출판물을 포함. 제출 시, 고려/평가해야 할 부분이 표지인지, 출판물 전체인지 표시해야 함. **B. Publications** The creation of original printed or published media. This may include, but not be limited to, books, magazines, covers and digital publications. The submission should indicate whether only the cover or the whole publication should be considered/judged.	**자료** **Materials**
B01. 상업 출판 신규 브랜드 인지도를 높이거나 프로필을 알리기 위한 상업용 또는 홍보용으로 제작한 도서 및 잡지. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B01. Commercial Publications NEW** Books and magazines created for commercial or promotional purposes, to increase brand visibility or profile. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 선을 위한 출판 신규 자선 단체, 비영리 단체, 공공 부문, NGO를 대표하여 제작한 도서 및 잡지. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **B02. Publications for Good NEW** Books and magazines created on behalf of charities, non-profit organisations, public sectors or NGOs. *Please send physical samples for the jury to experience.*	

C 인쇄 및 출판 혁신 2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오. **C. Innovation in Print & Publishing** If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.	**자료** **Materials**
C01. 인쇄 및 출판의 혁신적이고 조정된 사용 물리적으로 능동적인 요소를 포함하도록 수정되거나 조정된 비전통적이고 혁신적인 인쇄 출품작. 여기에는 AI, AR, 웨어러블 기술, 가상 세계, 게임화, 다운로드 가능한 애플리케이션, QR 코드 및 3D 프린팅 등 디지털 및 인터랙티브 요소가 있는 인쇄 출품작 등이 포함될 수 있습니다. *심사위원단이 체험할 수 있는 물리적 샘플을 보내 주십시오.* **C01. Innovative and Adapted Use of Print & Publishing** Non-traditional and innovative print work that has been modified or adapted to have physically active elements. This may include, but is not limited to, print work with digital and interactive elements such as AI, AR, wearable tech, virtual worlds, gamification, downloadable applications, QR codes and 3D printing. *Please send physical samples for the jury to experience.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 데모 영상 • 실물 보조 자료 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Demo Film • Physical Support Material **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

D. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. 2건 이상의 집행을 제출하는 경우, 모든 집행을 하나의 디지털 프리젠테이션 이미지로 업로드해 주십시오. **D. Culture & Context** Work that is brought to life through cultural insights and regional context. If you are submitting more than one execution please upload all executions in a single digital presentation image.	**자료** **Materials**
D01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **D01. Local Brand** Work for brands which are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **D02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
D03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서만 방영되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **D03. Single-market Campaign** Work that only aired or ran in a single country / region / market. The work should describe how it was designed for the specific target market.	
D04. 소셜 행동 및 문화적 인사이트 신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **D04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, relying on identifiable social behaviour or cultural insights, stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	
D05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **D05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

D06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **D06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • URL • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • URL • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **D07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose-driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
D08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **D08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

소셜 및 인플루언서

Social & Influencer

소셜 및 인플루언서 스파이크스는 크리에이티브한 소셜 사고와 전략적 인플루언서 마케팅 솔루션에 주어지는 상입니다.

출품작은 소셜 미디어, 브랜드 앰배서더, 인플루언서의 참여 수준, 사회적 도달 범위, 크리에이티브 활용이 어떻게 상업적 성공을 이끌어 냈는지 보여 줄 필요가 있습니다.

- 심사 과정에서 여러 가지 기준이 고려되며, 다음과 같이 가중치가 부여됩니다. 30% 아이디어, 20% 전략, 20% 집행, 30% 결과.
- 선택한 카테고리가 연관성이 있는 한 소셜 및 인플루언서에 동일 작품을 출품할 수 있는 횟수에는 제한이 없습니다. 다만 'A. 소셜 및 인플루언서: 부문'에는 동일 작품을 한 번만 출품할 수 있습니다.

The Social & Influencer Spikes celebrate creative social thinking and strategic influencer marketing solutions.

The work will need to demonstrate how levels of engagement, social reach and the creative use of social media, brand ambassadors and influencers led to commercial success.

- A number of criteria will be considered during judging and weighted as follows: 30% Idea; 20% strategy; 20% execution; 30% results.
- There is no overall limit to how many times the same piece of work can be entered into Social & Influencer as long as the categories chosen are relevant. However, the same piece of work may only be entered once in 'A. Social & Influencer: Sectors'.

A. 소셜 및 인플루언서: 부문 이 섹션에는 동일 출품을 한 번만 제출할 수 있습니다. A. Social & Influencer: Sectors The same entry can be submitted only once in this section.	자료 Materials
A01. 소비재 식품 및 음료, 욕실 용품, 청소 용품, 기타 가정용 제품, 기타 FMCG, 의류 및 액세서리, 가구, 소비자 가전, 자동차 및 자동차 제품 및 서비스를 포함한 일상 소비재와 내구 소비재. *모든 패스트푸드 출품작은 A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인에 출품해야 합니다.* **A01. Consumer Goods** All fast moving & durable consumer goods, including food and drinks, toiletries, cleaning products, other household goods, other FMCG, clothing and accessories, furniture, consumer electronics, cars and automotive products & services. *All fast food entries should go in A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains.*	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film
A02. 헬스케어 제약, OTC 약품, 건강. *자선 단체/비영리 기관을 대상으로 제작한 출품작의 경우 A06으로 출품해야 합니다.* **A02. Healthcare** Pharma, OTC drugs, wellness. *If the work has been created for a Charity/NFP then this should be entered into A06.*	

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

A03. 여행, 레저, 소매, 레스토랑 및 패스트푸드 체인 대중 교통 및 관광청을 포함한 모든 교통 및 여행 관련 서비스. 박물관, 페스티벌, 헬스클럽을 포함한 모든 엔터테인먼트 및 레저 관련 서비스. 온라인 소매상, 안경점, 미용실, 부동산 중개소를 포함한 모든 매장. 카페와 술집을 포함한 모든 레스토랑 및 패스트푸드 체인. **A03. Travel, Leisure, Retail, Restaurants & Fast Food Chains** All transport- and travel-related services, including public transport and tourism boards. All entertainment- and leisure-related services, including museums, festivals and gyms. All shops, including online retailers, opticians, hairdressers and estate agents. All restaurants and fast food chains, including cafes and bars.	**Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
A04. 미디어/엔터테인먼트 음악, 영화, TV, 출판 및 매체, 책, 뉴스, 디지털 플랫폼, 기타 매체. **A04. Media / Entertainment** Music, film, television, publications & media, books, news, digital platforms, other media.	
A05. 소비자 서비스/B2B(Business to Business) 모든 상업적 공공 서비스, 법률, 금융, B2B 기술, 컨설팅 및 전문 서비스, 기타 비즈니스 서비스, 내부 및 기업 커뮤니케이션. **A05. Consumer Services / Business to Business** All commercial public services, legal, financial, B2B technology, consultancies & professional services, other business services, internal & corporate communications.	
A06. 비영리/자선 단체/정부 정부, 공보, NGO, 군대, 자선 단체, 비영리 단체. *모든 CSR 출품작은 관련 부문 및/또는 섹션 E. 문화 및 맥락의 E07. 기업 목적 및 사회적 책임 카테고리에 출품해야 합니다* **A06. Not-for-profit / Charity / Government** Government, public information, NGOs, military, charities, non-profit organisations. *All CSR work should be entered in the relevant sector and/or E07. Corporate Purpose & Social Responsibility category in section E. Culture & Context.*	

B. 소셜 인사이트 및 참여 이 카테고리의 출품작은 얼마나 성공적으로 소셜 미디어를 사용하여 온라인 커뮤니티와 교감하고 브랜드의 측정 가능하고 유의미한 결과를 성취했는지가 심사됩니다. **B. Social Insights & Engagement** Work in these categories will be judged on how successfully social was used to engage with online communities and deliver measurable and meaningful results for a brand.	자료 **Materials**
B01. 커뮤니티 관리 온라인 소셜 커뮤니티 참여, 구축 또는 유지를 위해 고안된 소셜 활동. 활성/비활성 사용자를 겨냥한 타겟 커뮤니케이션의 참여 수준과 관련성이 모두 심사됩니다. **B01. Community Management** Social activity that is designed to engage, build or maintain an online social community. Engagement levels and the relevance of targeted communications directed at active / non-active users will all be considered.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B02. 실시간 대응 소셜 플랫폼을 사용하여 세계적 사건, 공공 문제, 그 밖에 사회적 공유와 참여를 촉구하는 실시간 활동에 유의미하고 시급하며 크리에이티브으로 대응하는 타겟팅된 소셜 활동. **B02. Real-time Response** Targeted social activity that utilises social platforms to respond to world events, public affairs and other real-time activity in a meaningful, time sensitive and creative way, that prompts social sharing and engagement.	
B03. 소셜 리스닝 및 인사이트 데이터 및 인사이트의 사용을 통해 특정 청중이나 커뮤니티와 유의미한 관계를 맺거나 발전시키도록 확대된 소셜 캠페인. 소셜 데이터/리스닝/분석의 전략적 활용을 통해 얻은 인사이트가 심사됩니다. **B03. Social Listening & Insight** Social campaigns elevated through their use of data and insights to engage or develop a meaningful relationship with a specific audience or community. Insights gained through the strategic application of social data / listening / analytics will be considered.	
B04. 커뮤니티의 혁신적인 참여 기존 소셜 플랫폼 및/또는 온라인 커뮤니티의 크리에이티브 사용을 통해 비즈니스 목표에 영향을 미치거나 브랜드, 커뮤니티 또는 소비자와의 관계 강화. 여기에는 기존 소셜 플랫폼을 위해 구축된 새로운 기능의 사용, 참여 수준, 소셜 도달 범위 및 크리에이티브 전략 등도 포함될 수 있습니다. **B04. Innovative Engagement of Community** Creative use of existing social platforms and/or online communities to impact business objectives or enhance a relationships with a brand, community or consumers. This may also include the use of new functions built for existing social platforms, levels of engagement, social reach and the creative strategy etc.	

B05. 메타버스, 뉴 리얼리티, 신흥 기술 소셜 미디어 내 기술의 경계를 크리에이티브으로 넓히는 몰입형 경험. AI, AR, VR, XR,, 웨어러블 기술 및 모바일 기기, 음성 기술, 블록체인 기술, 게임화, 가상 세계, 메타버스 및 그 밖의 모든 신흥 플랫폼 등을 포함. 초기 단계 기술의 시제품은 포함되지 않음. **B05. Metaverse, New Realities & Emerging Tech** Immersive experiences that creatively push the boundaries of technology within social media. Including but not limited to AI, AR, VR, XR, wearable tech and mobile devices, voice technology, blockchain technology, gamification, virtual worlds, the metaverse and all other emerging platforms. Does not include prototypes of early-stage technology.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • AR/VR Files • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
B06. 크리에이터 및 인플루언서 기반 인사이트 신규 특정 청중이나 커뮤니티를 타겟팅하거나 끌어들이거나 관계를 발전시키기 위해 크리에이터 또는 인플루언서 캠페인에서 특별히 생성된 데이터의 창의적 해석. **B06. Creator & Influencer Sourced Insight NEW** The creative interpretation of data specifically generated from creator or influencer campaigns in order to target, engage or develop a relationship with a specific audience or community.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • AR/VR 파일 • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG

C. 크리에이터 및 인플루언서 마케팅 이 카테고리의 출품작은 소셜 인플루언서 및 콘텐츠 크리에이터를 활용하여 소셜 캠페인을 얼마나 개선하였는지 보여주어야 함. **C. Creator & Influencer Marketing** The work in this category should demonstrate how a social campaign was enhanced through the use of social influencers and content creators.	**자료** **Materials**
C01. 혁신적 인플루언서 사용 브랜드 또는 조직의 도달 범위와 인지도 증대 및/또는 비즈니스 결과 증진을 주된 목표로 인플루언서가 창작한 독특한 콘텐츠 등 크리에이터, 인플루언서 또는 유명인의 크리에이티브 사용. **C01. Innovative Use of Creators, Influencers or Celebrities** Creative use of creators, influencers or celebritiesa. This could include, but not limited to, unique content created by an influencer for the primary purpose of increasing a brand or organisation's reach and awareness and/or to drive business results.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
C02. 크리에이터, 인플루언서, 유명인 파트너십 신규 브랜드가 특정 청중의 참여를 유도하기 위해 인플루언서, 유명인, 소셜 홍보대사와 협력하는 경우의 소셜 이니셔티브 또는 집행. 파트너십이 얼마나 효과적이고 상호 이익이 되는지, 타겟 청중이 얼마나 흥미를 느끼며 참여하는지 고려함. **C02. Creator, Influencer and Celebrity Partnerships NEW** Social initiatives or executions where brands partner with an influencer, celebrity or social ambassador in order to engage with a specific audience. How effective and mutually beneficial the partnership was and how target audiences were involved in compelling ways will be considered.	

D. 소셜 콘텐츠 마케팅 이 카테고리의 출품작은 콘텐츠를 얼마나 성공적으로 사용하여 소비자와 타겟 오디언스를 끌어들였는지가 심사됩니다. **D. Social Content Marketing** Work in these categories will be judged on how successfully content was used to engage with consumers and target audiences.	**자료** **Materials**
D01. 콘텐츠 배치 소셜 채널을 사용한 콘텐츠 및 편집 전략과 배치. 보다 광범위한 소셜 캠페인을 추진 또는 강화할 수 있는 적절한 콘텐츠의 전략적 배열 및 큐레이션. **D01. Content Placement** Content and editorial strategy and placement using social channels. The strategic arrangement and curation of appropriate content that may either drive or enhance a wider social campaign.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
D02. 공동 제작 및 사용자 생성 콘텐츠 충성도 및 참여 증대를 위한 브랜드 이니셔티브를 통해 커뮤니티/팬층의 기여 또는 협업을 장려하도록 고안된 소셜 활동. **D02. Co-Creation & User Generated Content** Social activity designed to encourage a community / fanbase to contribute or collaborate with a brand initiative to enhance loyalty and engagement.	
D03. 소셜 커머스 소셜 미디어, 소셜 플랫폼, 가상 커뮤니티를 전자상거래와 엠커머스에 활용하여 비즈니스 결과를 증진하는 작품. **D03. Social Commerce** Work which harnesses social media, social platforms and virtual communities for eCommerce and mCommerce to drive business results.	

E. 문화 및 맥락 문화적 인사이트와 지역적 맥락을 통해 생명력을 얻는 출품작. **E. Culture & Context** Work that is brought to life through cultural insights and regional context.	**자료.** **Materials**
E01. 로컬 브랜드 단일 지역에서만 유통되는 브랜드를 위해 특정 타겟 오디언스의 공감을 얻는 출품작. **E01. Local Brand** Work for brands that are only distributed in a single locality that resonated with a specific target audience.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E02. 챌린저 브랜드 경쟁업체의 압력에 대응하여 크리에이티브으로 접근 방식을 조정하고 현상을 타파하는 진보적 사고와 혁신적 크리에이티비티을 사용하는 획기적 작품을 만들어내는 브랜드. **E02. Challenger Brand** Brands which have creatively adapted their approach in response to competitor pressure by challenging the status quo to create game-changing work that uses progressive thinking and innovative creativity.	
E03. 단일 시장 캠페인 단일 국가/지역/시장에서 방송되거나 집행된 출품작. 출품작은 특정 표적 시장에 맞게 캠페인을 어떻게 고안했는지 설명해야 합니다. **E03. Single-market Campaign** Work which aired or ran in a single country / region / market. Entries should describe how the campaign was designed for the specific target market.	
E04. 소셜 행동및 문화적 인사이트신규 특정 지역 또는 지방에서 발견되는 아이디어, 관습, 가치 및 라이프스타일에서 비롯된 식별 가능한 사회적 행동 또는 문화적 인사이트를 통해 특정 청중/커뮤니티에서 영감을 받은 출품작. **E04. Social Behaviour & Cultural Insight NEW** Work inspired by a specific audience / community, hinging on identifiable social behaviour or cultural insight stemming from the ideas, customs, values and lifestyles found within a specific region or locality.	
E05. 유머 사용 신규 브랜드 커뮤니케이션에 유머 기술을 담아낸 출품작. 캠페인에 재치, 풍자, 기발함을 녹여내어 청중과 공감대를 형성하면서도 즐거움을 주고, 기억에 남으며, 웃음을 유발하는 출품작. **E05. Use of Humour NEW** Work that celebrates the art of humour in branded communications. Infusing wit, satire, and cleverness into campaigns that provide amusement and create memorable, laughter-inducing connections with audiences.	

E06. 예산 돌파구 시장 및/또는 업계와 관련된 많지 않은 예산 및/또는 자원을 크리에이티브으로 사용하여 최대의 효과 창출. 출품작은 제한된 자원에도 불구하고 참신한 인사이트, 영리한 지출, 설득력 있는 전략적 사고로 비즈니스 문제를 어떻게 해결했는지 보여 주어야 합니다. **E06. Breakthrough on a Budget** Creative use of modest budgets and/or resources in relation to the market and/or industry to create maximum impact. The work should demonstrate how fresh insight, smart spending and compelling strategic thinking solved a business problem despite limited resources.	**필수** • 디지털 프리젠테이션 이미지 JPG • URL **권장(선택 사항)** • 사례 영상 **선택 사항** • 디지털 보조 콘텐츠 • 디지털 보조 이미지 JPG **Compulsory** • Digital Presentation Image JPG • URL **Highly Recommended (Optional)** • Case Film **Optional** • Digital Supporting Content • Digital Supporting Images JPG
E07. 기업 목적 및 사회적 책임 사회, 윤리, 환경 문제를 다루는 목적 지향적 출품작/브랜드 행동주의. 출품작은 브랜드의 목적이 고객을 문화에 연결함으로써 어떻게 가치를 창출하고 지역사회에 영향을 주었는지 보여 주어야 합니다. **E07. Corporate Purpose & Social Responsibility** Purpose-driven work / brand activism which address social, ethical and environmental issues. The work should demonstrate how the brand's purpose has created value and impacted communities by connecting customers to culture.	
E08. 시장 교란 현지/지역/글로벌 문제에 대응하여 전략을 조정하고 고객에 대한 배려를 보여 주는 가운데 브랜드를 전달하는 새로운 방법을 수용한 브랜드. **E08. Market Disruption** Brands that have creatively adapted their strategy in response to local / regional / global issues, embracing new ways of delivering their brand while showing consideration for the consumer.	

출품 준비하기

GETTING READY TO ENTER

한 작품을 여러 번 출품하려면 출품작 제목을 추가하고, 출품작 정보를 작성하고, 관여한 회사와 사람들을 명시하고, 출품하려는 모든 관련 카테고리를 선택하십시오. 모든 스파이크스 아시아 상에 해당하는 공통 사항과 출품하는 카테고리에 고유한 몇 가지 특정 정보를 제출해야 합니다. 걱정하지 마십시오. 제출 후에도 개별 출품을 편집할 수 있습니다.
To enter a piece of work multiple times, simply add the title of the entry, fill in the entry information, let us know which companies and people were involved and select all the relevant categories you wish to enter. You'll be required to submit common information that applies to all the Spikes Asia awards and some specific information unique to the category you're entering. Don't worry – you can still edit individual entries.

스파이크스 아시아에 처음 출품하는 경우
도움이 필요하십니까? awards@spikes.asia에 이메일을 보내면 우리 전문가 중 한 명이 과정을 안내해 드리겠습니다.
First Time Entering Spikes Asia?
Need help? Drop us an email at awards@spikes.asia and we'll arrange for one of our experts to talk you through the process.

모든 세부정보를 당장은 알 수 없는 경우
걱정하지 마십시오, 양식은 순서에 상관없이 작성할 수 있으며, 언제든지 진행 상태를 저장할 수 있습니다.
Don't Have All The Details Right Away?
Don't worry, you can complete the form in any order and save your progress at any time.

답변해야 할 모든 질문들은 각 개별 카테고리를 위한 엔트리 시스템에서 다운로드하실 수 있습니다.
ALL THE QUESTIONS YOU NEED TO ANSWER ARE AVAILABLE TO DOWNLOAD ON THE ENTRY SYSTEM FOR EACH INDIVIDUAL CATEGORY.

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

공통 사항
COMMON INFORMATION

출품작 제목
Entry Title

출품작 제목 지정
Give Your Entry A Title
먼저 출품작 제목을 정해야 합니다. 이 작품을 출품하려는 스파이크스 아시아 상과 카테고리를 선택하려면 먼저 이 정보를 제출해야 합니다. 이 작품을 여러 카테고리에 출품하는 경우, 여기서 정하는 제목이 선택된 출품작 전체에 적용됩니다.

To begin, you need to give your entry a title. We need this information before you select the Spikes Asia award and categories you'd like to enter this work into. If you're entering this work into multiple categories, the title you give here will be applied across all of those selected entries.

상 및 카테고리 선택
Choose Award And Categories
이 작품을 출품할 스파이크스 아시아 상을 선택해야 합니다. 상마다 출품 한도가 각각 다릅니다.

선택한 상 또는 카테고리는 지불 전까지 추가, 삭제 또는 편집할 수 있습니다. 스파이크스 아시아 상에 대한 모든 세부정보는 스파이크스 아시아 웹사이트에서 확인할 수 있습니다.

It's time to select the Spikes awards you'd like to enter with this piece of work. Entry limits within each Spikes award are different.

You may add, remove or edit the awards or categories selected at a later stage before payment. You can find all the details about the Spikes Asia awards on our website.

다중 집행 정보
Multiple Executions Information
집행 캠페인을 제출할 수 있습니다. 집행 캠페인은 같은 핵심 창의성 아이디어로 연결되며, 같은 제품 또는 서비스를 같은 매체를 통해 광고하는 출품작 그룹입니다. 집행 캠페인에 최대 3개의 집행을 제출할 수 있습니다. 각 집행은 개별적으로 비용을 지불해야 합니다.

특정 상과 카테고리만 집행 캠페인을 허용하며 심사위원단은 단일 집행을 시상할 것인지 또는 일련의 집행을 시상할 것인지 선택할 수 있습니다.

You can submit a campaign of executions. A campaign of executions is a group of entries that are linked by the same overarching creative idea, advertising the same product or service through the same medium. You can submit up to 3 executions in a campaign of executions. It is important to note that each execution must be paid for individually.

Only certain awards and categories allow campaigns of executions, and the jury can choose to award just a single execution, or they can choose to award the series.

회사
Companies

어떤 회사가 관여했습니까?
Which Companies Were Involved?
귀사는 출품 회사이며 먼저 귀사 정보를 기입해야 합니다. 원하는 만큼 회사를 추가할 수 있습니다 모든 출품에는 하나 이상의 '출품 회사'와 하나 이상의 '아이디어 창작' 회사가 필요합니다. 이 두 회사가 같은 회사인 경우도 있습니다.

출품 회사는 출품료를 지불할 책임이 있으며, 출품 관련 문의와 관련된 유일한 연락창구로 간주됩니다. 여러 회사를 입력할 때는 원하는 공개 순서로 입력해야 합니다. 인증서에도 회사가 해당 순서로 표시됩니다.

특별상 계산에 직접적 영향을 미치므로 출품할 때는 각 회사가 기여한 정확한 역할을 명시해야 합니다.

중요: 나중에 선택하는 상과 카테고리에 따라 이 섹션으로 돌아와 회사를 추가해야 할 수도 있습니다(예: 미디어에 출품하는 경우, '미디어 배치' 역할을 한 회사를 제공해야 합니다).

출품작이 스파이크스 아시아 상을 수상하면 여기에 기여한 사항을 명시한 회사와 개인은 자동으로 스파이크 아시아 웹사이트에서 트로피 및 인증서 구매 자격을 얻게 됩니다.

You are the Entrant Company and will be required to fill out your own information first. You may add as many additional companies as you wish. Each entry requires at least one 'Entrant Company' and one 'Idea Creation' company. Sometimes it will be the same company for both.

The Entrant Company is responsible for payment of entry fees and will be considered the sole contact for any entry-related queries. You should enter the companies in the order you'd like them to be published, as this is how they'll appear on your certificates.

When making your entry, please make sure you credit companies in the correct roles as this directly affects the calculations for the Special Awards.

IMPORTANT: You may be asked to return to this section to add more companies depending on the Spikes award and categories you select later (e.g. if you enter Media, you'll be asked to provide a company that played a 'Media Placement' role).

If your entry wins a Spikes Asia Award, companies and individuals credited here will automatically be eligible to purchase trophies and certificates on the Spikes Asia website.

연락처
Contacts

연락 책임자는 누구입니까?
출품작과 관련하여 연락을 드려야 할 수 있습니다. 연락해야 할 사람의 세부정보를 제공해 주십시오.

Who Is The Lead Contact?
We may need to contact you about your entry. Please provide details of who we should contact.

심사 중 연락처
심사 도중 작품 관련 문의사항이 있을 때 페스티벌 주최 측에서 연락할 사람입니다. 이 연락 담당자는 출품 회사 소속이어야 하고, 캠페인에 직접 관여했으며, 심사 중에는 업무 시간과 업무 외 시간에도 연락이 가능해야 합니다.

Contact During Judging
This is the person the Festival will contact if any questions arise about the work during judging. This contact person must be from the entrant company, must have been directly involved with the campaign and must be contactable both within and outside of office hours during judging.

브랜드 연락처: 작품을 의뢰한 브랜드 소속 연락처 정보.
이 이메일 주소가 브랜드 업무용 이메일인지 확인해야 합니다. 개인 또는 일반 연락처 정보는 인정되지 않습니다.

BRAND CONTACT: Contact details of the brand that commissioned the work.
You'll need to verify that this email address is a brand work email. We don't accept private or general contact details.

출품별 정보
Entry-Specific Info

미디어 정보
Media Info
여기에 작품이 언제 어디에서 출시되었는지에 관한 정보를 제공해야 합니다. 출품가능일은 출품하는 스파이크스 어워드에 따라 달라집니다.

작품의 출품 자격 여부를 확신할 수 없는 경우 어워드 지원 페이지를 참조하십시오. 출품작을 제작하기 전에 등록 기간을 반드시 확인하시기 바랍니다.

Here, you need to provide information about where and when your work launched. Eligibility dates are dependent on the Spikes Award being entered.

If you're not sure whether your work is eligible, please see our Awards Support page. We strongly recommend checking eligibility dates before you start to create your entry submissions.

미디어 배치
작품의 집행에 관한 정보를 제공해 주십시오. 어떻게 집행했고 어느 미디어에서 집행했는지 알려주십시오. 출품작이 구체적으로 어디에 게재되었습니까? (예: BBC World Service, Facebook, Times Square, 쇼핑센터 내부 등)
참고: 출품작의 복수 미디어 배치를 제공할 수 있습니다.

Media Placement
Please provide information about the executions of your work. Tell us what you did and where it happened. Where did the work appear specifically? (e.g. on BBC World Service, Facebook, Times Square, Inside a shopping centre)
Note: You'll have the option to provide multiple media placements for your entry.

크리에이티브 효과만 해당
크리에이티브 효과 스파이크스에는 추가 필수 미디어 정보 섹션을 작성해야 합니다. 다음 섹션을 검토하십시오.

미디어/에이전시/제작 비용과 관련된 이 작품의 평균 총 지출을 명시하십시오.

- 캠페인 기간 DURATION OF CAMPAIGN
- 성별 GENDER
- 타겟 청중 TARGET AUDIENCE
- 사회 경제 수준 SOCIOECONOMIC LEVEL
- 장소/지역에 따른 예산 LOCATION/REGION BUDGET

Creative Effectiveness Only
For the Creative Effectiveness Spikes, you need to complete an extended mandatory section on media information. Please review the following sections.

Please give an indication of the average total spend for this work in relation to media / agency / production costs.

부문 Sector	하위부문 Subsector
자동차 AUTOMOTIVE	
	기타 자동차 Other Automotive
	차량 Vehicles
B2B B2B	
	B2B 기술 B2B Technology
	컨설팅 및 전문 Consultancies & Professional
	법률 Legal
	기타 비즈니스 서비스 Other Business Services
소비 내구재 CONSUMER DURABLES	
	패션 Fashion
	가구 및 조명 Furniture & Lighting
	가전제품 Home Appliances
	가정용품 Homewares
	기술 Technology
	장난감 Toys
소비자 서비스 CONSUMER SERVICES	
	에너지 Energy
	금융 Financial
	보험 Insurance
	기타 소비자 서비스 Other Consumer Services

부문 Sector	하위부문 Subsector
레저 LEISURE	
	도박 Gambling
	게이밍 Gaming
	라이브 이벤트 Live Events
	박물관 및 미술관 Museums & Galleries
	기타 레크리에이션 Other Recreation
	스포츠 Sports
미디어/엔터테인먼트 MEDIA / ENTERTAINMENT	
	도서 Books
	디지털 플랫폼 Digital Platforms
	영상 Film
	음악 Music
	뉴스 News
	기타 미디어 Other Media
	출판 및 미디어 Publications & Media
	텔레비전 Television
비영리/자선 단체/정부 NOT-FOR-PROFIT / CHARITY / GOVERNMENT	
	자선 단체 Charities
	정부 Government
	군 Military
	비영리

	사교육 Private Education
	민간 의료 Private Healthcare
	통신 Telecommunications
FMCG FMCG	
	미용 Beauty
	가정용 제품 Household Goods
	음료 Drinks
	음식 Food
	기타 FMCG Other FMCG
의료 HEALTHCARE	
	OTC 약품 OTC Drugs
	제약 Pharma
	웰니스 Wellness

	Non-profits
	기타 비영리 Other Not-for-profit
소매 RETAIL	
	전자상거래 eCommerce
	패스트 푸드 Fast Food
	레스토랑 Restaurants
	소매 Retail
여행 TRAVEL	
	교통 Transport
	여행 및 관광 Travel & Tourism

크리에이티브 팀
Creative Team

누가 관여했습니까?
표시하고 싶은 순서대로 중요한 기여를 한 사람들의 세부정보를 입력하십시오. 출품작이 수상하는 경우, 이 정보는 출품작과 함께 스파이크스 아시아 웹사이트에 표시됩니다. 크리에이티브 팀 크레디트는 **2025년 3월 6일**까지 변경할 수 있습니다.

순서를 바꾸고 싶으십니까? 이름을 '드래그 앤 드롭'하여 목록 위 또는 아래로 옮길 수 있습니다.

업로드한 일부 미디어는 '크레디트 라이브러리.'에서 확인할 수 있습니다. 시간을 절약하기 위해 여기에서 크레디트를 여러 출품에 배정할 수 있습니다.

Who Was Involved?
Enter the details of people who made a significant contribution to this entry in the order you'd like them to appear. This information will appear alongside your entry on the Spikes Asia website if your entry wins. Creative team credits can be altered until **6 March 2025**.

Want to change the order? You can 'drag and drop' the names to move them up or down the list.

Once you've uploaded each credit, it will become available in your 'Credit Library.' From here, you can assign the credits to multiple entries to save time.

지속가능성 맥락(선택사항)
이 작품의 탄소 배출량 측정 여부에 대해 코멘트를 입력해야 합니다. 작품의 지속 가능한 개발, 제작, 집행을 위해 어떤 점이 고려되었는지에 대한 코멘트를 입력하는 옵션도 있습니다.

AdNet Zero의 자랑스러운 일원으로서 스파이크스 아시아는 광고 개발, 제작, 집행의 탄소 영향에 대하여 진정한 탄소 중립을 달성할 공동의 책임이 있다고 믿습니다. 자세한 정보는 여기에서 확인할 수 있습니다.

Ad Net Zero는 Lions, 4A's, Advertising Association, ANA, Dentsu, Diageo, EACA, Google, Havas, IAA, IAB, IPG, IPA, ISBA, Meta, Omnicom Group, Publicis Groupe, PubMatic, Reckitt, Sky, Unilever, Procter & Gamble, Union des Marques, VoxComm, WFA, WPP의 지원을 받습니다.

Sustainability Context (Optional)
You'll be asked to comment on whether the carbon emissions of this piece of work were measured. You'll also have the option to comment on what consideration was given to the sustainable development, production and running of the work.

As a proud member of Ad Net Zero, we believe that it's our collective responsibility to reduce the carbon impact of developing, producing and running advertising to real net zero. You can find more information here.

Ad Net Zero is supported by Lions, 4A's, the Advertising Association, the ANA, Dentsu, Diageo, the EACA, Google, Havas, the IAA, the IAB, IPG, the IPA, the ISBA, Meta, Omnicom Group, Publicis Groupe, PubMatic, Reckitt, Sky, Unilever, Procter & Gamble, Union des Marques, VoxComm, the WFA and WPP.

DEI 맥락(해당되는 경우)

해당하는 경우 다음에 대한 코멘트를 입력하는 옵션이 있습니다.

- 팀 구성 시 어떤 점을 고려하였습니까?
- 출품작에서 각 개인의 표출 방식을 결정할 때 어떤 점을 고려했습니까?
- 출품작 개발 과정에서 DEI를 존중하는 사고방식이 어떤 역할을 했습니까?

DEI Context (If Appropriate)

You will have the option to comment on the following if appropriate:

- What consideration was given to the composition of the team(s) involved?
- What consideration was given to how individuals are represented in the work?
- What role did DEI thinking play throughout the development of the work?

팀 크레디트

프로젝트에서 참여한 각 개인을 포함시키십시오. 제공하신 세부정보는 제3자와 공유하지 않습니다.

Team Credits

Include each individual who worked on the project. We won't share any details you provide with third parties.

미디어 업로드

출품작을 업로드하십시오! 상마다 디지털 미디어 요구사항이 다릅니다. '필수 미디어'를 먼저 업로드하십시오.

Upload Media

Upload your work! Each award has different digital media requirements. Please upload the 'compulsory media' first.

디지털 미디어(필수 사항)

업로드한 일부 미디어는 '미디어 라이브러리'에서 확인할 수 있습니다. 여기에서 여러 출품에 미디어를 할당하여 시간을 절약할 수 있습니다. 미디어는 최종본이어야 하며, 모든 관련 권리를 보유하고 있어야 합니다. 교체 파일은 받지 않습니다. 체크아웃은 '필수 미디어'를 업로드한 후에만 가능합니다.

Digital Media (Compulsory)

Once you've uploaded some media, it will become available in your 'Media Library'. From here, you can assign the media to multiple entries to save time. Your media has to be the final version, and you must hold all applicable rights. We don't accept replacement files. You can only check out once you've uploaded the 'compulsory media'.

디지털 보조 미디어(선택 사항)

다음과 같은 선택적 보조 자료를 출품과 함께 업로드할 수도 있습니다. 자세한 정보는 '비디오 파일 형식 가이드라인'을 참조하십시오.

Digital Supporting Media (Optional)

You may also upload the following optional supporting digital materials with your entry. See the 'Video File Format Guidelines' for more information.

- 사례 영상
- case films
- 데모 영상
- demo films
- 디지털 보조 이미지
- digital supporting images
- 디지털 보조 콘텐츠
- digital supporting content

보조 자료 가이드라인

SUPPORTING MATERIAL GUIDELINES

보조 자료는 출품에서 가장 중요한 요소에 속합니다. 심사위원단은 결정을 내리는 과정에서 보조 자료를 검토하고, 보고, 읽게 됩니다. 스파이크스 상마다 자료 요구사항이 각각 다릅니다. 요구사항이 어떤 경우에는 필수 사항인 반면, 어떤 경우에는 권장 사항 또는 선택 사항입니다.

출품 제출 후 정보를 추가하거나 파일을 교체하는 것에 관한 엄격한 규칙이 있다는 점을 명심하십시오. 출품 미디어(예: 사례 영상, JPG)는 어떤 경우에도 업데이트할 수 없습니다. 지불 전에 제출 준비가 완벽히 되었는지 확인하십시오.

출품비를 낸 이후에 새로운 성과가 수집된 경우, 2025년 1월 30일 전까지만 출품 양식의 결과 섹션에 추가로 작성할 수 있습니다.

Supporting materials are some of the most important elements of your entry. This is what the jury will examine, watch and read during their decision-making. Each Spikes Award has different material requirements. In some cases, they are mandatory whereas in others, they are recommended or optional.

It's important to remember there are strict rules about adding extra information or replacing files once you've submitted your entry. Entry media e.g. case films and JPGs, cannot be updated under any circumstances. Please make sure you are absolutely ready to submit before you pay.

If new results are collected after the entry has been paid for, we will only accept additional written information in the results section of the entry form before 30 January 2025.

작품이 페스티벌에서 출품 취소되지 않도록 다음과 같은 가이드라인을 준수하십시오.
In order to avoid your work being withdrawn from the Festival, please adhere to the following guidelines:

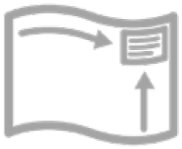
- 모든 사례 영상 및 프레젠테이션 이미지는 영어로 되어 있어야 합니다.
- 원래 영어로 공개되지 않은 작품(TV 광고, 인쇄 광고, 광고판 등)은 영어를 사용하는 심사위원단이 이해할 수 있도록 공개 또는 방영된 것과 똑같이 번역 또는 자막 처리할 수 있습니다.
- 원본 비디오 작품 번역 시 더빙은 허용되지 않습니다. 보이스오버는 번역할 수 있지만 시화(visible speech)는 원래 언어로 두고 자막 처리해야 합니다.
- 보조 자료에 소속 에이전시 또는 기여한 크리에이티브 회사나 개인이 언급되어서는 안 됩니다.

- All case films and presentation images must be in English.
- Work which was not originally published in English (TVCs, print ads, billboards etc.) can be translated or subtitled exactly as it was published or aired, so that they can be understood by the English-speaking jury.
- If translating the original video work, please note that dubbing is not allowed. Voiceovers can be translated but visible speech must be kept in the original language and subtitled.
- Supporting materials must not contain any reference to your agency or any contributing creative companies or individuals.

레이블 및 배송 가이드라인

LABELLING AND DELIVERY GUIDELINES

- **출품 레이블:** 지불 후 확인 이메일로 개별적 출품 레이블이 제공됩니다. 레이블에는 출품작에 고유한 개별 출품 번호가 기재되어 있으며, 심사 후반부에 심사위원단에게 제공되기 때문에 접수 시 실물 자료를 당사가 식별하는 데 매우 중요합니다. 출품 레이블은 보조 자료에 적절히 부착해야 합니다.
- **ENTRY LABELS:** The individual entry labels are provided with your confirmation email, after payment. Labels have individual entry numbers which are specific to your entries and are vital for us to identify your physical material(s) when they arrive, as they will be made available to the jury in the latter stages of judging. The entry labels must be attached to the supporting material, as appropriate.



Attention: Spikes Asia
Spikes Asia
71 Robinson Road, #14-01,
Singapore 068895
Telephone number: +65 9728 6037

- **배송 주소 레이블:** 확인 이메일에는 패키지 외부에 부착할 배송 주소 레이블이 있습니다. 레이블의 부착 위치 및 부착 방법에 관한 지침도 확인 이메일에 있습니다. 온라인 계정에서 지침을 다운로드할 수도 있습니다. 레이블이 올바르게 부착되지 않은 출품 자료는 받지 않습니다.
- **PACKAGE ADDRESS LABELS:** On your confirmation email, there will be a package address label for the outside of your package(s). Instructions on where and how to attach them are in your confirmation email. You can also download them from your online account. We are unable to accept entry materials which are not labelled correctly.

- **대형 품목:** 보조 자료의 실물이 과도하게 크거나 조립 지침이 필요한 경우 awards@spikes.asia로 문의하시기 바랍니다.
- **LARGE ITEMS:** If your physical support materials are oversized or require assembly instructions please contact awards@spikes.asia.

- **제출 완료 후 7일 이내에 실물 자료를 보내 주십시오.**
- **Please send us your physical materials within seven days of completing your submission.**

- **위의 싱가포르 주소로 2025년 2월 14일 전에 실물 자료가 도착해야 합니다.**
- **Please ensure your physical materials arrive at the Singapore address above before 14 February 2025.**

- **인쇄된 증빙 자료 또는 보드는 더 이상 보조 자료로 접수하지 않으므로 보내지 마십시오.**
- **We kindly ask you to refrain from sending us any printed proofs or boards as we are no longer accepting these as supporting materials.**

- 자료가 확실히 배송될 수 있도록 배송료 및 우편료 일체를 미리 지불해야 합니다. 페스티벌 조직위는 배송 중 어느 단계에서도 자료에 대한 책임을 지지 않습니다. 출품작이 분실되거나 통관이 지연되거나 배송을 위한 지불이 필요할 경우, 해결할 책임은 오로지 출품자에게 있습니다.
- You must cover all courier and mailing costs in advance, to secure the delivery of your materials. The Festival Organisers cannot accept responsibility for packages at any stage of transit. If entries are lost, held up at customs or require payment for delivery, resolution is the sole responsibility of the entrant.

- 배송물에 다음과 같이 표기된 세관 송장이 포함되어야 합니다. 'Festival MATERIAL - NO COMMERCIAL VALUE'. 필요할 경우, 명목금액(예: 1.50 싱가포르 달러)을 지정할 수.있습니다.
- A Customs Invoice should be included in your consignment, saying: 'Festival MATERIAL - NO COMMERCIAL VALUE'. A nominal amount of money, e.g. SGD $1.50 per material, can be stated if necessary.

- 배송 중 또는 페스티벌 부지에서의 제품 파손 또는 분실에 대비한 보험을 들어야 합니다. 분실, 파손 또는 발생한 비용에 대해 당사는 책임을 지지 않습니다.
- Products should be insured against damage or loss in transit or on Festival premises. We do not accept any liability for any loss, damage or expense incurred.

- 실물 보조 자료는 접수된 후에 페스티벌 조직위의 자산이 됩니다. 심사 후에는 자료를 출품자에게 반환하지 않습니다. 예외적인 상황에서 페스티벌 주최 측의 재량에 따라 대형 또는 귀중한 품목의 반환에 동의할 수 있습니다. 다만 2025년 2월 14일까지 페스티벌 주최 측과의 사전 합의가 필요하며, 모든 배송 비용은 출품자가 부담해야 합니다. 자세히 알아보려면 awards@spikes.asia로 이메일을 보내 주십시오.
- Physical support material becomes the property of the Festival Organisers once it has been received. We cannot return materials to entrants after judging. In exceptional circumstances and at the Festival's discretion, we may agree to return large or valuable items. However, this must be pre agreed with the Festival in writing by 14 February 2025 and all transit costs must be covered by the entrant. Please email awards@spikes.asia for more info.

이미지 파일 형식 가이드라인

IMAGE FILE FORMAT GUIDELINES

디지털 프레젠테이션 이미지

DIGITAL PRESENTATION IMAGE

이미지와 영어 텍스트를 포함하여 브리프, 집행, 결과를 간결하게 요약하는 시각적 출품작 프레젠테이션.
A visual presentation of your work, including images and English text, concisely summarising the brief, execution and results.

사양:
SPECIFICATIONS:

JPG,
7063 x 5008 픽셀,
5~15MB

UNTANGLING THE POLITICS OF HAIR | STIR **2024**

구르가온, **FCB INDIA** 그랑프리, 스파이크스 아시아

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

FCB INDIA, GURUGRAM

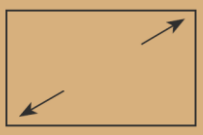
GRAND PRIX, SPIKES ASIA

디지털 증빙 자료
DIGITAL PROOF

원본 광고 또는 정확하게 이루어진 집행의 디지털 버전.
The digital version of the original advertisement or execution, exactly as it ran.

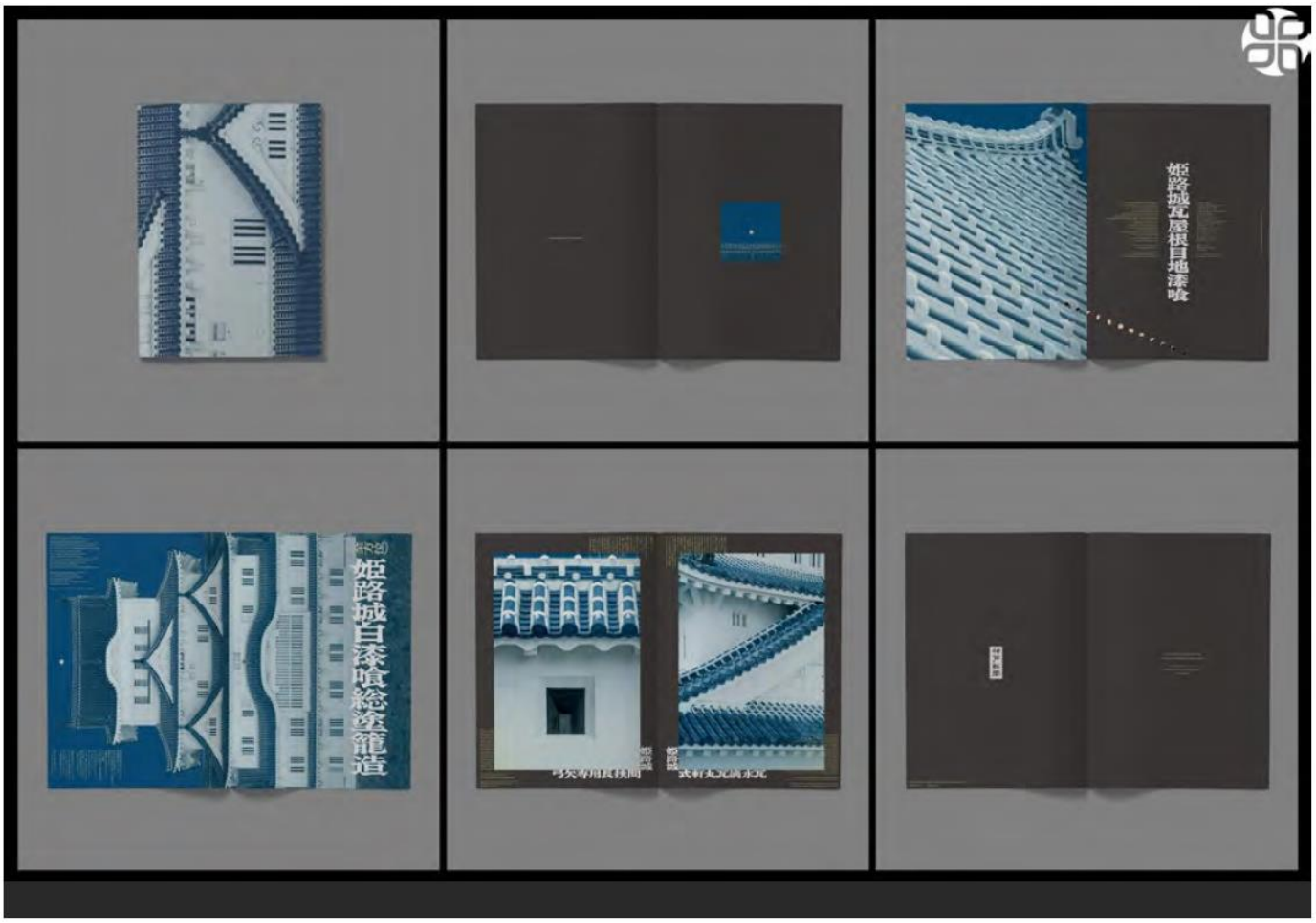
사양:
SPECIFICATIONS:

JPG,
7063 x 5008 픽셀,
5~15MB
7063 x 5008 pixels, 5



BEAUTY BORN OF PEACE. | HIMEJI CASTLE

2024



도쿄, DENTSU INC.
DENTSU INC., TOKYO

금상, 스파이크스 아시아
GOLD, SPIKES ASIA

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

보조 이미지
SUPPORTING IMAGES

심사 시 출품작 보조에 도움이 될 수 있는 디지털 이미지. 최대 2개. 필요하고 관련이 있는 경우에 한해 포함.
Digital images that may help support your entry in the jury room. Maximum 2. Only to be included if necessary and relevant.

사양:
SPECIFICATIONS:

JPG,
7063 x 5008 pixels, 5 - 15MB

MY JAPAN RAILWAY | JR GROUP **2024**

도쿄, DENTSU INC.
DENTSU INC., TOKYO

그랑프리, 스파이크스 아시아
GRAND PRIX, SPIKES ASIA

영문본과 국문본이 일치하지 않거나 애매한 부분이 있는 경우 영문본을 우선 적용합니다.
If there is any inconsistency or ambiguity between the English and Korean version, the English version shall prevail.

비디오 파일 형식 가이드라인
VIDEO FILE FORMAT GUIDELINES

MOV 또는 MP4 형식의 고화질 비디오를 제공해 주십시오. 파일 최대 크기는 350MB입니다
Please supply a high quality video as .MOV or .MP4. The maximum file size is 350MB

	화면비 ASPECT RATIO	해상도 RESOLUTION	형식/코덱 FORMAT/CODEC	오디오 AUDIO
권장 PREFERRED	풀 HD 1080p Full HD 1080p	1920 x 1080	.MOV/H.264 .MOV/H.264	AAC, 스테레오, 48kHz AAC, Stereo, 48kHz
	HD 720p HD 720p	1280 x 720		
최소 ACCEPTED	4:3 또는 16:9 4:3 or 16:9	1024x576	.MP4/H.264 .MP4/H.264	AAC, 스테레오, 48kHz AAC, Stereo, 48kHz
		720x576		
		854x480		
		640x480		

사례 영상(최대 120초)
CASE FILM (120 SECONDS MAXIMUM)
작품을 설명하는 짧은 영상. 콘텐츠에 브리프, 집행, 결과 포함. 심사에 사용되며 공개됩니다.
A short film explaining your work. Content includes the brief, execution and results. This will be used in judging and displayed publicly.

사례 영상 예
Example Case Film

사양:
SPECIFICATIONS:

.MOV/ MP4, 350MB.

영상
FILM

방영된 것과 똑같은 원래 영상 광고 또는 콘텐츠. 추가 슬레이트나 정보 불필요. 영어로 되어 있지 않은 출품작은 영어로 이해할 수 있도록 공개 또는 방영 시와 똑같이 자막 처리해야 합니다. 더빙은 허용되지 않습니다. 보이스오버는 번역할 수 있지만 시화(visible speech)는 원래 언어로 두고 자막 처리해야 합니다.
The original film advertisement or content, exactly as it aired. No extra slates or information. Work which is not in English should be subtitled, so that it can be understood in English, exactly as it was published or aired. Please note that dubbing is not allowed. Voiceovers can be translated but visible speech must be kept in the original language and subtitled.

영상 출품 예
Example Film Entry

사양:
SPECIFICATIONS:

.MOV/ MP4, 350MB.

데모 영상(최대 120초)
DEMO FILM (120 SECONDS MAXIMUM)

사례 영상을 보다 짧게 편집한 버전. 출품작이 금상을 수상할 경우, 시상식에서 방영됩니다. 심사위원단에게는 보여 주지 않습니다. 시상식용 영상은 영어로 되어 있어야 합니다.
A shorter, edited version of your case film. This will be shown at the Awards Show, should your work win Gold. It will not be shown to the jury. Award Show Films should be in English.

'단계별 설명' 데모 영상 예
Example 'Walk through' Demo Film

'메이킹' 데모 영상 예
Example 'Making of' Demo Film

사양:
SPECIFICATIONS:

.MOV/ MP4, 350MB.

URLS

URL은 출품하는 스파이크스 상 부문에 따라 필수 또는 선택 사항일 수 있습니다.

작품이 페스티벌에서 출품 취소되지 않도록 2025년 5월 31일까지 온라인으로 접속할 수 있는 URL이어야 합니다. URL은 'http://' 또는'https://'로 시작해야 하며 로그인 또는 비밀번호 입력 없이 접속할 수 있는 것이 좋습니다.

URLs may be compulsory or optional depending on the Spikes award being entered.

In order to avoid your work being withdrawn from the Festival, your URL must be accessible online. until 31st May 2025. URLs must start with 'http:// ' or 'https:// ' and preferably be accessible without a login or password.

'앱 URL' 입력

전 세계에서 사용 가능한 앱이 아닌 경우 다음의 세부정보를 제공하여 주십시오.
이 세부정보는 누구와도 공유되지 않으며, 오로지 심사 과정에서 앱 테스트를 위해 사용됩니다.

ENTERING 'APP URL'

If your app is not available globally, please provide the following details.
These details will not be shared with anyone and are solely for app testing during judging.

- 앱 이름 App name
- App Store/Google Play 사용자 이름 Username
- App Store/Google Play 암호 Password

콘텐츠 URL

디지털 집행에 대한 직접 링크(예: 웹사이트, 마이크로사이트, 앱 다운로드 페이지 또는 소셜 미디어 페이지).

웹사이트/마이크로사이트 출품 예
앱 다운로드 페이지 예
소셜 미디어 게시물 예

CONTENT URL

Direct link to your digital execution e.g. website, microsite, app download page or social media page.

Example of a website / microsite entry
Example of an app download page
Example social media post

비디오 URL

온라인 비디오 방영 위치에 대한 직접 링크.

VIDEO URL

Direct link to where the online video aired.

비디오 URL 예 Example Video URL

프레젠테이션 웹페이지 URL

직접 링크가 영어가 아닌 경우, 영어로 출품작을 설명하는 페이지로 연결되는 URL을 제공할 수 있습니다.

PRESENTATION WEB PAGE URL

If your direct link is not in English, you may provide a URL which leads to a page which explains your work in English.

프레젠테이션 웹페이지 URL 예 Example Presentation Web Page URL

기타 파일 형식

OTHER FILE FORMATS

오디오 파일

방송된 원본 라디오 광고의 MP3 오디오 파일.

AUDIO FILE

MP3 audio file of original audio/radio advertisement, as it aired.

사양 SPECIFICATIONS:

258 kbps 권장, 최소 128 kbps 이상

258 kbps preferred, 128 kbps = minimum accepted

원본 콘텐츠

방영된 것과 똑같은 원래 브랜드 콘텐츠. 이는 작품 형식과 제출하는 카테고리에 따라 영상이 될 수도, 오디오 파일 또는 이미지가 될 수도 있습니다.

ORIGINAL CONTENT

The original branded content, exactly as it aired. Depending on the type of work and the specific category being entered, this can be either a film, an audio file or an image.

허용되는 파일 형식 FILE TYPES ACCEPTED:

.MOV, MP4, MP3, .JPG, .JPEG

디지털 보조 콘텐츠

출품작과 관련된 모든 보조 문서, 비디오 또는 오디오 파일.

DIGITAL SUPPORTING CONTENT

Any supporting documents, videos, or audio files which are relevant to your entry.

허용되는 파일 형식: FILE TYPES ACCEPTED:

jpg, mp3, mp4, mov, doc, docx, pdf, xls, xlsx, ppt, pptx

AR/VR 파일 FILES

심사위원단이 체험할 수 있도록 특정 카테고리에 출품한 작품의 AR/VR 요소가 포함된 .zip 파일 모음.

A collection of .zip files containing the AR/VR element of the work entered into certain specific categories for the jury to experience.

부록

서면 제출을 뒷받침하는 보충 자료 모음. 여기에는 그래프, 다이어그램, 신문 스크랩, 스크린 캡처, 또는 단일 PDF 파일로 제출한 원본 데이터가 포함될 수 있습니다.

APPENDIX

A collection of supplementary material to support the written submission. This could include graphs, diagrams, press clippings, screen grabs or the original source data submitted as a single PDF file.

정보 데크

작품의 모든 면이 포함된 정보 데크(PDF). 여기에는 원래 목표, 전략 및 기획, 작품의 고안 및 구현 방법, 사용된 데이터 소스와 기술, 비즈니스, 브랜드, 고객별 결과 및 효과 내역이 포함될 수 있습니다.

INFORMATION DECK

An information deck (PDF) containing all aspects of the work. This could include original objectives; the strategy and planning; how the work was designed and implemented; data sources and technology used; and a breakdown of the results and impact for business, brand and customer.

온라인 양식

작성된 제출 부문 하의 출품 포털에 있는 다양한 질문. 이 양식을 통해 출품작의 성공 기반이 된 핵심 맥락을 담아내고 출품작의 포괄적인 개요를 심사위원단에게 제공합니다.

ONLINE FORM

A series of questions on the entry portal under the written submission section. This form captures all the essential context surrounding the success of the work and provides jurors with a comprehensive overview of the entry.

실물 보조 자료

PHYSICAL SUPPORT MATERIAL

캠페인의 초점에 핵심이 되는 실물 자료라면 무엇이든 심사위원단이 체험할 수 있도록 제출 가능합니다. 이러한 자료는 심사 후반부에 심사위원단에게 제공됩니다.

Any physical material central to the campaign's focus can be submitted for the jury to experience. Please note that these materials will be made available to the jury in the latter stages of judging.

지불

PAYMENTS

체크아웃 시 지불 수단을 선택하십시오.

카드 지불을 선택하면 카드 세부정보 입력 창으로 이동하며 바로 지불 처리됩니다. 그런 다음 확인 메일이 발송됩니다.

At the checkout, please choose a payment method.

Card payment will direct you to put in your card details and pay immediately. You'll then be sent a confirmation email.

은행 이체를 선택하면 견적 송장이 생성되어 메일로 발송됩니다.
Bank transfer will generate a proforma invoice to your email.

- 지불은 즉시 진행되어야 합니다. 주문 ID를 지불 참조 번호로 사용하십시오.
- 지불 시 사용한 전체 주문 ID가 기재된 송금 내역을 견적 송장 사본과 함께 finance@spikes.asia로 보내주시기 바랍니다.
- 약 2주 이내에 세금 계산서가 이메일로 발송됩니다.

- Payment must be raised immediately – ensure the OrderID is the payment reference.
- We ask for a remittance to be emailed to finance@spikes.asia showing the full order IDs covered by the payment with a copy of the proforma invoice.
- A tax invoice will then be emailed to you within approximately two weeks.

출품작 제작 방법
HOW TO CRAFT YOUR ENTRY

프로세스 설명
SO, WHAT IS THE PROCESS?

1. 어워드 관리자 지명 Appoint an award manager

귀사에서 출품 활동을 조율하고 당사와 우선적으로 연락하게 될 담당자를 선택하십시오.
Choose someone within your company to coordinate your entry activities and act as the first point of communication with us.

2. 규정 확인 Check the Rules

작품의 페스티벌 출품 자격을 확인합니다. 주요 날짜, 마감 기한 및 기타 주요 기준을 살펴보십시오. 전체 출품 규정은 여기에서 확인할 수 있습니다.
Make sure you check your work's eligibility for the Festival. Take a look at our key dates, deadlines and other key criteria. The full Entry Rules can be found here.

3. 엔트리 키트 다운로드 Download our Entry Kits

출품 과정에서 참고할 수 있는 엔트리 키트 사본이 있어야 합니다.
Ensure you have a copy of our Entry Kits that you can refer to throughout the entry process.

4. 상 파악 Know the Awards

올해는 카테고리가 추가되거나 개정되어 상이 업데이트되었습니다. 심사 기준과 자료 요구사항도 고려해야 합니다. 시간을 들여 옵션을 파악하십시오. 언제든 조언이 필요할 경우 문의하십시오. 스파이크스 아시아 어워드의 전문가가 기꺼이 도와드릴 것입니다.
This year, we've updated our Awards with additional or revised categories. There are also judging criteria and material requirements to consider. Take some time to get to know your options. Remember, if you need advice at any point in the process, just get in touch and one of our Awards experts will be happy to help.

5. 계정 로그인 또는 생성 Log in or create an account

6. 출품작 제작 Create your entries

일찍 시작할수록 필요한 추가 도움을 넉넉히 받을 수 있습니다.
The sooner you start, the longer we'll be able to offer you extra help if you need it.

7. 제출 및 지불 Submit and pay

첫 연체료는 2024년 12월 19일 이후에 적용됩니다.
Remember the first late fee applies after 19 December 2024.

8. 검토 및 수정 Review and revise

스파이크스 아시아는 출품작의 모든 면을 검토하므로 명확한 설명 또는 변경을 요청하기 위해 연락을 드릴 수 있습니다.
We check all aspects of entries thoroughly, so we may be in touch to ask for clarification or changes.

9. 심사 Judging

심사위원단은 심사 중에 모든 출품작을 꼼꼼하게 검토하고 수상작을 결정합니다. 심사위원단이 출품작과 관련하여 문의할 수 있으므로 심사기간 동안 연락이 가능해야 합니다.
Juries carefully review all the entries and determine winners during judging. Make sure you're available throughout this period, as the Jury may have questions about your work.

10. 결과 Results

최종 후보와 수상자는 www.lovethework.com에 발표됩니다.
The shortlists and winner will be announced on www.lovethework.com.

11. 트로피 Trophies

수상 회사와 최종 후보 회사에는 트로피와 인증서가 발송됩니다. 수상은 팀이 함께 노력한 결과이므로 출품작 크레디트에 오른 사람들을 위한 트로피와 인증서를 주문할 수도 있습니다.
Trophies and certificates are sent out to winning and shortlisted entrant companies. We know that winning is a team effort, so trophies and certificates can also be ordered for anyone credited on the entry.

케이스 필름에 대한 주요 팁
TOP TIPS FOR YOUR CASE FILM

간결성
BE CONCISE

심사위원단은 간결하고 정연한 설명을 바탕으로 프로젝트의 가치를 완벽하게 파악할 수 있는 전문가입니다.
You're dealing with professionals who are perfectly capable of grasping whether a project has merit based on a concise, coherent explanation.

단순성
SIMPLICITY

적을수록 좋습니다. 장황하지 않고 복잡하지 않은 명확한 아이디어와 설득력 있는 전략 전달에 실패하는 사례 영상이 너무 많습니다.
Less is always more. So many case films fail to communicate a clear idea and a compelling strategy that isn't cluttered and confusing.
집중과 명확성의 필요성은 경시할 수 없습니다.
The need for focus and clarity cannot be underestimated.

간단명료함
BE UPFRONT

심사위원단이 캠페인의 특성과 결과를 곧바로 이해할 수 있도록 아이디어를 간단명료하고 빠르게 설명하십시오. 불필요하게 장황한 서사나 미사여구는 사용하지 않는 것이 좋습니다. 사례 영상을 하나의 사설로 생각하십시오. 모든 핵심 정보가 먼저 제시되어야 하며, 그 뒤에 아이디어를 확장하는 것이 좋습니다.
Explain the idea upfront and quickly so the Jury can understand the dimensions of the campaign and its results from the very beginning. Avoid using unnecessary buildup or stylistic filler. Treat your case film like a piece of editorial. All the key information early on – expansion of the idea to follow.

문화 및 맥락
CULTURE AND CONTEXT

심사위원단은 다양한 국적으로 구성되어 영어가 모국어가 아닌 심사위원도 있습니다. 이 다양성을 존중해 주십시오. 문화적 뉘앙스나 생소한 문화적 맥락이 중요한 출품작은 추가 정보를 함께 제공해야 합니다.
Our Juries are international, and English is not always their first language. Respect this diversity. Entries that rely on a cultural nuance or unfamiliar cultural context should come with additional information.

참신한 관점

TAKE A FRESH PERSPECTIVE

출품작에 많은 시간과 노력을 기울였겠지만 심사위원단의 사정은 다릅니다. 참신한 시각으로 아이디어를 살펴보고 새로운 청중을 위해 핵심을 간결하게 제시하십시오.
You may have lived and breathed the work, but the Jury hasn't. Look at the idea with a fresh pair of eyes and break it down to its core for a new audience.

스토리텔링

TELL A STORY

설명은 단순하고 강력하며 간결한 서사가 중심이 되어야 합니다. 스토리텔링이 중요합니다.
Structure your explanation around a simple, powerful and succinct narrative. Storytelling is key.

이해하기 쉽게

MAKE IT EASY FOR THEM

아이디어는 자명해야 합니다. 불필요하고 복잡한 제작 가치로 인해 이해하기 어려워서는 안 됩니다. 간결하게 만드십시오.
The idea should speak for itself. Avoid creating barriers with unnecessary and elaborate production values. Keep it straightforward.

카테고리 선택

CATEGORY SELECTION

출품작에 가장 적합한 카테고리를 신중하게 선택하고, 출품작이 연관성과 특별함을 청중에게 보여주십시오. 출품작을 출품할 카테고리를 잘 모르겠다면 조언을 할 수 있는 어워드 전문가에게 물어보십시오.
Carefully consider the best category for your entry and ensure that it demonstrates both relevance and specificity for its audiences. If you're unsure where your work can go, ask an Awards expert who can give you some advice.

업계 용어

INDUSTRY JARGON

업계 용어와 마케팅 언어 사용을 피하십시오. 출품작 판매가 아닌 설명에 집중하십시오. 과장은 많지만 정작 내용은 빈약한 사례 영상은 심사위원단에게 깊은 인상을 주지 못합니다.
Avoid industry jargon and marketing speak. Don't sell – explain your work. A case film with excessive hype and empty statements will not impress the Jury.

결과

RESULTS

확실하고 유의미하며 측정 가능한 결과를 제공해야 합니다 정직하고 구체적이어야 하며, 실질적이고 정량적인 수치와 통계를 제공하십시오. 일부 카테고리에서는 결과가 점수의 30%를 차지합니다. 결과와 원래 목적, 전략, 목표의 연관성을 명확히 하십시오.
Make sure you provide them and that they are robust, meaningful and measurable. Be honest, specific and provide workable, quantitative figures and stats. In some categories, results count for 30% of the mark. Clearly link your results back to original goals, strategies and objectives.