



# Adman Awards & Symposium 2015

## Rules & Categories

Film Categories

Print Categories

Out of Home Categories

Radio Categories

Design Categories

Media Categories

Public Relations Plan Categories

Activation & Event Marketing Categories

Direct Marketing Categories

Digital & Interactive Media Categories

Integrated Marketing Communication (IMC) Campaign Category

**\*\* NEW \*\*** Innovative Idea Category

Ad That Works (Effective Communication) Category

**Deadline: 31<sup>st</sup> August 2015**

**Be the First Winner  
of the Most Honorable Awards**

## กฎเกณฑ์และกติกาการส่งผลงานเข้าประกวด : Rules & Regulations

1. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดต้องเป็นผลงานที่สร้างสรรค์และเผยแพร่ภายในประเทศตั้งแต่ **1 สิงหาคม 2557 – 31 สิงหาคม 2558** ยกเว้นหมวด Ad That Works (Effective Communication) ต้องเป็นผลงานที่สร้างสรรค์และเผยแพร่ภายในประเทศตั้งแต่ **1 สิงหาคม 2556 – 31 สิงหาคม 2558** และจะต้องเป็นผลงานที่ไม่เคยส่งเข้ามาประกวดในหมวดนี้
2. สำหรับหมวดสื่อภาพยนตร์โฆษณาที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ และในโรงภาพยนตร์ ซึ่งจัดแบ่งหมวดหมู่ออกตามประเภทสินค้าและบริการ (F01-F14) จำกัดความยาวไม่เกิน 3 นาที และสามารถส่งได้ไม่เกิน 2 Single Sub-Categories และ 1 Campaign Sub-Categories อาทิ ถ้าส่งในหมวดประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม (Food & Beverage) และประเภทส่งเสริมสังคม (Public Service Message and Cause Appeals) แล้ว จะไม่สามารถส่งใน Sub-Category อื่นได้อีก ยกเว้นประเภทแคมเปญ (Campaign Sub-Categories) เท่านั้น ในกรณีที่ต้องการส่งผลงานเพิ่มเติมในหมวดสื่อภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์เป็นหลัก (F15) รวมไปถึงบนช่องทางพิเศษอื่นๆ ในหมวด Other Screens (F16) ภาพยนตร์โฆษณาจะต้องติดต่อเป็นคนละเวอร์ชัน และมีความยาวที่แตกต่างกันกับเวอร์ชันที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ และในโรงภาพยนตร์
3. สำหรับหมวดสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา (Print Categories) สามารถส่งได้ไม่เกิน 2 Single Sub-Categories และ 1 Campaign Sub-Categories อาทิ ถ้าส่งในหมวดประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม (Food & Beverage) และประเภทส่งเสริมสังคม (Public Service Message and Cause Appeals) แล้ว จะไม่สามารถส่งใน Sub-Category อื่นได้อีก ยกเว้นประเภทแคมเปญ (Campaign Sub-Categories) เท่านั้น
4. สมาคมฯ มีนโยบายไม่สนับสนุนผลงานที่ไม่ได้เผยแพร่สู่สาธารณชน หรือที่รู้จักกันในนาม Scam Ad ดังนั้น **ทุกผลงานจะต้องแนบเอกสารรับรองของลูกค้า (Client Endorsement Form) เป็นสำคัญ** โดยเอกสารจะต้องระบุชื่อ, ตำแหน่ง, อีเมล และเบอร์ติดต่อของลูกค้าที่สามารถตรวจสอบได้เพื่อนำมายืนยันว่าผลงานชิ้นนั้นๆ ได้มีลูกค้าจริง, มีการผลิตขึ้นจริงและมีการเผยแพร่จริง สามารถตรวจสอบรายการเอกสารที่กำหนดได้ที่ **หน้า 32 ถึง หน้า 69 (ฉบับเต็ม)** พร้อมแนบเอกสารดังกล่าว ส่งพร้อมผลงานของท่าน และหากพบว่างานชิ้นดังกล่าวขาดคุณสมบัติตามที่ระบุไว้ ทางสมาคมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการถอดถอนงานชิ้นนั้น
5. ในกรณีที่มีการขอให้ตรวจสอบคุณสมบัติของชิ้นงานใดๆ **ผู้ร้องต้องทำจดหมายเป็นลายลักษณ์อักษรถึงสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทยเท่านั้น** เพื่อดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงต่อไป
6. ผลงานที่ส่งเข้าประกวดทั้งหมดถือว่าผู้ส่งผลงานอนุญาตให้ทางสมาคมฯ นำไปตีพิมพ์ ทำสำเนาในรูปแบบของวิดีโอ, CD-ROM, สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออื่นๆ เพื่อเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์ต่อวงการโฆษณาและการศึกษา และขอสิทธิคัดเลือกผลงานที่ได้รับรางวัลเข้าประกวดในระดับนานาชาติต่อไปโดยไม่ถือเป็นการละเมิดสิทธิ์
7. สมาคมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการจัดกลุ่มหรือเปลี่ยนแปลงหมวดหมู่ของผลงานที่ส่งเข้าประกวด รวมทั้งเปลี่ยนแปลงชนิดและจำนวนรางวัลตามความเหมาะสม โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ผู้ส่งผลงานเข้าประกวดทราบล่วงหน้า
8. สมาคมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการถอนผลงานออกจากการประกวด หรือรับรางวัลคืนโดยไม่จำเป็นต้องคืนเงิน ค่าสมัคร หากตรวจพบว่าผลงานโฆษณาที่ส่งเข้าประกวดขาดคุณสมบัติตามที่ระบุไว้
9. สมาคมฯ ขอสงวนสิทธิ์การรับผิดชอบในกรณีการสูญหายหรือความเสียหายของผลงานที่ส่งเข้าประกวด
10. สมาคมฯ ขอถือข้อมูลในการสมัครผ่านระบบออนไลน์เป็นสำคัญสำหรับใช้ในการประกาศผลรางวัล ตลอดจนการเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน
11. สมาคมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลในการสมัครผ่านระบบออนไลน์ **มีผลตั้งแต่ 11 กันยายน 2558 และจะถือข้อมูลในการสมัครผ่านระบบออนไลน์เป็นสำคัญ**
12. ในกรณีที่ผู้ส่งผลงานมีความประสงค์ที่จะยกเลิกการส่งผลงาน ผู้ส่งจะต้องทำการแจ้งผู้จัดงานล่วงหน้า 7 วัน นับจากวันแรกของการตัดสิน
13. ผู้ส่งผลงานเข้าประกวดทั้งหมดเป็นผู้มีสิทธิ์ได้รับรางวัลเท่านั้น
14. ผลการตัดสินทั้งหมดในทุกรอบ ถือเป็นสิทธิ์ขาดของคณะกรรมการตัดสิน ทางสมาคมฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการคืนเงินค่าสมัครในทุกกรณี

## แนวทางการตัดสิน : Judging Criteria

### เกณฑ์การตัดสิน

- Creativity
- Consumer Insightful/Relevance
- Fresh Idea
- World Class Idea

### ขั้นตอนการตัดสิน

การตัดสินจะนำโดยประธานคณะกรรมการตัดสิน โดยแบ่งเป็น 3 รอบ

#### **รอบแรก (เป็นการให้คะแนน IN / OUT)**

1. การตัดสินรอบแรกเป็นการให้คะแนนตามความเหมาะสมของชิ้นงานที่จะได้รับ และเป็นการให้คะแนน IN / OUT
2. เมื่อได้คะแนน ที่เข้ารอบแรกมาแล้ว (Shortlist) กรรมการสามารถ Call In ผลงานที่ไม่เข้ารอบ ได้ท่านละ 1 ผลงานโดยต้องได้รับมติเกินครึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด และผลงานชิ้นนั้น จะต้องไม่เป็นผลงานของกรรมการหรือของบริษัทของตนเอง

#### **รอบสอง (รอบ DISCUSSION)**

1. การตัดสินรอบสองเป็นรอบ Discussion นำโดยประธานคณะกรรมการตัดสิน
2. กรรมการไม่มีสิทธิโหม่ง ชักงู หรือ ชักชวน ให้กรรมการท่านอื่น ๆ ช่วยออกเสียงให้ผลงานของตนเองหรือของบริษัทตนเองได้รับรางวัลในรอบ Discussion
3. กรรมการไม่มีสิทธิออกเสียงในงานของตนหรือของบริษัทตนเองในรอบนี้
4. ผลงานที่จะผ่านเข้ารอบต่างๆจะต้องได้รับคะแนนเป็นเอกฉันท์ไม่ต่ำกว่า 51 % ของจำนวนกรรมการทั้งหมด ตั้งแต่รอบ Shortlist จนถึงรอบ Gold (โดยกรรมการจะต้องให้คะแนนในแต่ละผลงานในทุกกรอบถ้าต้องการให้ผลงานนั้นๆเข้าสู่รอบต่อไป)
5. รอบ Shortlist, Finalist, Bronze และ Silver จะเป็นการลงคะแนนแบบ Secret Vote โดยกรรมการกดเลือกให้คะแนน YES /NO แต่จะมีการแจ้งบอกให้ทราบว่าผลงานใดเข้ารอบต่อไปบ้าง
6. รอบ Gold และ Best จะเป็นการลงคะแนนแบบ Secret Vote โดยไม่มีการแจ้งบอกผลคะแนนเพื่อเก็บคะแนนเป็นความลับ จนถึงวันประกาศผลการประกวด
7. ในแต่ละ Sub-Category ได้กำหนดให้มีรางวัล Gold เพียง 1 รางวัล, รางวัล Silver 2 รางวัล และรางวัล Bronze 2 รางวัล ตามลำดับ ซึ่งรวมแล้วไม่เกิน 5 รางวัล ซึ่งคณะกรรมการอาจใช้สิทธิ์ให้ไม่มีประเภทรางวัลใดรางวัลหนึ่งได้ ถ้าหากคุณสมบัติของผลงานที่ส่งเข้าประกวดไม่ถึงเกณฑ์ที่คณะกรรมการตัดสินได้กำหนดไว้
8. ในการเลือก Best ของ Film/Print /Out of Home/Digital & Interactive Media จะนำ Gold จากทุก Sub-Category มาพิจารณาเพื่อคัดเลือก Best ฉะนั้นในการเลือก Best จะต้องมีการเลือก Gold มากกว่า 1 รางวัลขึ้นไป จึงสามารถเลือก Best ได้  
**\*\* หมายเหตุ: กรณีที่กรรมการมีความประสงค์ที่จะไม่เลือกรางวัล Best (Break the Rule) กรรมการทุกท่านต้องออกเสียงเป็นเอกฉันท์ 100% (Unanimous)**
9. การเลือก Best ในหมวด Film/Print /Out of Home/Digital & Interactive Media ในกรณีที่งานชิ้นเดียวกัน (Product) ได้ Gold ทั้งในประเภท Single และ Campaign ผลงานทั้งสองประเภทจะถูกนำมาตัดสินรวมกัน โดยพิจารณาจากความเป็น Product โดยไม่อิงความเป็น Single หรือ Campaign รางวัล Best of the Year, Advertiser of the Year และ Production House of the Year จะเป็นการรวมคะแนนจากชิ้นงานที่ได้รับรางวัล Best, Gold, Silver และ Bronze โดยแต่ละรางวัลได้คะแนนต่างกัน

## ประเภทของรางวัล : Type of Awards

1. Bronze Awards
2. Silver Awards
3. Gold Awards
4. Best Awards
5. Special Awards

## รางวัลยอดเยี่ยม : Best Awards

1. Best of Film (ภาพยนตร์โฆษณายอดเยี่ยม)
2. Best of Print/Out of Home (โฆษณาสิ่งพิมพ์, สื่อโฆษณานอกบ้านยอดเยี่ยม)
3. Best of Digital (โฆษณาสื่อดิจิทัลยอดเยี่ยม)

## การคำนวณคะแนน : Tallying the Scores

รางวัลจะถูกนำมาคำนวณคะแนนตามตารางด้านล่าง

All Categories (Except Ad That Works)	
Bronze	3 Points
Silver	5 Points
Gold	7 Points
Best	12 Points
Ad That Works (Effective Communication)	
Bronze	5 Points
Silver	8 Points
Gold	12 Points

หมายเหตุ : ในกรณีที่ รางวัล Gold ตัวหนึ่งตัวใดที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็น Best นั้น รางวัลตัวนั้นจะได้รับคะแนนของรางวัล Best เท่านั้น (ไม่นับคะแนนในรางวัล Gold ได้อีก)

## รางวัลพิเศษ : Special Awards

มีทั้งหมด 4 รางวัลด้วยกัน ได้แก่

1. Advertiser of the Year (based on clients that won the most awards of that year)
2. Advertising Agency of the Year (based on the Advertising Agency that won the most awards of that year)
3. Digital Agency of the Year (based on the Digital Agency that won the most awards of that year)
4. Production House of the Year (based on the production house that won the most awards of that year)

### ● Advertiser of the Year

รางวัล Advertiser of the Year เป็นรางวัลที่มอบให้กับลูกค้าที่แสดงความโดดเด่น ที่นำเสนอรูปแบบการตลาดใหม่ๆ ผ่านแคมเปญที่มีคุณภาพ ข้อมูลที่ระบุในช่อง “Advertiser” ในการสมัครผ่านระบบออนไลน์จะถูกนำมาคำนวณคะแนนสำหรับรางวัล Advertiser of the Year

### ● Advertising Agency of the Year

ข้อมูลที่ระบุในช่อง “Advertising Agency” ในการสมัครผ่านระบบออนไลน์จะถูกนำมาคำนวณคะแนนสำหรับรางวัล Advertising Agency of the Year

### ● Digital Agency of the Year

ข้อมูลที่ระบุในช่อง “Advertising Agency / Digital Agency” ในการสมัครผ่านระบบออนไลน์ ในหมวด Digital & Interactive Media จะถูกนำมาคำนวณคะแนนสำหรับรางวัล Digital Agency of the Year

### ● Production House of the Year

ข้อมูลที่ระบุในช่อง “Production House Company” ในการสมัครผ่านระบบออนไลน์ ในหมวดสื่อภาพยนตร์โฆษณา (Film) จะถูกนำมาคำนวณคะแนนสำหรับรางวัล Production House of the Year

**หมายเหตุ :** ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกระบุในการสมัครผ่านระบบออนไลน์จะถูกนำมาคำนวณคะแนนสำหรับรางวัลพิเศษที่กล่าวไว้ด้านบน กรุณาตรวจสอบข้อมูลต่างๆ อาทิ ชื่อ นามสกุลของผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลงานชิ้นดังกล่าว ตลอดจนรายชื่อบริษัทต่างๆ ให้ถูกต้อง ทางผู้จัดงานไม่มีส่วนรับผิดชอบในกรณีที่ผู้ส่งประกวดระบุข้อมูลไม่ถูกต้อง และทางสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลในใบสมัคร **มีผลตั้งแต่ 11 กันยายน 2558** และจะถือข้อมูลในการสมัครผ่านระบบออนไลน์เป็นสำคัญ

## ขั้นตอนการส่งผลงาน : Entry Submission

ผลงานจะต้องสมัครผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น

### วิธีการส่งผลงาน

1. ส่งผลงานได้ที่ [www.admanawards.com](http://www.admanawards.com) โดยเลือกเมนู “Award” และเลือก “Entry Submission”  
\*\*ระบบนี้จัดทำ และดูแลโดย TWF Digital
2. เลือกหมวดหมู่ที่เหมาะสม และกรอกรายละเอียดผ่านระบบออนไลน์  
หมายเหตุ: ถ้าผู้สมัครยังไม่ได้กดปุ่ม “Confirm” ผู้สมัครสามารถกลับมากรอกข้อมูลเพิ่มเติม หรือแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ได้  
ภายหลัง
3. หลังจากที่ผู้สมัครยืนยันความถูกต้องข้อมูลที่กรอกทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ผู้สมัครสามารถส่งพิมพ์ใบสมัคร (Entry Submission Form) และใบยืนยันการสมัคร (Entry Confirmation) จากปุ่มภายในหน้า Entry List & Payment
4. ผู้สมัครจะต้องติดใบยืนยันการสมัคร (Entry Confirmation) ที่ด้านหลังของบอร์ดผลงาน หรือแนบมากับผลงานของท่าน  
(ในกรณีที่งานชิ้นนั้นไม่มีบอร์ดผลงาน)
5. หลังจากที่ผู้สมัครเลือกวิธีการชำระเงิน ใบแจ้งหนี้ (Invoice) จะถูกส่งไปยังอีเมลล์ของผู้สมัคร และผู้สมัครยังสามารถส่งพิมพ์เอกสารใบแจ้งหนี้ (Invoice) จากในระบบออนไลน์ ในหน้า Payment Summary เพื่อเป็นเอกสารประกอบการจ่ายชำระเงินได้  
เช่นกัน
6. รายละเอียดของผลงานที่ถูกส่งเข้าจะปรากฏในใบสรุปผลงานทั้งหมด (Entry Summary) ซึ่งผู้สมัครสามารถส่งพิมพ์ จากใน  
หน้า Entry Summary
7. ผู้สมัครจะต้องแนบเอกสารทั้งหมด (ใบสมัคร, ใบยืนยันการสมัคร, ใบสรุปผลงานทั้งหมด และใบแจ้งหนี้) นำส่งพร้อมกับผลงาน

การสมัครผลงานจะถือว่ายังไม่เสร็จสมบูรณ์จนกว่าทางผู้จัดงานจะได้รับเอกสาร และผลงานทั้งหมด ตามที่ได้ระบุไว้ในกฎเกณฑ์การส่งผลงาน และจนกว่าจะได้รับการชำระค่าส่งผลงานเท่านั้น

หมายเหตุ: เพื่อประโยชน์ของผู้สมัคร กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบถ้วนและตรวจสอบความถูกต้องก่อนยืนยันการสมัคร ผู้สมัครไม่สามารถเว้นข้อมูลในช่องที่กำหนดไว้ให้ หากผลงานดังกล่าวได้รับรางวัล ข้อมูลจะถูกนำไปให้เผยแพร่ในสื่อต่างๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนเว็บไซต์ของ Adman Awards & Symposium ตามที่ผู้สมัครได้ยืนยันไว้เมื่อครั้งสมัคร หากผู้สมัครต้องการแก้ไขข้อมูล สามารถแจ้งความประสงค์ไปยังผู้จัดงาน กรุณาติดต่อ คุณสมยมฯ พงษ์ใหม่ (กิก) [sayomphu@plannova.co.th](mailto:sayomphu@plannova.co.th) หรือ คุณพบบนญ คำภาอินทร์ (กูก) [phobboon@plannova.co.th](mailto:phobboon@plannova.co.th) ทางผู้จัดขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลภายใน **วันศุกร์ที่ 11 กันยายน 2558** เท่านั้น

## ค่าส่งผลงาน : Entry Fee

การชำระค่าธรรมเนียมในการสมัครเข้าประกวด แบ่งตามประเภทของผลงาน ดังต่อไปนี้

### ประเภท Film/Print/Radio

ประเภทเดี่ยว (1 ชิ้นงาน ต่อ 1 ไบสมัคร)	2,000	บาท
ประเภทแคมเปญ (1 แคมเปญ ต่อ 1 ไบสมัคร)	4,500	บาท
<b>** (จำกัดแคมเปญละ 4 ชิ้น ชิ้นที่เกินคิดชิ้นละ 2,000 บาทต่อชิ้น)</b>		

### ประเภท Out of Home

ประเภทเดี่ยว (1 ชิ้นงาน ต่อ 1 ไบสมัคร) (OH01)	2,000	บาท
ประเภทแคมเปญ (1 แคมเปญ ต่อ 1 ไบสมัคร) (OH02)	4,500	บาท
<b>** (จำกัดแคมเปญละ 4 ชิ้น ชิ้นที่เกินคิดชิ้นละ 2,000 บาทต่อชิ้น)</b>		
ประเภทผลงาน (OH03, OH04, OH05)	4,500	บาท

### ประเภท Design/Media/Digital & Interactive Media/Public Relations Plan/

### Activation & Event Marketing/Direct Marketing/Integrated Marketing Communication (IMC) Campaign/Innovative Idea

ผลงานละ (1 ผลงาน ต่อ 1 ไบสมัคร)	4,500	บาท
<b>** (ตั้งแต่ 1 ชิ้นงานขึ้นไป)</b>		

### ประเภท Ad That Works (Effective Communication)

ผลงานละ (1 ผลงาน ต่อ 1 ไบสมัคร)	8,000	บาท
---------------------------------	-------	-----

## วิธีการชำระเงิน : Payment

- เงินสด
- เช็คสั่งจ่ายในนาม “สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย”
- โอนเงินผ่านธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาประชานิเวศน์ 1  
 ชื่อบัญชี สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย เลขที่บัญชี 280-1-18103-9 บัญชีออมทรัพย์  
 กรุณาפקซ์ใบโอนเงิน (Pay In) กลับมาที่คุณสุชาดา บุญมาชู (หนู) แผนกบัญชี บริษัท แพลนโนวา จำกัด  
 โทร 0-2530-9300 ต่อ 20 פקซ์ 0-2530-9291-3 หรือ อีเมลล์ [suchada@plannova.co.th](mailto:suchada@plannova.co.th)

**หมายเหตุ:** ทางสมาคมฯขอสงวนสิทธิ์ในการคิดค่าปรับสำหรับการสมัครผ่านออนไลน์ หลังจากวันที่ 31 สิงหาคม 2558  
 ผลงานละ 1,000 บาท

## สถานที่ส่งผลงาน : Sending Entries

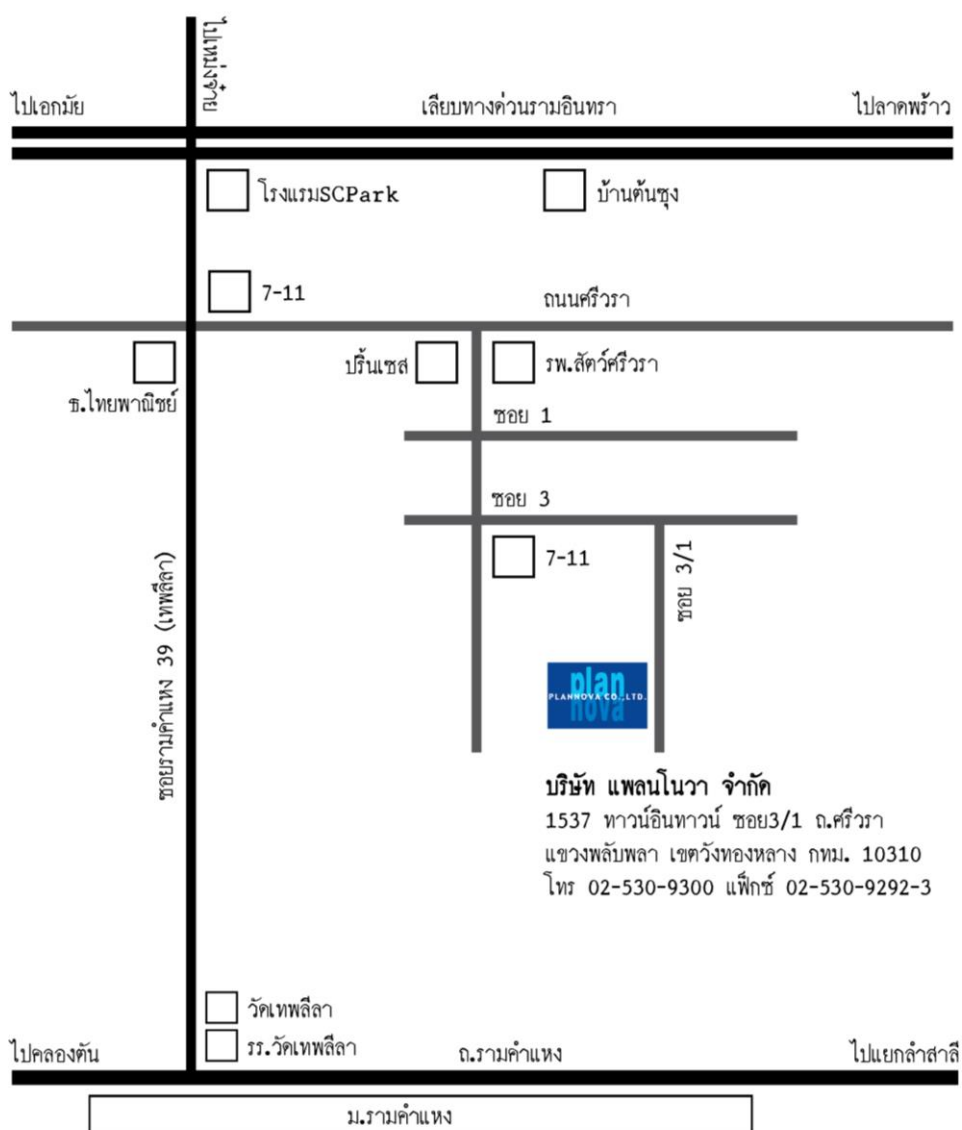
บริษัท แพลนโนวา จำกัด

1537 ทาวน์ อิน ทาวน์ ซอย 3/1, ถนนศรีวิภา พลับพลา วังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310

โทร 0-2530-9300 แฟกซ์ 0-2530-9291-3

- คุณสมภพ พงษ์ใหม่ (กิก) ต่อ 26 หรือ [sayomphu@plannova.co.th](mailto:sayomphu@plannova.co.th)
- คุณพบบุณย์ คำภาอินทร์ (กุก) ต่อ 56 หรือ [phobboon@plannova.co.th](mailto:phobboon@plannova.co.th)

Website : [www.admanawards.com](http://www.admanawards.com)



**\*\* ผลงานที่ส่งเข้าประกวดและไม่ได้รับรางวัลใด ๆ สามารถรับผลงานคืนได้ภายใน 1 เดือน หลังวันงานประกาศผลรางวัลแล้ว \*\***



## ประเภทของผลงานที่ส่งเข้าประกวด : Categories

### สื่อโฆษณาการสื่อสารแบบบูรณาการ : Integrated Marketing Communication (IMC) Campaign Category

แผนงานที่จัดส่งในหมวดนี้จะต้องเป็นแคมเปญรณรงค์ใช้การสื่อสารแบบผสมผสาน โดยมุ่งเน้นความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อดำเนินกลยุทธ์สื่อสารได้อย่างโดดเด่น น่าสนใจสดใหม่กลมกลืน และส่งเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งต้องนำเสนอผ่านการสื่อสารอย่างน้อย 3 หลักการ (Disciplines) ขึ้นไป อาทิ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางตรง หรือสื่อออนไลน์ ฯลฯ

## ข้อกำหนดการส่งผลงาน : Entry Requirement

### แผนการสื่อสารการตลาดรวม Integrated Marketing Communication : (IMC) Campaign Category

#### REQUIRED MATERIALS:

##### Case Film (Maximum duration 3 minutes)

<ul style="list-style-type: none"> <li>• HD 720p: 1280 x 720</li> <li>• QuickTime (.mov) H.264</li> <li>• MP4 H.264</li> </ul>	OR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Full HD 1080p: 1920 x 1080</li> <li>• QuickTime (.mov) H.264</li> <li>• MP4 H.264</li> </ul>
--	----	---

- Sound: Stereo
- 3 seconds black/color bar at the beginning
- \*Do not show the clock/agency/post house slate in encoding\*

##### Presentation Board

- Maximum size A2 (60 cm x 40 cm)
- Note: Oversized board will not be displayed in the exhibition gallery.
- You must attach the Entry Confirmation on the back of your mounted board.

##### Digital Image

- JPEG file (exactly appeared as the mounted board) 300 dpi (CMYK & RGB) minimum A4 size
- Digital Image must be supplied on PC compatible DVD or Thumb Drive
  - You may include multiple entries of the same category in a particular DVD or Thumb Drive, but please separate DVDs or Thumb Drives for the different categories.
  - Please separate your folder of each entry.

##### Original Client Endorsement Form or Original Media Schedule from Media Agency (send together with your entry package)

**IMPORTANT:** Your entry will not be shown to the judges if you fail to provide either the Original Client Endorsement Form or the Original Media Schedule from Media Agency.

You must also send with your entry package or email [sayomphu@plannova.co.th](mailto:sayomphu@plannova.co.th) or [phobboon@plannova.co.th](mailto:phobboon@plannova.co.th) for entry reference:

1. Entry Submission Form
2. Entry Confirmation Form
3. Entry Summary Form
4. Invoice

**IMPORTANT:** It is for your own interest to carefully check and re-check the credit you entered. The required credit(s) cannot be blank.

แผนการสื่อสารการตลาดรวม Integrated Marketing Communication : (IMC) Campaign Category

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) CATEGORY  
PRESENTATION BOARD (MOUNTED BOARD & JPEG FILE)



Presentation Board :

- A2 Mounted board  
(Maximum 60 cm x 40 cm)
- JPEG file 300 dpi  
(CMYK & RGB) minimum A4 size

Ad as it was published:

- No agency logo
- Clear & Concise Text separated in 3 sections (100 words maximum for each section)