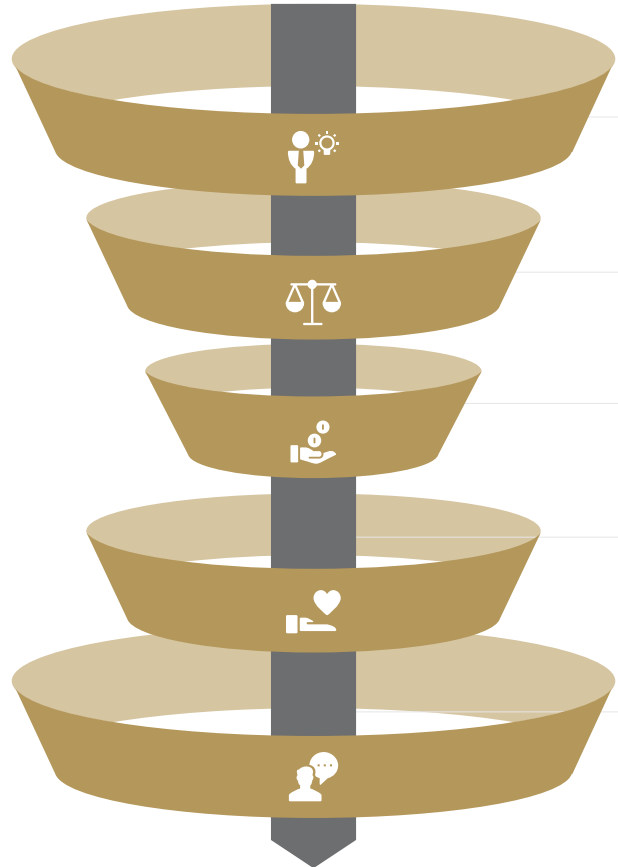


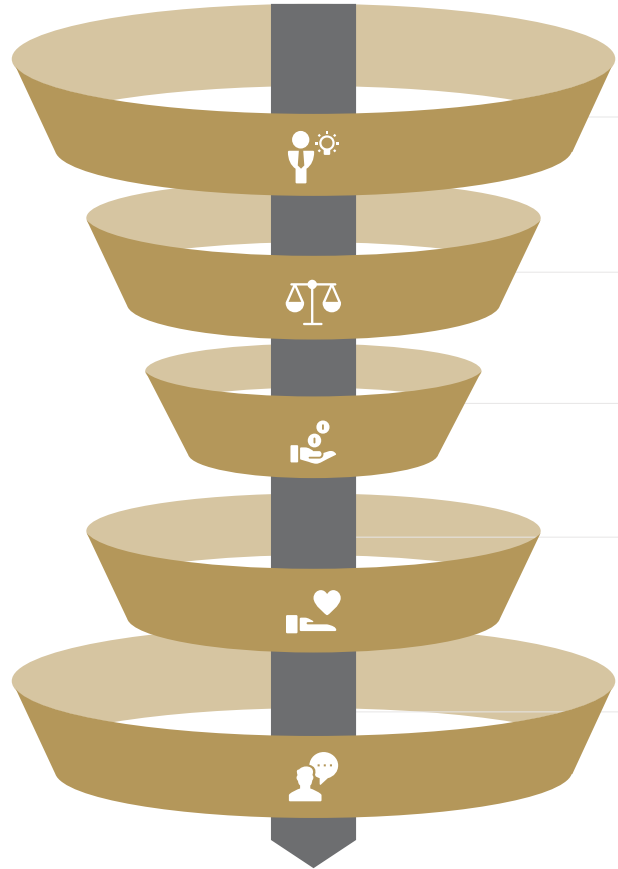
For each objective in your Effie entry, please select an objective type



Objective Type	Definition for Product or Service Marketing	Definition for Non-Profit and Purpose Driven Marketing	Related Digital Marketing Terminology	Creative Tendency
AWARENESS	Knowledge and familiarity of brand, product or service.	Knowledge and familiarity of non-profit or institutional mission or cause.	Upper funnel	Tends to focus on emotional or aspirational storytelling.
CONSIDERATION	Researching, receiving or obtaining additional details and evaluating a product or service.	Researching, receiving or obtaining additional educational information about the cause.	Middle funnel	Tends to focus on functional benefits product design, ingredients, features or user experience.
PURCHASE / COMMITMENT	Purchase. Buying a product, service or subscription.	Commitment. Donating or taking meaningful action in support of a cause.	Lower funnel / conversion	Tends to focus on commercial tactics.
LOYALTY	Repurchasing a product, subscription or service or buying another product within the brand's ecosystem.	Repeat of donation or other meaningful action to support the cause.	Replenishment or renewal	Tends to focus on commercial tactics.
ADVOCACY	Customers relay their own stories and experiences.	Supporters relay their support for the cause and/or their own stories and experiences related to the cause.	User generated recommendations, reviews, testimonials, comments.	Tends to inspire, celebrate and acknowledge customers.

The Effie Awards honor **ideas that work**. Any type of marketing touchpoint can play a role along each step of the way (e.g., product innovation, customer experience, tv, digital, pr, print, sampling, trial, pricing, packaging, radio, word of mouth, etc.)

Для кожної цілі в заявці, будь ласка, оберіть тип цілі



Типи Цілей	Визначення для маркетингу продуктів та сервісів	Визначення для некомерційного маркетингу та Purpose Driven маркетингу	Термінологія digital маркетингу	Креативні тенденції
ОБІЗНАНІСТЬ / AWARENESS	Знання та знайомство з брендом, товаром чи послугою.	Знання та знайомство з некомерційною чи інституційною місією чи цінністю.	Вершина воронки	Зосередження на емоційному або бажанному сторітелінгу.
УВАГА ТА РОЗГЛЯД / CONSIDERATION	Дослідження, знайомство з додатковими деталями та оцінка товару чи послуги.	Дослідження, отримання додаткової освітньої інформації про проєкт.	Середина воронки	Зосередження на функціональних перевагах дизайну продукту, елементах, функціях або досвіду користування
ПОКУПКА / PURCHASE	Покупка, купівля товару, послуги або передплати.	Прихильність. Пожертвування або участь в активностях на підтримку проєкту.	Дно воронки / конверсія	Зосередження на комерційній тактиці.
ЛОЯЛЬНІСТЬ / LOYALTY	Повторна покупка товару, передплати чи послуги або придбання іншого товару в рамках екосистеми бренду.	Повторне пожертвування або повторна участь в активностях на підтримку проєкту.	Поповнення або оновлення	Зосередження на комерційній тактиці.
АДВОКАЦІЯ ТА ЛОБІЮВАННЯ / ADVOCACY	Клієнти діляться власними історіями та досвідом.	Прихильники діляться своєю підтримкою проєкту та/або власними історіями та переживаннями, пов'язаними з цим проєктом.	Рекомендації, огляди, відгуки, коментарі користувача	Зосередження на тому, щоб надихнути, відзначити та визнати клієнтів.

Effie Awards нагороджує ідеї, які працюють. Будь-який тип маркетингового touchpoint може зіграти свою роль в кампанії (наприклад, інновація продукту, клієнтський досвід, tv, digital, pr, принт, семплінг, тестери, ціна, упаковка, радіо, сарафане радіо, інше)

Objective Type Examples

Note: This list is offered as guidance and is not comprehensive. Effie welcomes entrants to define objectives and effectiveness in their own way.

Objective type	Examples of general objectives (offline and/or digital)	Examples of digital objectives			
		Traffic generation to website or app download page	Email or digital ads	Social media	Site or app experience optimization
AWARENESS	<ul style="list-style-type: none"> Brand awareness scores Achieve pr impression benchmark Achieve in-store display benchmark 	<ul style="list-style-type: none"> Increase in new site visitors Increase in organic search traffic Increase SEO keyword positions 	<ul style="list-style-type: none"> Attribution from interest based or behavioral based display or ads 	<ul style="list-style-type: none"> Non-paid social media Impressions or views Non-paid follower growth 	<ul style="list-style-type: none"> Achieve higher ranking within marketplaces
CONSIDERATION	<ul style="list-style-type: none"> Purchase intent scores Achieve a marketing program participation rate benchmark Increase in lead generation Increase shopper marketing performance as part of marketing mix analysis 	<ul style="list-style-type: none"> Increase direct site traffic Increase referral site traffic Increase in time spent on site Increase in page views Decrease in bounce rate Increase video view completion rate Achieve a video view time benchmark 	<ul style="list-style-type: none"> New email sign ups Increase in email open rate Increase in email or ad click-thru-rate (CTR) Increase in email traffic 	<ul style="list-style-type: none"> Video % viewed Increase in CTR from non-paid social media posts Increase in social media follower base 	<ul style="list-style-type: none"> Increase click-throughs to product detail pages Increase free or discounted trials Increase sample content downloads Achieved webinar sign up or attendance benchmark
PURCHASE OR COMMITMENT	<ul style="list-style-type: none"> Increase in \$ value or unit purchase amount Increase in AOV (average order value) Decrease in cost per acquisition (CPA) \$ or volume market share Increase in new customers or members / supporters Increase in ROI or ROAS Increase lifetime or 1 yr. customer value Increase average selling price Increase basket value Behavior change 	<p>Any of the following attributed to traffic generation efforts:</p> <ul style="list-style-type: none"> Purchase Membership sign - up Volunteer sign up Donation 	<p>Any of the following attributed to email or a digital ad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Purchase Membership sign - up Volunteer sign up Donation 	<p>Any of the following attributed to a social media ad, sponsored post or organic post to:</p> <ul style="list-style-type: none"> Purchase Membership sign-up Volunteer sign up Donation 	<ul style="list-style-type: none"> Increase in online transactions Increase share of online transactions as % of all transactions Increase cart value / AOV Achieve cross-selling benchmark Achieve up-selling benchmark Decrease in shopping cart abandonment Download app
LOYALTY	<ul style="list-style-type: none"> Increase in repurchase rate Increase in 1-year sign ups (vs. monthly sign ups) Increase in customer or member retention Increase customer or member renewal or repurchase rate Reduction in customer churn rate 	<ul style="list-style-type: none"> Enrollment in auto-replenishment Achieve a customer lifetime value benchmark 	<p>Last touch attribution to email or digital ad towards</p> <ul style="list-style-type: none"> Repurchase Membership renewal Repeat donation 	<p>Last touch attribution to social media towards:</p> <ul style="list-style-type: none"> Repurchase Membership renewal Repeat donation 	<ul style="list-style-type: none"> Increase in loyalty program sign-ups Increase in auto-replenishment sign-ups
ADVOCACY	<ul style="list-style-type: none"> Increase in customers / purchase via referrals Increase in positive customer referrals Achieve a net promoter score (NPS) benchmark Increase in word-of-mouth scores 	<ul style="list-style-type: none"> Increase product page shares Increase landing page shares 	<ul style="list-style-type: none"> Increase in online reviews via CRM email prompt 	<ul style="list-style-type: none"> Increase in social media in non-paid shares or virility rate Increase in positive social media comments / likes. 	<ul style="list-style-type: none"> Achieve customer review benchmark Achieve customer rating benchmark Number of product shares

Приклади типу цілей

Примітка: даний список запропоновано для перегляду в якості путівника/довідника прикладів різних типів цілей, що у свою чергу не обмежуються цим списком. Effie відзначає учасників, які формулюють цілі та описують ефективність по-своєму (самостійно).

Типи цілей	Приклади загальних цілей (offline та/або digital)	Приклади digital цілей			
		Генерація трафіку на сайт чи завантаження сторінок аплікацій	Email чи digital реклама	Соціальні медіа	Оптимізація досвіду сайтів чи аплікацій
ОБІЗНАНІСТЬ / AWARENESS	<ul style="list-style-type: none">Показники обізнаності про брендДосягнення бенчмарку PR виходівДосягнення бенчмарку в місцях продажу	<ul style="list-style-type: none">Збільшення нових користувачів сайтуЗбільшення органічного пошукового трафікуРіст SEO позицій по ключовим словам	<ul style="list-style-type: none">Показники дисплеїв чи реклами, які базуються на інтересах чи поведінці	<ul style="list-style-type: none">Безоплатні перегляди та лайки в соціальних мережахОрганічний ріст підписників	<ul style="list-style-type: none">Досягнення високих показників на маркетплейсах
УВАГА ТА РОЗГЛЯД / CONSIDERATION	<ul style="list-style-type: none">Показники наміру покупкиДосягнення бенчмарку клієнтської участі в маркетинговій програміРіст лідогенераціїРіст показників перформанс маркетингу як частини маркет міксу	<ul style="list-style-type: none">Ріст прямого трафіку на сайтРіст реферального трафіку на сайтЗбільшення часу проведеного на сайтіРіст показника перегляду сторінокЗниження рівня відмовЗбільшення показників по перегляду відеоДосягнення бенчмарку по часу перегляду відео	<ul style="list-style-type: none">Нові email підпискиРіст показників відкриття email розсилок (email open rate)Ріст email чи рекламного CTR (click-thru-rate)Ріст email трафіку	<ul style="list-style-type: none">Відсоток відео переглядівРіст CTR від безоплатних постів в соціальних мережахРіст підписників соціальних мереж	<ul style="list-style-type: none">Ріст переходів на сторінки з деталями продуктуРіст безкоштовного тесту чи тесту зі знижкоюЗбільшення кількості завантажень зразківДосягнення бенчмарку підписників чи відвідувачів вебінару
ПОКУПКА / PURCHASE OR COMMITMENT	<ul style="list-style-type: none">Ріст в грошах чи в кількостіРіст середнього чеку (average order value)Збільшення витрат на придбання (cost per acquisition)Ріст в грошах чи об'єму частки ринкуРіст нових клієнтів чи прихильниківРіст ROI чи ROASРіст довічної чи річної цінності клієнтаРіст середньої ціни продажівРіст вартості кошикаЗміна поведінки	<p>Будь-який показник з перерахованого нижче, що відноситься до генерації трафіку:</p> <ul style="list-style-type: none">ПокупкаПлатна членська підпискаБезкоштовна підпискаПожертвування	<p>Будь-який показник з перерахованого нижче, що відноситься до email чи digital реклами:</p> <ul style="list-style-type: none">ПокупкаПлатна членська підпискаБезкоштовна підпискаПожертвування	<p>Будь-який показник з перерахованого нижче, що відноситься до реклами в соціальних медіа, платних чи органічних постів:</p> <ul style="list-style-type: none">ПокупкаПлатна членська підпискаБезкоштовна підпискаПожертвування	<ul style="list-style-type: none">Ріст онлайн-транзакційРіст частки онлайн транзакцій як відсоток від усіх транзакційРіст вартості кошика / AOVДосягнення бенчмарку кросс-селінгу (cross-selling)Досягнення бенчмарку ап-селінгу (up-selling)Зменшення відмов від кошикаЗавантаження аплікації
ЛОЯЛЬНІСТЬ / LOYALTY	<ul style="list-style-type: none">Ріст показників повторної покупкиРіст річної чи місячної підпискиРіст показників утримання клієнтів або прихильниківРіст показників поновлення або повторної покупки клієнтів або прихильниківЗниження рівня відтоку клієнтів	<ul style="list-style-type: none">Підписка на автоматичне поповненняДосягнення бенчмарку довічної цінності клієнта	<p>Показники email чи digital реклами</p> <ul style="list-style-type: none">ПокупкаПоновлення членстваПовторне пожертвування	<p>Показники соціальних медіа:</p> <ul style="list-style-type: none">ПокупкаПоновлення членстваПовторна жертва	<ul style="list-style-type: none">Ріст підписників програми лояльностіРіст підписників на автоматичне поповнення
АДВОКАЦІЯ ТА ЛОБИВАННЯ / ADVOCACY	<ul style="list-style-type: none">Збільшення кількості клієнтів / покупок за рахунок рекомендаційЗбільшення кількості позитивних рекомендацій клієнтівДосягнення бенчмарку індексу споживчої лояльності (net promoter score)Ріст за рахунок сарафанного радіо	<ul style="list-style-type: none">Ріст шерів сторінки продукту (product page shares)Ріст шерів лендінгу (landing page shares)	<ul style="list-style-type: none">Ріст онлайн переглядів за рахунок розсилки по CRM базі	<ul style="list-style-type: none">Ріст в соціальних медіа не органічної частки чи virility rateРіст позитивних коментарів та лайків в соціальних медіа.	<ul style="list-style-type: none">Досягнення бенчмарку в клієнтських відгукахДосягнення бенчмарку рейтингу клієнтаКількість частки продукції/продукту