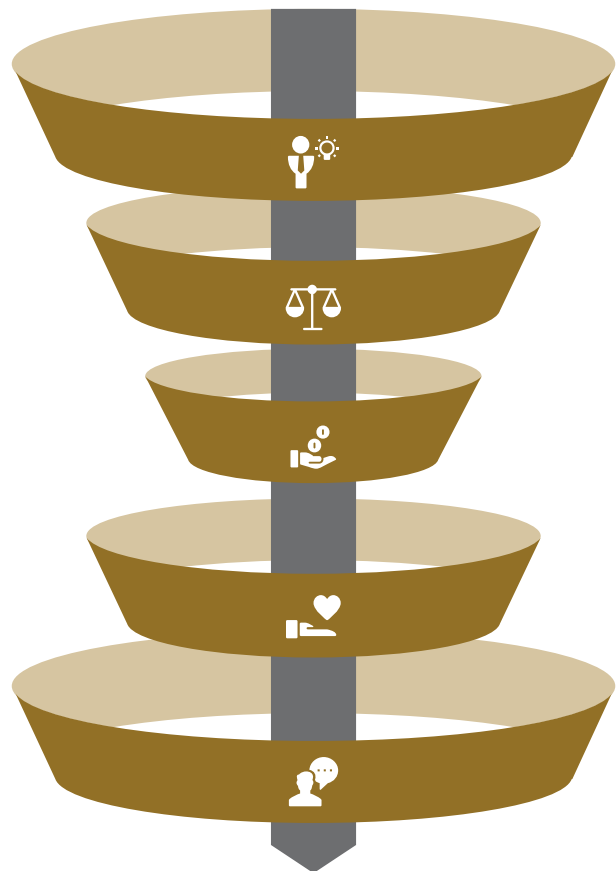


Для кожної цілі в заявці, будь ласка, оберіть тип цілі:



Типи Цілей	Визначення для маркетингу продуктів та послуг	Визначення для некомерційного та соціально орієнтованого маркетингу	Термінологія диджитал маркетингу	Креативні тенденції
ОБІЗНАНІСТЬ / AWARENESS	Знання та впізнаваність бренду, продукту або послуги	Знання та впізнаваність місії або суспільної ініціативи некомерційної чи інституційної організації	Верхній рівень воронки	Зосередження на емоційному або надихаючому сторітелінгу
УВАГА ТА РОЗГЛЯД / CONSIDERATION	Дослідження, отримання додаткової інформації та оцінка продукту або послуги	Дослідження, отримання або вивчення додаткової інформації про суспільну проблему чи ініціативу	Середній рівень воронки	Зосередження на функціональних перевагах дизайну продукту, елементах, особливостях або користувацькому досвіді
ПОКУПКА / PURCHASE	Покупка. Придбання продукту, послуги або підписки	Зобов'язання. Здійснення пожертви або іншої значущої дії на підтримку ініціативи	Нижній рівень воронки / конверсія	Зосередження на комерційній тактиці
ЛОЯЛЬНІСТЬ / LOYALTY	Повторна покупка продукту, підписки або послуги чи придбання іншого продукту в екосистемі бренду	Повторне здійснення пожертви або іншої значущої дії на підтримку ініціативи	Поповнення або продовження	Зосередження на комерційних тактиках
АДВОКАЦІЯ / ADVOCACY	Клієнти діляться власними історіями та досвідом	Прихильники діляться своєю підтримкою ініціативи та/або власними історіями й досвідом, пов'язаними з нею	Користувацькі рекомендації, відгуки, свідчення, коментарі	Зосередження на тому, щоб надихнути, відзначити та визнати клієнтів

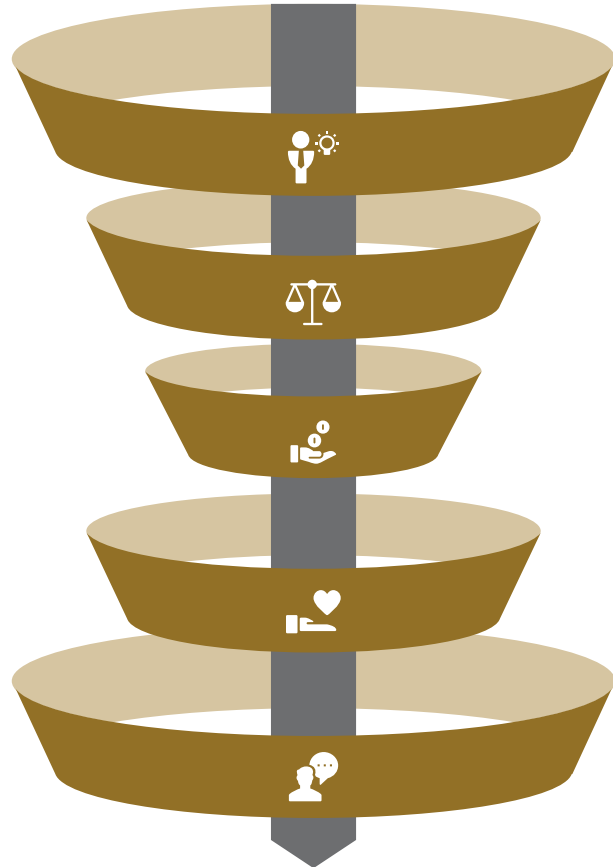
Effie Awards відзначає ідеї, які працюють. Будь-яка маркетингова точка взаємодії може відігравати роль на кожному етапі шляху (наприклад, інновації продукту, клієнтський досвід, ТБ, диджитал, PR, друковані матеріали, семплінг, пробне використання, ціноутворення, пакування, радіо, сарафанне радіо тощо).

Приклади типів 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 у власний спосіб.

Типи цілей	Приклади загальних цілей (офлайн та/або диджитал)	Приклади диджитал цілей			
		Генерація трафіку на сайт або сторінку завантаження додатку	Email чи диджитал реклама	Соціальні медіа	Оптимізація сайту або додатку
ОБІЗНАНІСТЬ / AWARENESS	<ul style="list-style-type: none"> Показники впізнаваності бренду Досягнення бенчмарку PR-охоплення Досягнення бенчмарку в місцях продажу 	<ul style="list-style-type: none"> Збільшення кількості нових відвідувачів сайту Зростання органічного пошукового трафіку Покращення позицій SEO-ключових слів 	<ul style="list-style-type: none"> Атрибуція від інтерес-або поведінково-орієнтованої реклами 	<ul style="list-style-type: none"> Органічні (неплатні) покази або перегляди Зростання кількості підписників 	<ul style="list-style-type: none"> Досягнення вищих позицій на маркетплейсах
УВАГА ТА РОЗГЛЯД / CONSIDERATION	<ul style="list-style-type: none"> Показники наміру покупки Досягнення бенчмарку участі в маркетингових програмах Зростання генерації лідів Покращення shopper-маркетингу (у межах аналізу маркетинг-міксу) 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання прямого трафіку Зростання реферального трафіку Збільшення часу на сайті Збільшення кількості переглядів сторінок Зменшення показника відмов Зростання показника повного перегляду відео Досягнення бенчмарку часу перегляду відео 	<ul style="list-style-type: none"> Нові підписки на email Зростання open rate Зростання CTR (клікабельності) Зростання email-трафіку 	<ul style="list-style-type: none"> Відсоток перегляду відео Зростання CTR з органічних постів Зростання бази підписників 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання переходів на сторінки товарів Збільшення кількості безкоштовних або акційних проб Зростання завантажень демо/контенту Досягнення бенчмарку реєстрацій або участі у вебінарах
ПОКУПКА / PURCHASE OR COMMITMENT	<ul style="list-style-type: none"> Зростання доходу або кількості покупок Збільшення середнього чека (AOV) Зниження вартості залучення клієнта (CPA) Частка ринку (у грошах або обсягах) Зростання кількості нових клієнтів / учасників / прихильників Зростання ROI або ROAS Зростання життєвої цінності клієнта (LTV) Зростання середньої ціни продажу Збільшення вартості кошика Зміна поведінки 	<p>Будь-який із наведених нижче результатів, що є наслідком активностей із залучення трафіку:</p> <ul style="list-style-type: none"> Покупки Реєстрації членства Запису волонтерів Донатів 	<p>Будь-який із наведених нижче результатів, що є наслідком email-розсилки або диджитал реклами:</p> <ul style="list-style-type: none"> Покупка Реєстрація Волонтерство Донат 	<p>Будь-який із наведених нижче результатів, що є наслідком реклами в соціальних мережах, спонсорованого або органічного поста:</p> <ul style="list-style-type: none"> Покупка Реєстрація Волонтерство Донат 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання онлайн-транзакцій Зростання частки онлайн-продажів Збільшення AOV Досягнення бенчмарків cross-sell та up-sell Зменшення покинутих кошиків Завантаження додатку
ЛОЯЛЬНІСТЬ / LOYALTY	<ul style="list-style-type: none"> Зростання повторних покупок Зростання річних підписок (порівняно з місячними) Зростання утримання клієнтів Зростання рівня поновлення / повторних покупок Зниження відтоку клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> Підключення до авто-поповнення Досягнення бенчмарку LTV 	<p>Атрибуція за останнім контактом (last touch) до email або диджитал реклами щодо:</p> <ul style="list-style-type: none"> Повторної покупки Продовження підписки Повторного донату 	<p>Атрибуція за останнім контактом (last touch) до соціальних мереж щодо:</p> <ul style="list-style-type: none"> Повторної покупки Продовження підписки Повторного донату 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання підписок на програму лояльності Зростання підписок на авто-поповнення
АДВОКАЦІЯ / ADVOCACY	<ul style="list-style-type: none"> Зростання клієнтів/покупок через рекомендації Зростання позитивних рекомендацій Досягнення бенчмарку NPS Зростання «сарафанного радіо» 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання поширень сторінок продукту Зростання поширень лендингів 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання кількості онлайн-відгуків через CRM електронні листи 	<ul style="list-style-type: none"> Зростання органічних поширень / віральності Зростання позитивних коментарів і лайків 	<ul style="list-style-type: none"> Досягнення бенчмарку відгуків Досягнення бенчмарку рейтингу Кількість поширень продукту

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.)

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 virality 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