

En de winnaar is! Wedstrijdprocessen onder de loep genomen

Brancheverenigingen zijn bij uitstek het platform waarop branchegenoten zich inspannen tot verbetering van de gezamenlijke kwaliteit, het verhogen van de standaard en het vergroten van de gezamenlijke deskundigheid. En wat is er dan mooier om excellente prestaties te laten toetsen en bekronen door een onafhankelijke jury van deskundigen. Voor veel organisaties zijn competities niet alleen een gelegenheid om excellente leden in de spotlight te zetten ten overstaan van hun collega's. Behalve prestige zijn dergelijke wedstrijden ook een visitekaartje van de branche zelf. Bij Lejeune hebben we al vele jaren ervaring met internationale productcompetities. Relatiemanager verenigingen Jakovina van Haeringen vertelt wat er bij een wedstrijd zo allemaal komt kijken achter de schermen.



U kunt zich voorstellen dat tijdens een prijsuitreiking, in de kortstondige pauze die leidt tot het moment suprême waarop de winnaar wordt bekendgemaakt en naar het podium wordt geroepen, de ogen van de deelnemers vol hunkering uitkijken naar het verlossende woord of hun inzending in de prijzen is gevallen. En wanneer het ogenblik daar is en de presentator de naam uitspreekt, dan maakt voor een enkeling de spanning plaats voor blijdschap; dan volgt onder luid handgeklap de bevestiging van uitmuntendheid en de daarmee

samenhangende erkenning van klant en industrie. De trofee is binnen. Ze wordt wellicht gekust, secondenlang trots in de lucht gehouden en aan het publiek getoond, en wordt vereeuwigd op het witte doek of digitale kiek. Ze krijgt een prominente plaats in het bedrijf, waar iedereen, klant of personeel, maar vooral het team dat met de productie belast was, haar kan aanschouwen. En niet te vergeten, het winnende bedrijf wordt verder op de vleugels van de roem gedragen en via allerlei kanalen gehuldigd. Dat is promotie ten top.

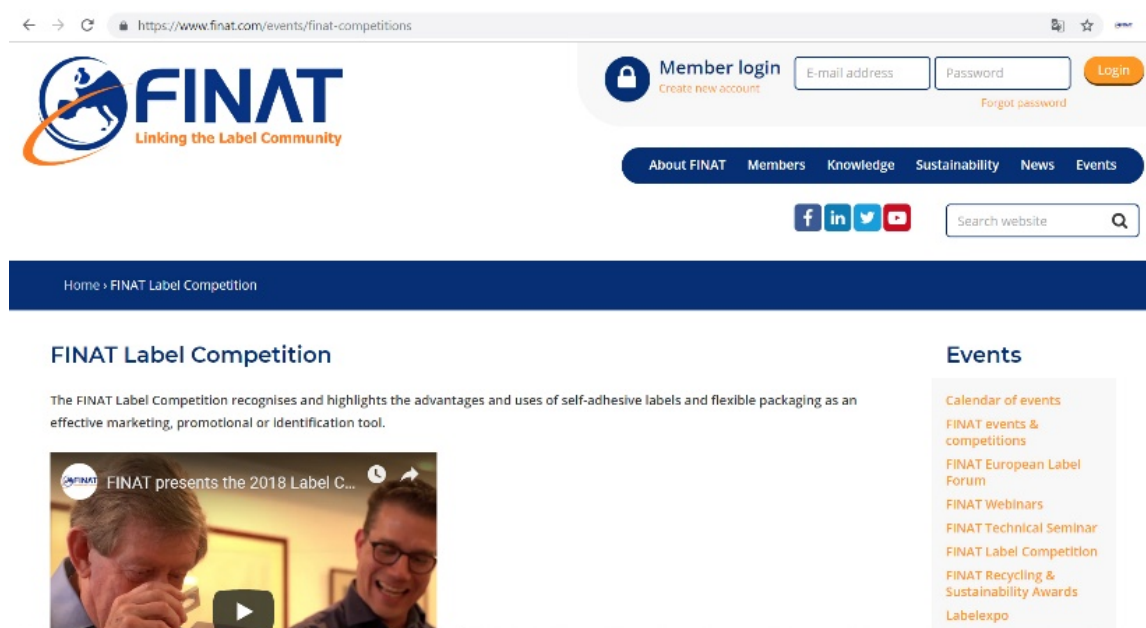
Wedstrijdprocessen zeven fases

Tot het echter zo ver is, moet er een heel traject worden doorlopen. Gemakshalve verdelen we dit traject, vanuit organisatorisch oogpunt bekeken, in zeven fases.

- Fase I: de uitnodiging en informatie
- Fase II: de registratie
- Fase III: de verwerking
- Fase IV: de jurering
- Fase V: de bekendmaking van de winnaars en de prijsuitreiking
- Fase VI: de promotie van de winnaars
- Fase VII: de evaluatie

Fase I: De uitnodiging en informatie

De afgelopen 16 jaar heb ik het genoeg gehad om bij de internationale brancheorganisatie voor zelfklevende etiketten en aanverwante producten, FINAT, de jaarlijkse etikettenwedstrijd te organiseren. Iedere wedstrijd kent zo zijn eigen regels en procedures, maar de grondbeginselen zijn nagenoeg hetzelfde: het doel van de wedstrijd, productcategorieën (indien van toepassing), de deelname- en betalingsvoorwaarden, de te winnen prijzen en hoe zich te registreren moeten duidelijk zijn beschreven. Zo ook bij FINAT.



Het geheel wordt in een fraai opgemaakt document gegoten, (indien noodzakelijk ook in diverse talen vertaald) en als een PDF op de website geplaatst. Iedereen die de website bezoekt en op 'wedstrijd' klikt, krijgt een duidelijk beeld van wat er speelt, aan welke eisen hun inzending(en) moet(en) voldoen, hoe ze zich kunnen registreren en wat ze kunnen verwachten als ze deelnemen. Uiteraard kan men zich voor specifieke vragen ook tot de organisator van de wedstrijd richten. Ieder jaar worden in november/december leden en niet-leden uitgenodigd om aan deze prestigieuze wedstrijd deel te nemen. Onderwijl gaat er ook een persbericht naar de internationale verpakkerspers uit en wordt de wedstrijd tevens op het sociale-media vlak aangekondigd. De jury (zie fase IV) is ingeschakeld en dan is het wachten geblazen op de registraties.

Tip: Bespreek de wedstrijdcriteria, indien van toepassing, eerst met het relevante orgaan binnen je vereniging (marketing- of PR commissie), zodat je ten allen tijde ingespeeld bent op de laatste trends in je industrie.

Fase II: De registratie

Below you can find an example of the questions featured in the online form.

COMPANY INFORMATION

Company:
Name of contact person:
E-mail address:
Phone number:
Address:
City:
Postal code:
Country:
FINAT number (optional)

LABEL INFORMATION

Name of the label:
The label is entered in groups/categories:
The brand name is registered? Has been obtained to enter the label (yes/no):
The entered glue: FINAT (according to permission to use the technical information (yes/no)):
The entered glue: FINAT (according to permission to use the technical information (yes/no)):
Printing processes used to produce the label (select all that apply): letterpress, screen, litho, gravure, digital, other:
Additional processes (hot foil, cold foil, security, etc.):
Printing press:
Press printing width:
Press printing length (cm or millimetre):
Average press speed (in metres per minute):
Number of colours (total used to produce the label):
Specify colours (optional):
Printing technology (select one):
Offset technology used:
Type of ink used (oil, solvent, water-based, liquid toner, dry toner, ink jet, electro ink, other):
Ink supplier:
Type of substrate used (film, paper, foil, other):
Substrate supplier:
Pre-press technologies used (litho or analogical):
High tone screen ruling used:
Why was self-adhesive used for this job:
Additional technical information which would help the judges (you can send a separate sheet with your entry):

30 ENDT

In het digitale tijdperk waarin we leven is het niet vreemd te suggereren dat alles via een simpele druk op de knop te regelen is. Er is keuze zat aan online registratiesystemen, van eenvoudig tot uiterst uitgebreid. Daar hangt wel een prijskaartje aan vast, dus je moet als verenigingsmanager of wedstrijdorganisator wel eerst bekijken of het financieel haalbaar is in iets te investeren dat slechts eenmaal per jaar wordt gebruikt. Is er geen budget beschikbaar, dan is een eenvoudig systeem als Typeform of een formulier in Word ook mogelijk, al ben je bij laatstgenoemde wel langer bezig om registraties handmatig in je systeem over te zetten en neemt het risico op fouten weer toe. Welke keuze je ook maakt, bedenk daarbij dat je het aanmeldingsproces voor de deelnemer wenst te vergemakkelijken. Gemak dient immers de mens.

Hetzij via een gedrukt of een online formulier wordt de deelnemers gevraagd hun bedrijfsgegevens en informatie over de inzending in te vullen. Bij FINAT gaat het niet alleen over de naam van het product en in welke categorie men wil deelnemen, maar ook met welke druktechnologie het etiket is gemaakt, wat voor kleuren, inkten en andere materialen ervoor zijn

gebruikt, en waarom er specifiek voor zelfklevend is gekozen. Naast de schriftelijke registratie moet ook het fysieke etiket met een kopie van het ingevulde registratieformulier, en al dan niet voorzien van een foto hoe het etiket op de markt wordt gebruikt of een exemplaar van het eindproduct, naar het FINAT secretariaat worden gestuurd. Voor de goede orde bevestigt het secretariaat de deelnemers dat hun inzending(en) is/zijn ontvangen.

Tip: een speciale, afsluitbare ruimte waar alle inzendingen kunnen worden opgeslagen is geen overbodige luxe, want bij wedstrijden waar fysieke producten worden ingestuurd, kan het kantoor al gauw een rommelhok worden.

Fase III: De verwerking



Daar liggen de inzendingen dan in stapels dozen en enveloppen en niet te vergeten de registraties in het systeem. De verwerking ervan is een belangrijke taak die minutieus moet worden uitgevoerd. Ofschoon de deelnemers zelf alles in het registratiesysteem hebben gezet, is het van belang de ingevulde velden, aan de hand van de bijgeleverde producten, op juistheid te controleren. Een typefout is zo gemaakt, en als deze niet bijtijds wordt ontdekt, kan het zelfs consequenties hebben voor de naamsvermelding op trofeeën en certificaten of tijdens de ceremoniële uitreiking. De ingezonden etiketten worden tegen de registraties afgeinkt en, voorzien van de nodige jureringsformulieren per categorie in mappen gestopt. Om het jureringsproces eerlijk en onpartijdig te laten

verlopen, worden de inzendingen in eerste instantie anoniem gehouden. Zo voorkom je ook dat de jury met voorkennis een oordeel gaat vellen. Deelnemers worden voor het aantal inzendingen die ze hebben opgestuurd doorbelast ter dekking van de administratieve en jureringskosten.

Tip: Probeer om tijd te winnen en handmatig gekrabbel te vermijden alles te automatiseren en bestanden te koppelen; van de identificatie op de map tot en met het jureringsformulier. Via de nodige sjablonen kan makkelijk het e.e.a. worden uitgeprint.

Fase IV: De jurering

De jury bestaat bij voorkeur uit een groep onafhankelijke deskundigen met elk hun eigen relevante competentie. Bij FINAT werkt men vooralsnog met een vast team van drie internationale experts op het gebied van druktechnieken en kleurenleer, waarvan een de voorzitter is. De enige wisselende factor is het jurylid uit de marketinghoek, dat per jaar het team komt versterken.

Met hun vieren zwoegen ze in maart of april ten kantore van Lejeune, met hun vergrootglas in de hand en gebogen over doorgaans 275 inzendingen, drie à vier dagen lang om uiteindelijk, na alles grondig te hebben onderzocht, op de laatste dag de winnaars te bepalen.



Ze maken gebruik van een jureringsrapport, waarin cijfers worden toegekend aan prestaties, zoals: druktechniek, ontwerp, stansen, reliëf, effectiviteit marketing, etc. Hoe hoger het puntenaantal, hoe meer kans de inzending maakt de hoogste prijs te winnen. Uiteindelijk is het een kwestie van ontwerp, correcte bedrukking of uitstraling die de jury weet te bekoren en daarmee de uitkomst bepaalt.

De jury beroept zich op jarenlange kennis en ervaring, maar kan bepaalde zaken, zoals een

innovatieve toepassing van het etiket over het hoofd zien, simpelweg omdat er in het formulier geen melding over is gemaakt. Het is daarom aan te raden zoveel mogelijk technische informatie over het product te verschaffen om een beter beeld te geven van de toepasbaarheid ervan. Zoals in fase II is vermeld, kan een toegestuurd eindproduct boekdelen spreken en wellicht de beslissende factor zijn om een prijs toegekend te krijgen.

Tip: In de visueel ingestelde (online) wereld van tegenwoordig is het raadzaam om reeds in de fase van de jurering in te spelen op de uiteindelijke communicatie tijdens en na afloop van de ceremoniële uitreiking van de prijzen. Een sfeerimpressie van de jurering en enkele gesproken quotes van juryleden hebben vaak meer impact dan een uitgeschreven juryrapport.

Fase V: De bekendmaking van de winnaars en de prijsuitreiking

De jury heeft een oordeel geveld en de lijst met winnaars is bij het secretariaat bekend. Prijzen zijn in oplopende rangorde, van bijzondere vermelding en subcategorie tot hoofdcategorie toegekend. De deelnemers worden na afloop van de jurering schriftelijk geïnformeerd of zij wel of niet tot de genomineerden behoren. De winnaars worden uitgenodigd hun prijs tijdens een speciale ceremonie in ontvangst te nemen. Bij FINAT vindt de officiële prijsuitreiking in een soort Oscar-setting plaats tijdens het congres (European Label Forum) dat meestal begin juni wordt gehouden. Hoewel alle winnaars worden vermeld, worden alleen de hoofdcategoriewinnaars op het podium gehuldigd. Om het risico te verminderen dat hoofdcategoriewinnaars niet aanwezig zijn op het evenement wordt reeds van tevoren met deze ondernemingen contact opgenomen over de te ondernemen PR activiteiten, zoals een interview na afloop van de ceremonie.



(Winnaars Marketing/End-Uses FINAT Label Competition 2018)

Terwijl de voorbereidingen voor congres en ceremonie in volle gang zijn, is het ook tijd om de certificaten en/of trofeeën te laten produceren. Deze zullen tijdens de ceremonie worden uitgedeeld. Winnaars die onverhoopt niet aanwezig kunnen zijn, krijgen de prijs natuurlijk per post toegestuurd. Ten behoeve van promotiedoeleinden (zie fase VI) worden er tijdens de ceremonie foto's genomen, video's gemaakt, en interviews met de winnaars afgenomen.

Tip: Indien de certificaten door iemand van de jury getekend dienen te worden, zorg ervoor dat ze vóór de jurering klaar zijn. Regel ook een goede camera- of professionele filmploeg die alles tijdens de ceremonie kan vastleggen. Zorg indien het budget daarvoor aanwezig is voor 'Oscar-achtige' filmpjes om de genomineerden en/of winnaars aan te kondigen. Zorg voor een gedetailleerd script om hick-ups tijdens de ceremonie te voorkomen, al kan het zelfs tijdens de echte Oscars nog wel eens mis gaan.

Fase VI: De promotie van de winnaars

De show is nu achter de rug, maar daar houdt het feest niet mee op. Nu is het tijd voor de promotie



van de winnaar(s). De uitslagen worden gepubliceerd in een uitgebreid rapport, het persbericht met namen en foto's gaat uit en al het videomateriaal wordt op de website en op YouTube gezet. En niet te vergeten de digitale tamtam die via sociale media resoneert. Dat klinkt voor velen als muziek in de oren en draagt bij aan een verbreding van kennis en bewustzijn dat er een uitmuntende prestatie is geleverd. In enkele gevallen zorgt het ook voor extra opdrachten bij het

winnende bedrijf. En het stimuleert andere leden om volgend jaar ook deel te nemen.

En met deze afsluitende informatiecampagne is dan ook het einde gekomen van een geslaagde wedstrijd en kan na de interne evaluatie (zie fase VII) en na enige maanden tijd weer begonnen worden met fase I.

Tip: Houd het vuur van de wedstrijd brandend door tussendoor korte berichtjes over de winnaars in je nieuwsbrief te plaatsen.

Tip: Bekijk voor inspiratie de video's van de winnaars van de FINAT wedstrijd 2018 op: <https://www.finat.com/events/finat-competitions>

Fase VII: De evaluatie

Het evaluatiemoment is een niet te onderschatten factor die bijdraagt tot verbetering van de prestaties. We leren immers van goede of slechte ervaringen, onvoorziene omstandigheden en andere bijkomstigheden en zijn zo in staat de juiste aanpassingen door te voeren in alle fases van de productcompetitie. Het is geen overbodige luxe na de ceremonie een moment in te lassen met het uitvoerend team, al dan niet in samenspraak met de jury of evenementencommissie, om te kijken of alles goed is verlopen, en of een bepaalde fase extra aandacht nodig heeft. Dit komt het totaal van de wedstrijd alleen maar ten goede.

Tip: Lees ook de blog 360° feedback: ook voor onze evenementen, van Relatiemanager verenigingen Elke Verbaarschot, waarin zij een aantal zaken schetst dat met verbetering van evenementenorganisatie te maken heeft. <https://www.lejeune.nl/whitepapers/brug-jaren-ervaring-en-het-aanstormend-talent/>

Jakovina van Haeringen
Relatiemanager Lejeune
Events & Communications Manager FINAT