

UVJETI PRIJAVE 2026.

SOMO ADVERTISING



Pred vama su pravila i uvjeti prijave za Advertising kategoriju 2026. Molimo vas da ih pažljivo pročitate.

RAZDOBLJE

Na SoMo Borac powered by Aleph 2026. možete prijaviti digitalne radove koji uključuju kampanje, sadržaje i proizvode (aktivacije, webove, aplikacije i slično) nastale u razdoblju od 1.9.2025. do 23.9.2026. do kraja dana (23:59h), pod uvjetom da ih niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.

Radove koji su nastali ranije možete prijaviti pod sljedećim uvjetima:

- Ako je rad u navedenom razdoblju dorađen ili značajno promijenjen u odnosu na originalnu verziju rada (npr. nova funkcionalnost postojećeg digitalnog proizvoda). U ovom slučaju, važno je da transparentno navedete na koji je način rad promijenjen u odnosu na originalnu verziju i zašto.
- Ako je rad u navedenom razdoblju ostvario značajne rezultate (npr. kampanja koja je započela ranije, ali je najbolje rezultate ostvarila tijekom ovog razdoblja). U ovom slučaju, važno je da jasno istaknete rezultate koje je rad ostvario u navedenom razdoblju te da isti rad niste već ranije prijavljivali na SoMo Borac.
- U slučaju kategorija SoMo Tech i Digital Product, možete prijaviti rad koji je nastao nakon 1.1.2025., pod uvjetima da je bio dostupan i u razdoblju nakon 1.9.2025. te da ga niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.
- U slučaju kategorije Digital OOH, možete prijaviti rad koji je nastao nakon 1.1.2025., pod uvjetom da ga niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.

TKO SE MOŽE PRIJAVITI NA SOMO ADVERTISING 2026.?

Na SoMo Advertising 2026. mogu se prijaviti tvrtke, startupi, scaleupi, digitalni izdavači, agencije, gaming tvrtke, pojedinci i ostali.

DO KAD TRAJU PRIJAVE?

Rok za prijavu je 23.9.2026. do kraja dana (23:59h)

LOKACIJA KAMPANJE

Prijavljeni projekti moraju biti namijenjeni tržištu bilo koje zemlje unutar Adriatic regije, osim u slučaju kategorija Digital Product i Special Mention by Aleph, u kojima projekti mogu biti namijenjeni bilo kojem tržištu, unutar ili izvan Adriatic regije.

FORMAT

Uz ispunjenu online prijavnicu, potrebno je dostaviti videozapis (link na YouTube ili Vimeo) u trajanju do maksimalno 3 minute (MP4 format 720p ili 1080p).

ŠTO PRIJAVA TREBA SADRŽAVATI, A ŠTO NE SMIJE?

- U samom je videu potrebno pokazati tri elementa digitalne kampanje koje žiri ocjenjuje, a to su originalnost i kreativnost, kvaliteta izvedbe te rezultati.
- Organizator zadržava pravo zatražiti dodatna pojašnjenja ili ispravak prijave ako prijava nije potpuna, nije u skladu s pravilima ili ne sadrži dovoljno informacija za žiriranje.
- Kako bismo zadržali objektivnost tijekom žiriranja, u prijavi i video materijalu ne smije biti navedeno ime prijavitelja, odnosno ime agencije, produkcijske kuće, startupa, tvrtke ili pojedinca koji prijavljuje rad. Iznimka su situacije u kojima su prijavitelj i klijent ista tvrtka, odnosno kada je identitet prijavitelja nužan za razumijevanje samog rada.
- Ako je kampanja dio globalne kampanje, molimo sve prijavitelje da to naglase te prikažu kako se njihova lokalizacija razlikuje. Uz to, potrebno je prikazati sva

tri elementa kampanje koji se ocjenjuju: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe te rezultate.

- Ako isti rad prijavljujete u više kategorija, preporučujemo da radite zasebne video prijave i u svakoj naglasak stavite na ono što je za tu kategoriju važno.
- Preporučujemo da prijavu radite na engleskom jeziku jer članice i članovi žirija nemaju jednako razumijevanje svih regionalnih jezika, s obzirom na to da dolaze iz cijele Adriatic regije, i šire.

KAKO I ŠTO OCJENJUJE ŽIRI?

U svim kategorijama svaka ocjena nosi jednaku težinu. Ocjenjuju se:

Originalnost i kreativnost

Objasnite kreativno rješenje i kreativni uvid (insight) te kako ste do njega došli, zašto je važan za vaš rad te ciljnu skupinu kojoj se obraćate. Po čemu je rad koji prijavljujete jedinstven?

Kvaliteta izvedbe

Puno je elemenata koji finalni rad čine kompletnim: korisničko iskustvo, sučelje, sadržaj, posebni elementi poput videa, interaktivni dodaci, način distribucije, korištene tehnologije pa i svi drugi najsitniji detalji. Pokažite kako ste sve to iskoristili.

Rezultati

Koje ste rezultate postigli u odnosu na postavljene ciljeve, a koje van njih? Vodite se konkretnim brojkama koje potvrđuju uspjeh rada i navedite izvor podataka.

DIJELOVI PRIJAVE KOJI SE NE OCJENJUJU, ALI SU VAŽNI DA BI ŽIRI ŠTO BOLJE RAZUMIO I TOČNIJE OCIJENIO VAŠU PRIJAVU:

Pozadina

Recite nam više o kontekstu industrije/proizvoda/konkurenciji u kojoj se vaš projekt nalazi. Recite nam o ciljnoj skupini i njenom ponašanju te kako se vaš projekt ili proizvod uklapa u tu ciljnu skupinu.

Ciljevi

Recite nam koje ste ciljeve zadali u planiranju projekta.

KAKO IZGLEDA PROCES ŽIRIRANJA?

Postoje dva kruga žiriranja. U prvom krugu, članice i članovi žirija individualno ocjenjuju prijavljene radove te se formira uži izbor u svakoj kategoriji. Potvrđeni uži izbor bit će objavljen najkasnije sedam dana prije svečane dodjele.

Drugi krug uključuje odabir troje finalista koji će biti nagrađeni. U svakoj kategoriji dodjeljuju se tri nagrade: prvo mjesto osvaja veliki kipić SoMo Borca, dok drugo i treće mjesto dobivaju manji kipić SoMo Borca.

KOLIKO KOŠTA PRIJAVA?

Cijena za prijavu rada na SoMo Borac powered by Aleph do 1.9.2026. iznosi 165 eura po radu.

Cijena za prijavu rada na SoMo Borac powered by Aleph od 2.9.2026. do 23.9.2026. iznosi 215 eura po radu.

Uz četiri prijave, peta je besplatna.

U slučaju prijave za kategoriju Special Mention by Aleph, prijava je besplatna.

NAPOMENA ZA PRIJAVITELJE

Ako isti rad prijavljujete u više kategorija, prijavu je potrebno prilagoditi kriterijima svake pojedine kategorije. Preporučujemo zasebne video prijave ili jasno prilagođene verzije prijave u kojima je naglašeno ono što je važno za konkretnu kategoriju.

Napomena: Organizator, uz suglasnost žirija, zadržava pravo izmjene pravila natjecanja.

KATEGORIJE

1. SOMO SOCIAL STRATEGY

Neizbježna stavka svake komunikacije – stalne ili kampanjske – danas je social. U SoMo Social kategoriji naglasak je na dugoročnim social strategijama, kontinuiranom sadržaju, objedinjenom s komunikacijom prema korisnicima na društvenim mrežama. S obzirom na to da je riječ o always-on sadržaju koji traži stalnu produkciju i pažnju, ovo je kategorija u kojoj se gleda nastup kroz minimalno 3 mjeseca.

Obratite pažnju na:

- Dugoročne social strategije.
- Kontinuirani sadržaj u komunikaciji.
- Always-on sadržaj.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

2. SOMO CONTENT

Bez kvalitetnog sadržaja danas je nemoguće doprijeti do publike. Baš zato u kategoriji SoMo Content nagrađujemo najbolje content marketinške projekte. U content projekte mogu spadati newsletter strategije, video serijali, online magazini, blog postovi, e-knjige, sadržaj s društvenih mreža, TikTok videa i sve ostalo što spada pod content.

Obratite pažnju na:

- Hero sadržaj koji nije nužno always-on, ali može biti.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

3. TIKTOK

U TikTok kategoriji nagrađujemo kanal branda koji pokazuje stalnu kvalitetu, a koji postoji minimalno 2 mjeseca ili ima barem 16 objava. Ocjenjujemo originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i ostvarene rezultate, a sva tri elementa moraju biti tip-top za osvajanje nagrade.

Obratite pažnju na:

- Konzistentnu kvalitetu.
- Broj dosadašnjih objava.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

4. DA – DIGITALNA AKTIVACIJA

Na digitalnim platformama često želimo aktivirati ciljnu skupinu pa to činimo na doista puno različitih načina. Sve kampanje kojima je primarni cilj bio aktivacija korisnika prijavite ovdje. Tu se tako mogu naći nagradne igre, influencer kampanje, kao i sve ostale aktivacije.

Obratite pažnju na:

- Sjajno osmišljene kampanje usmjerene na aktivaciju korisnika.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

5. DIGITALNI MIX

Najbolja kampanja na više digitalnih platformi doći će po svog SoMo Borca u ovu kategoriju. Platforme mogu biti društvene mreže, Google, web stranice i sve ostalo što smatramo digitalnim.

Obratite pažnju na:

- Raznovrsnost platformi.
- Upotrebu kanala – zašto su baš ti kanali bili ključni.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

6. SOMO TECH

Ova kategorija je usmjerena na prepoznavanje i nagrađivanje kampanja koje su na inovativan način iskoristile najnovije tehnologije. Kategorija je namijenjena kampanjama u kojima je tehnologija ključan dio ideje, izvedbe ili korisničkog iskustva, a ne samo tehnička podrška kampanji. Rezervirana je za kampanje koje su uspjele podići ljestvicu u primjeni tehnoloških rješenja te tako postići izvanredne rezultate i istaknuti se iznad drugih.

Obratite pažnju na:

- Istražuju li se nove tehnologije i njihova upotreba.
- Može se prijaviti nadogradnja postojećeg proizvoda.
- Možete prijaviti rad koji je nastao nakon 1.1.2025., pod uvjetima da je bio dostupan i u razdoblju nakon 1.9.2025. te da ga niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

7. DIGITAL PRODUCT & WEB EXPERIENCE

Digitalni proizvodi, web stranice, platforme i druga digitalna rješenja koja svojim inovativnim idejama, funkcionalnošću i visokom izvedbom omogućuju organizacijama da istraže nove aspekte digitalnog poslovanja ili unaprijede način na koji predstavljaju svoje proizvode, usluge ili brendove. U kategoriju ulaze mobilna, web i višeplatformska rješenja, startupi, digitalni servisi i web iskustva s cjelovitim pristupom korisničkom iskustvu, sadržaju, funkcionalnosti i rezultatima.

Obratite pažnju na:

- Kategorija uključuje digitalne proizvode, web stranice, web platforme, mobilne aplikacije, digitalne servise, startupe i druga digitalna rješenja.
- Ocjenjuje se cjelovit pristup, od ideje i funkcionalnosti do korisničkog iskustva, izvedbe i rezultata.
- Ne uključuje isključivo vizualni redizajn, manje tehničke dorade ni kozmetičke promjene postojećih proizvoda ili web stranica.
- Ako je riječ o nadogradnji, redizajnu ili novoj verziji postojećeg proizvoda ili web stranice, potrebno je jasno objasniti što je značajno promijenjeno i zašto.
- Ako isti proizvod postoji na drugom tržištu, potrebno je prikazati kontekst i specifičnost tržišta za koje se prijavljuje.
- Možete prijaviti rad koji je nastao nakon 1.1.2025., pod uvjetom da je bio dostupan i u razdoblju nakon 1.9.2025. te da ga niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

8. SOMORITANAC

U kategoriji SoMoRitanac nagrađujemo kampanje i radove koji su osvijestili širu javnost o aktualnom globalnom ili lokalnom problemu (npr. pomogli nekoj ugroženoj skupini ili pridonijeli rješavanju nekog društvenog problema).

Obratite pažnju na:

- Specifičnost problema i rješenje.
- Lokalni kontekst.
- Upotrebu digitalnih kanala.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

9. SOMO GROWTH

U ovoj izrazito performance orijentiranoj kategoriji fokus je na konkretnim i mjerljivim rezultatima: od rasta prodaje do učinkovitog generiranja leadova, postignutih raznim taktikama kao što su optimizacija za tražilice (SEO), optimizacija stope konverzije (CRO) ili drugi pristupi digitalnoj učinkovitosti. Kategorija nije namijenjena kampanjama čiji je primarni cilj awareness, reach, engagement ili brand lift, osim ako je jasno pokazano kako su aktivnosti dovele do konkretnog i mjerljivog poslovnog rezultata. Kategorija je namijenjena kampanjama koje su ostvarile dokaziv uspjeh na lokalnoj ili regionalnoj razini. Postignuti rezultati čine čak 70 % ukupne ocjene, dok se preostalih 30 % odnosi na inovativne elemente poput kreativnih rješenja ili korištenja različitih platformi. SoMo Growth je upravo to što joj i samo ime kaže – kategorija koja nagrađuje mjerljivi rast.

Napomena: Prijave za kategoriju SoMo Growth automatski ulaze u izbor za nagradu Special Mention by Aleph.

Obratite pažnju na:

- Rezultate! Najveći dio ocjene, čak 70 %, nose postignuti rezultati.
- Prikažite relevantne performance metrike poput prodaje, prihoda, leadova, konverzija, ROAS-a, CPA-a, CAC-a, conversion ratea, rasta korisnika, rasta baze, SEO rezultata ili drugih mjerljivih pokazatelja rasta.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

10. SOMO VIDEO IMPACT

U ovoj kategoriji tražimo video sadržaje koji su ostvarili konkretne i mjerljive rezultate u digitalnom okruženju. Video može biti producirana ili prilagođen za digitalne kanale, a uključuje formate poput YouTube videa, online serijala, video oglasa, branded contenta i video-first sadržaja na društvenim mrežama. Ova kategorija nije namijenjena samo najboljoj video produkciji, nego video sadržajima koji su dokazivo pridonijeli poslovnim ili komunikacijskim rezultatima. Ako je video bio ključan format u ostvarivanju rezultata kampanje, ovo je kategorija za vas. Rezultati čine čak 70 % ukupne ocjene, zato jasno pokažite kako je video sadržaj pridonio ciljevima kampanje i ostavio konkretan trag.

Napomena: Prijave za kategoriju SoMo Video Impact automatski ulaze u izbor za nagradu Special Mention by Aleph.

Obratite pažnju na:

- Video-first pristup i strateški kontekst distribucije.
- Kvalitetu izvedbe i produkcijske standarde.
- Jasno razdvojene plaćene i organske rezultate. Performance je ključan jer rezultati čine 70 % ocjene.
- Prikažite relevantne metrike poput pregleda, completion ratea, watch timea, dosega, frekvencije, engagementa, konverzija, prodaje, leadova, brand lifta ili drugih pokazatelja učinka.
- Ako ste koristili alate i pristupe iz performance marketinga poput A/B testiranja, dinamičkog optimiziranja, platformskih alata, Meta Ads, Google Ads, TikTok for Business, first-party podataka i slično, svakako ih uključite u prijavu.
- Jasno istaknite originalnost, kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate. Poželjno je objasniti kontekst i postavljene ciljeve kako bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad.

11. DIGITAL OUT-OF-HOME (DIGITAL OOH)

Digital OOH je kategorija u kojoj nagrađujemo kampanje koje su nas zaustavile na cesti, u šetnji gradom ili trgovačkim centrima, nad kojima smo dugo zadržali pogled ili ušli u interakciju s digitalnim ekranom. U okviru ove kategorije nagrađujemo inovativnost koju ste postigli razmišljanjem izvan okvira.

Obratite pažnju na:

- Možete prijaviti rad koji je nastao nakon 1.1.2025., pod uvjetom da ga niste prijavljivali na prethodni SoMo Borac
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

12. SOMO AI

SoMo AI je nova kategorija koja prepoznaje i nagrađuje projekte u kojima umjetna inteligencija nije samo alat, već važan dio načina na koji nastaju kampanje, content, performance aktivnosti i proizvodi. AI ne mora biti dominantan element projekta, ali mora imati jasnu ulogu i mjerljiv utjecaj na konačni rezultat. Važno je pokazati kako je upravo primjena umjetne inteligencije unaprijedila proces rada, iskustvo ili rezultate projekta.

Obratite pažnju na:

- U kategoriju ulaze projekti koji koriste AI u kampanjama, contentu, performance aktivnostima ili proizvodima.
- AI ne mora biti dominantan element, ali mora imati jasnu ulogu i mjerljiv utjecaj.
- Nije dovoljno navesti da je AI korišten u procesu rada, potrebno je pokazati njegovu konkretnu ulogu i doprinos rezultatu.
- Pokažite kako je AI unaprijedio kreativnu izvedbu, produkciju, distribuciju, iskustvo ili rezultate.
- Posebno će se vrednovati projekti u kojima je AI korišten strateški, relevantno i smisleno, a ne samo kao tehnološki dodatak.
- Jasno istaknite: originalnost i kreativnost, kvalitetu izvedbe i rezultate (poželjno je i objasniti kontekst, kao i postavljene ciljeve da bi žiri mogao što bolje ocijeniti rad).

13. SPECIAL MENTION BY ALEPH

Ovom nagradom Aleph želi posebno istaknuti efektivnost i inovativnost u digitalnom marketingu, potičući i nagrađujući najbolje prakse u industriji. Između ostalog, naglasak će biti stavljen na kampanje koje pokazuju kreativnost utemeljenu na podacima, skalabilne rezultate i mjerljiv ROI. Pametna upotreba AI tehnologije ili primijenjene napredne metode mjerenja dodatni je plus. O pobjedniku odlučuje poseban žiri kojeg čini Aleph tim.

Obratite pažnju na:

- Ako ste se prijavili u kategorije SoMo Growth i SoMo Video Impact, vaša prijava automatski ulazi u izbor za nagradu Special Mention by Aleph.
- Projekti mogu biti namijenjeni bilo kojem tržištu, unutar ili izvan Adriatic regije, ali prijavitelj mora biti iz jedne od zemalja Adriatic regije.
- Prijava za kategoriju Special Mention by Aleph se ne naplaćuje.

14. SOMO GRAND PRIX

SoMo Grand Prix posebna je nagrada za najbolji rad natjecanja u sklopu SoMo Advertisinga. Dodjeljuje se radu koji se posebno istaknuo originalnošću, kvalitetom izvedbe i rezultatima te predstavlja najvišu razinu digitalne izvrsnosti u konkurenciji. Za ovu se nagradu nije potrebno posebno prijaviti. Dobitnik se odabire među najbolje ocijenjenim radovima natjecanja, prema rezultatima žiriranja i završnoj evaluaciji žirija.