



1º Prêmio Marketing ABC



1º Prêmio Marketing ABC | 6º Prêmio ABC da Comunicação.

Regulamento

ABC da Comunicação

de

Participação

27

de

Agosto

de

2018



1º Prêmio Marketing ABC



Regulamento - 1º Prêmio Marketing ABC

1. O Prêmio

1.1 > O **1º Prêmio Marketing ABC** é uma realização da Comunidade e Portal **ABC da Comunicação**, veículo especializado na cobertura do mercado publicitário da região do Grande ABC. O **ABC da Comunicação** é uma comunidade de marketing e comunicação para empresas e profissionais que atuam neste setor. Trata-se da principal premiação da região do Grande ABC, com foco no mercado de marketing e comunicação, por meio do qual cases, campanhas, empresas (anunciantes) e profissionais especializados do setor são premiados por sua criação e atuação dentro do mercado de marketing em nível nacional.

1.2 > O **1º Prêmio Marketing ABC** é composto por quatro categorias de cases/campanhas de análises e um prêmio especial para o Melhor Dirigente de Marketing.

1.3 > É obrigatório que cada case/campanha inscrito seja de uma **EMPRESA** da região responsável pela inscrição. Entende-se por **empresa da região** a empresa que tem sua sede em uma das setes cidades do Grande ABC: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires ou Rio Grande da Serra.

1.4 > Somente poderão ser inscritos cases/campanhas e peças que tenham sido realizadas/veiculadas de **31 de janeiro de 2017 à 31 de janeiro de 2018**.

1.5 > As empresas vencedoras, bem como os profissionais, terão permissão para divulgar suas conquistas da premiação na mídia especializada, após a divulgação oficial pelo **Portal ABC da Comunicação**, inclusive utilizando a marca do Prêmio.



2. Da Participação

2.1 > Poderão participar do Prêmio apenas as empresas **comprovadamente** sediadas em uma das sete cidades que compreendem a região do Grande ABC: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

Empresas que tem sua matriz em São Paulo, mas possuem sede oficial e inscrição de CNPJ desta filial em uma das setes cidades do Grande ABC também poderão participar do Prêmio.

3. Categorias

3.1.1 > Categorias Campanhas/Cases/Estratégias

- 1. Melhor Campanha/Ação de Responsabilidade Social:** campanhas ou ações de responsabilidade social promovida pela empresa.
- 2. Melhor Campanha/Estratégia de Endomarketing:** Ação, iniciativa ou campanha realizada para o público interno da empresa, envolvendo parte ou todos os colaboradores da empresa.
- 3. Estratégia de Produtos e/ou Serviços:** Ações, projetos e estratégia de produtos e/ou serviços que alcançaram resultados expressivos como aumento de faturamento, conquista de market share, abertura de novos mercados, etc.
- 4. Estratégia de Reposicionamento de Marca:** Melhor estratégia de reposicionamento de marca mostrando seu histórico, cenário e contexto, estratégia e ações adotadas e resultados obtidos pós reposicionamento.

3.1.2 > Melhor Dirigente de Marketing

- 1. Melhor Dirigente de Marketing:** Dirigente escolhido pelo comitê em virtude do desempenho apresentado como dirigente de marketing ao longo do último ano.
- 2. Academia de Marketing:** indicação de nomes para compor a Academia de Marketing do ABC e que desta forma sempre farão parte do Comitê Julgador.

As inscrições do **Prêmio Marketing ABC** poderão ser feitas do dia **27 de Agosto de 2018** às 23h59 do dia **10 de Setembro de 2018**.



Comitê do Prêmio - Os membros do comitê foram responsáveis pela definição das categorias, critérios de avaliação e indicação de profissionais que pudessem compor o júri de avaliação. Além disso, o comitê escolhe um dos seus representantes para assumir uma cadeira de vice-presidência junto ao Comitê Geral do Júri. Participaram deste comitê:

- ★ **Renata Fidelis** - Coordenadora de Marketing da Strong/FGV.
- ★ **Eveline Godoi** - Diretora de Marketing da Padaria Brasileira.
- ★ **Karen Gambini** - Marketing BR/Malls.
- ★ **Ariane Oliveira** - Diretora de Marketing do Mauá Plaza Shopping.
- ★ **Felipe Mascarenhas** - Coordenador de Marketing da Premier Pet.

> **Inscrições**

Nestas categorias cada case/campanha deve ser inscrito **mediante pagamento de taxa de acordo com a tabela descrita no item 5 deste regulamento**. Um mesmo case pode ser inscrito em mais de uma categoria. Cada categoria/case corresponde a uma taxa de inscrição.

Os cases serão analisados pelo Comitê do Júri e seus demais membros.

4. Inscrições | Composição e Período de Inscrição de Campanhas e Cases

4.1 > As inscrições de **Cases & Campanhas** para o **1º Prêmio Marketing ABC** poderão ser feitas das 13h do dia **27 de Agosto de 2018** às 23h59 do dia **10 de Setembro de 2018**.

As inscrições de campanhas e cases só serão validadas a partir do momento da **confirmação do pagamento da taxa da inscrição do mesmo**. É possível realizar a inscrição do case e efetuar o pagamento na sequência para garantir a inscrição e seguir editando o case até a data limite do período de inscrições da etapa correspondente.

4.2 > A inscrição será composta obrigatoriamente por:

- > Ficha cadastral completa da empresa.
- > Apresentação e justificativa da campanha.
- > Arquivo digital em PDF (máximo de 10MB) - Importante: o arquivo em PDF poderá conter até 10 (dez) slides + capa de apresentação da campanha.
- > Link para videocase/making of (opcional)



> Carta de autorização de participação.

4.3 > Caso a **empresa** participante inscreva mais de um case (na mesma categoria ou em categorias diferentes), será seguido o mesmo procedimento acima mencionado, porém pulando a etapa de cadastramento da empresa, o qual já estará efetivado e será acessado por meio de login e senha.

O conteúdo da justificativa das campanhas deve obedecer aos itens abaixo:

1. Empresa.
2. Contato.
3. Área de Atuação.
4. Categoria.
5. Problema/Desafio/Oportunidade
6. Título do Projeto.
7. Cenário/Resumo (breve).
8. Período.
9. Objetivo da ação.
10. Problema/Situação Real.
11. Solução Proposta.
12. Resultados Gerados.
13. Prancha/Slides em PDF.
14. Lik para videocase (embedded Youtube) - opcional.
15. Carta de Autorização.

4.4 > No ato da inscrição é obrigatório o **upload** do arquivo ou da prancha da campanha inscrita, devendo este arquivo ser digital e apresentado no seguinte formato: A1 (840mm x 594mm) em extensão PDF e de baixa resolução (no máximo 20MB) ou conjunto de dez slides + capa com até 20MB. As campanhas inscritas que não apresentarem arquivos ou pranchas digitais ou ainda que tiverem arquivos ou pranchas digitais inseridas em formato diferente do mencionado neste item do regulamento serão desclassificadas.



4.5 > A inclusão de um videocase ilustrativo da campanha no ato da inscrição é opcional. A **empresa** deverá anexar o referido vídeo à inscrição como um complemento para a análise do júri. O vídeo deverá ter no máximo **60 segundos** de duração e ser postado no YouTube (www.youtube.com) informando seu respectivo link no campo adequado da inscrição online. **Os vídeos com duração superior a 60 segundos serão desclassificados.**

4.6 > Os cases e campanhas inscritos deverão ter sido criados, implementados, veiculados e finalizados entre **31 de janeiro de 2017 e 31 de janeiro de 2018.**

4.7 > Uma mesma marca ou campanha (com o mesmo case ou cases diferentes) poderá ser inscrita pela mesma empresa em categorias diversas devendo, obrigatoriamente, **ter objetivos e justificativas distintos para cada inscrição, condizentes com cada categoria. O case/campanha inscrito em mais de uma categoria que apresentar argumentos iguais ou semelhantes poderá ser desclassificado.**

4.8 > São critérios desclassificatórios:

- (i) Cases inscritos que não tenham autorização;
- (ii) Campanhas criadas, implementadas ou finalizadas fora do período estipulado neste regulamento (31 de janeiro de 2017 à 31 de janeiro de 2018);
- (iii) Utiliza argumentação descritiva igual ou semelhante para um mesmo case/campanha inscrito em categorias distintas. Para cada categoria na qual o case estiver inscrito os conteúdos, objetivos e justificativas deverão ser, obrigatoriamente, diferentes e condizentes com a mesma;
- (iv) Cases que tiverem arquivos, pranchas ou vídeos fora dos formatos especificados neste regulamento;
- (v) Inscrições não concluídas, não pagas ou pagas fora do prazo de vencimento do boleto emitido;

4.9 > A inscrição de um case/campanha somente será válida se a mesma for efetuada dentro do prazo de inscrições mencionado no item 4.1 deste regulamento e ainda se for devidamente paga dentro do prazo de vencimento do boleto emitido.

4.10 > Somente serão aceitas inscrições que atenderem às condições definidas neste regulamento.

4.11 > Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação da campanha/case concorrente por qualquer questão disposta neste regulamento ou por desistência da empresa.

5. Taxas de Inscrição

5.1 > Os valores abaixo contemplam a inscrição de cada case no **1º Prêmio Marketing ABC** e deverá ser pago dentro do período de inscrições:



> **Valor por cada case/campanha inscrito:**

- **Para Empresas Mantenedoras, Associadas ou Participantes da Comunidade de Marketing ABC da Comunicação:** R\$ 200,00 (duzentos reais) por case/categoria.
- **Para Empresas não associadas à Comunidade:** R\$ 400,00 (quatrocentos reais) por case/categoria.

> **Tabela de Descontos**

A tabela progressiva de descontos na inscrição de cases é válida **somente para filiados da comunidade ABC da Comunicação** e tem as seguintes regras.

Número de Cases	Valor Unitário	Parcelamento
até 10 cases inscritos	R\$ 200.00	2x
de 11 a 20 cases inscritos	R\$ 180.00	2x
de 21 a 30 cases inscritos	R\$ 160.00	3x
acima de 31 cases	R\$ 140.00	3x

5.2 > O pagamento fora do prazo de vencimento do boleto emitido, implicará na desclassificação da campanha.

6. Comissão Julgadora

6.1 > A avaliação e julgamento dos cases/campanhas do **1º Prêmio Marketing ABC** será feita por um júri formado por profissionais de mercado das mais diversas áreas da comunicação e professores de universidades da região e do Estado.

6.2 > Os componentes do júri serão indicados pelo conselho editorial do Portal, Revista e Comunidade ABC da Comunicação e pelos Comitês de cada de Setor.

6.3 > Os jurados não terão o direito de votar (quando for o caso) em seus próprios trabalhos ou em quaisquer outros que demonstrem interesse adquiridos, sendo casos como este acompanhados pelo líder do júri e pela auditoria.

6.4 > O julgamento será presencial.

6.5 > O julgamento ocorrerá no dia **12 de de Setembro de 2018**.



6.6 > O julgamento será acompanhado por um auditor independente que, além de ser o responsável pelas planilhas de julgamento, também cuidará da guarda dos resultados até a cerimônia de premiação.

6.7 > Os jurados reservam-se o direito de não aceitar qualquer inscrição que for por eles considerada, na sua descrição exclusiva, violadora de qualquer lei relevante ou do Código de Ética da ABA, AMPRO, APP, ABAP e Conar. Neste caso, não haverá reembolso do valor da inscrição.

6.8 > A entrega dos prêmios para os finalistas ocorrerá em uma cerimônia de premiação, que acontecerá no dia **28 de setembro de 2018**, em São Bernardo do Campo no espaço para eventos Sítio São Jorge, quando serão revelados os cases premiados em cada categoria. Os detalhes do evento, bem como a aquisição de convites para o mesmo, serão divulgados no Portal do **ABC da Comunicação**.

7. Critérios de Avaliação

7.1 > Os cases/campanhas inscritos serão avaliados segundo quatro critérios básicos: estratégia, conceito, execução e resultados.

Estratégia: qual foi a estratégia desenvolvida para alcançar os objetivos de marketing e por quê? A estratégia foi pensada para a marca e o público-alvo? Quais as perspectivas foram descobertas e como elas ajudaram na estratégia? Aqui serão consideradas adequação, relevância e qualidade do pensamento estratégico.

Conceito: Dado os objetivos, quão forte e relevante é o conceito? É forte para a marca e o público-alvo? Como o case/campanha foi planejado? Esta é uma ideia original? Neste quesito serão considerados originalidade, criatividade, ineditismo e impacto geral do conceito.

Execução: Quão bem foram executados todos os elementos e etapas da campanha? Qualidade, conceito criativo e programa de implementação? Que problemas foram enfrentados e superados, com consumidores, equipes e força de vendas? Como a campanha se destacou? Teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, complexidade e criatividade durante a execução.

Resultados: Explicar os resultados da campanha usando o máximo de detalhes possível. Quão bem a campanha se saiu diante dos objetivos estabelecidos? Foram dados padrões verossímeis para dar contexto à força dos resultados? Se existem resultados confidenciais, qualifique-os, indique-os ou descreva-os com o máximo de detalhes possíveis.

7.2 > Os cases/campanhas concorrentes receberão pontos para critério, conforme a tabela:

Fraco: 1 a 2 pontos

Insuficiente: 3 a 5 pontos

Boa: 6 a 8 pontos



Excelente: 9 a 10 pontos

7.3 > As campanhas que obtiverem as **cinco** maiores médias de pontos farão parte do **shortlist** e serão avaliadas novamente pelo júri que decidirá se todas deverão ser premiadas, em função da qualidade dos componentes da campanha, conforme critérios mencionados acima (item 7.1). Sua colocação entre os finalistas, ou seja, OURO, PRATA e BRONZE, será definida não somente pela pontuação recebida na fase 1 (um) online mas também levando em conta os critérios estabelecidos no júri presencial com a participação de todo o comitê do júri. **Os cases somente serão conhecidos durante a cerimônia de premiação.**

7.4 > Em caso de empate o júri decidirá qual campanha é a melhor, reavaliando as campanhas em questão sob os mesmos critérios mencionados no item 7.1. Poderemos ter mais de um finalista na mesma categoria sendo premiados com OURO, PRATA ou BRONZE. Também poderemos ter categorias onde não haja premiação com OURO ou PRATA, caso o júri entenda que a qualidade das campanhas inscritas não é condizente com tais prêmios.

7.5 > Serão considerados vencedores e terão direito a receber prêmios de OURO, PRATA e BRONZE, as empresas responsáveis pelas inscrições dos cases.

7.6 > O comitê do Júri é formado por: Adilson Mota (Presidente), Luciano Bonetti (CEO ABC da Comunicação), Colunistas do Portal ABC da Comunicação além dos profissionais apresentados neste regulamento, bem como os profissionais de marketing que fazem parte do GT de Marketing do ABC da Comunicação.

7.7 > A decisão do júri é soberana e não estará sujeita, em hipótese alguma, a recursos ou qualquer outro procedimento similar. Os resultados serão auditados por empresa competente para tal.

8. Considerações Gerais

8.1 > Para informações adicionais ou esclarecimentos, procurar a **Comunidade ABC da Comunicação** pelo telefone **9.6669-7684** ou pelo email premioabc@oabcdacomunicacao.com.br

8.2 > As empresas participantes da premiação concederão à **Comunidade ABC da Comunicação** o direito **de publicar e comercializar** os cases inscritos e seu respectivo conteúdo. Em ambos os casos, sem qualquer pagamento as empresas e **sem necessidade de uma autorização exclusiva.**

8.3 > Todas as inscrições serão de propriedade física da **Comunidade ABC da Comunicação** imediatamente após suas confirmações como inscritas, ficando subentendido que as empresas responsáveis pelos cases inscritos concordam inteiramente com essa condição. **Não há responsabilidade por perda ou dano dos arquivos.**

8.4 > A participação implicará na completa aceitação das condições deste regulamento. Qualquer situação não prevista ou divergências serão decididas, de forma soberana e irrecorrível, pela comissão organizadora do evento e diretoria da **Comunidade ABC da Comunicação.**



8.5 > Ao final do evento a **Comunidade ABC da Comunicação** publicará um anuário digital com os cases e campanhas vencedoras do **1º Prêmio Marketing ABC**, com as indicações de OURO, PRATA e BRONZE.

Comissão Organizadora do 1º Prêmio Marketing ABC e 6º Prêmio ABC da Comunicação | ABC da Comunicação Marketing Community