

prêmio
abc
2022



5º Prêmio Marketing ABC.

Regulamento de Participação.

ABCCOM Marketing Community | Comunidade de Marketing e Comunicação.

28 de Junho de 2022.

Regulamento - 5º Prêmio Marketing ABC

1. O Prêmio

1.1 > O **5º Prêmio Marketing ABC** é uma realização da Comunidade **ABCCOM**, uma comunidade de marketing e comunicação para empresas e profissionais que atuam neste setor da economia criativa. Trata-se da principal premiação da região do Grande ABC, com foco no mercado de marketing, por meio do qual cases, campanhas, empresas (anunciantes) multissetoriais e profissionais especializados do setor são premiados por sua estratégia, criação e atuação dentro do mercado de marketing em nível nacional.

1.2 > O **5º Prêmio Marketing ABC** é composto por **três** blocos: sendo o primeiro Master Marketing, o segundo Profissionais e o terceiro de Cases & Campanhas.

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 **1º de Junho 2021 a 31 de Maio de 2022**.

1.5 > As empresas vencedoras, bem como os profissionais, terão permissão para divulgar suas conquistas da premiação na mídia especializada, após a divulgação oficial pela **Comunidade ABCCOM** em seus canais digitais, **Portal ABC da Comunicação** e na **ABCCOM TV**, 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 tenham sua matriz em São Paulo e/ou outra localidade, mas possuem filial com inscrição de CNPJ em uma das setes cidades do Grande ABC também poderão participar do Prêmio.

3. Blocos e Categorias

3.1.1 > Bloco 1: Master Marketing

1. Master: Entendemos como Master, aquela empresa que apresentou o melhor desempenho, performance a atingiu objetivos pré-determinados durante o ano. São **8 Setores**:

1. Imobiliário.
2. Serviços.
3. Varejo.
4. Indústria.
5. Saúde.
6. Educação.
7. Terceiro Setor.
8. Tecnologia.

- *As empresas podem fazer sua inscrição pelo email oficial premioabc@abccom.com.br enviando o relatório completo com sua performance durante o último ano, incluindo ações, campanhas, resultados de vendas, entre outros temas que achar necessário. O assunto do email deve ser **MASTER MARKETING 2022 - Inscrição**. A inscrição pode ser efetuada até o dia 2 de Setembro de 2022.*

Os prêmios deste bloco foram indicados e outorgados pelo Comitê do Júri do Prêmio após análise do desempenho e atuação das empresas perante o mercado ao longo do último ano.

3.1.2 > Bloco 2: Profissionais

- 1. Melhor Dirigente de Marketing:** Profissional que se destacou ao longo do ano pelo desempenho apresentado liderando e tomando decisões estratégicas de marketing.
- 2. Melhor Profissional de Comunicação Interna:** Profissional que se destacou ao longo do ano pelo desempenho apresentado liderando e tomando as decisões relacionadas a comunicação interna.

- 3. Melhor Profissional de Vendas:** Profissional que se destacou ao longo do ano pelo desempenho apresentado atuando na equipe comercial da empresa alcançando resultados e performance de destaque.
- 4. Melhor Profissional de e-Commerce:** Profissional que se destacou ao longo do ano pelo desempenho apresentado atuando na área de e-Commerce (comércio eletrônico) da companhia, desenvolvendo, implementando ou expandindo esta área dentro da empresa e buscando o crescimento de sua performance.

Neste bloco de **PROFISSIONAIS** são indicados 3 (três) finalistas por categoria que concorrerão ao prêmio de melhor do ano. Empresas devem inscrever seus profissionais em cada uma das categorias. Profissionais também poderão fazer indicações de colegas ou a sua auto-inscrição. **As inscrições neste bloco são gratuitas.** A escolha dos três finalistas é feita pelo comitê do júri de Profissionais e equipe da **ABCCOM**. A escolha do melhor profissional é feita por voto direto, por um júri composto por profissionais de mercado, professores e colonistas do Portal ABC da Comunicação. Também tem direito a 1 (um) voto membros do conselho editorial, empresas, profissionais e estudantes **filiados da comunidade** e colaboradores da **ABCCOM**.

Importante ressaltar que cada empresa, seja ela agência, fornecedor, veículo, influenciador ou anunciante e membros da **comunidade ABCCOM** tem direito a **1 (um) voto**, assim como os profissionais e professores que fazem parte do júri do Prêmio ABC da Comunicação.

As indicações de **Profissionais e Empresas (Bloco 2)** poderão ser feitas do dia **28 de Junho de 2022** ao dia **22 de Julho de 2022** às 23h59.

A votação do Bloco 2 ocorrerá do dia 5 de Setembro a 14 de Outubro de 2022.

3.1.2.1 > Academia de Marketing

★ **Academia de Marketing:** indicação de nomes para compor a Academia de Marketing do ABC e que desta forma sempre farão parte do Comitê Julgador. Nesta categoria deverão ser indicados profissionais que possuam uma trajetória profissional de destaque atuando no departamento de marketing de empresas multissetoriais.

Este homenagem é outorgado e chancelada pelo Comitê do Prêmio Marketing ABC em conjunto com o Board da ABCCOM.

3.1.3 > Bloco 3: Campanhas/Cases/Estratégias

- 1. Melhor Estratégia de Lançamento de Produto/Serviço:** estratégias mercadológicas para o lançamento de produtos no mercado de atuação.
- 2. Melhor Inovação em Serviços:** Apresentação de inovação na área de serviços.
- 3. Melhor Performance em Vendas:** Estratégias e campanhas que tenham feito a empresa aumentar as vendas e conquistar mais market share.
- 4. Melhor Ação Social:** Estratégias e ações em projetos sociais realizadas ou patrocinadas pela empresa.
- 5. Melhor Ação de Sustentabilidade:** Ações proprietárias da empresa tendo como principal objetivo a sustentabilidade e/ou ESG.
- 6. Melhor Campanha de Endomarketing:** Campanha e/ou Ação focada no público interno com o objetivo de desenvolver um bom ambiente de trabalho para os colaboradores, a exemplo de campanhas de satisfação, programas de bem-estar, políticas de benefícios, entre outros.
- 7. Branding/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.
- 8. Melhor Estratégia de CRM:** Estratégias de relacionamento com clientes tendo com base/plataforma estratégias de CRM.
- 9. Melhor Estratégia de Presença Digital:** Estratégias e campanhas que tenham gerado uma melhor presença digital da companhia no ambiente digital focado em todos os seus públicos de interesse.
- 10. Melhor Estratégia de Patrocínio e Parcerias:** Estratégias e campanhas utilizando o mix de patrocínio como principal ferramenta.
- 11. Melhor Comunicação Interna:** Campanha e/ou ação focada na comunicação interna objetivando divulgar as ações da empresa de forma direta e transparente promovendo o engajamento da equipe e a conquista das metas da organização.
- 12. Melhor Performance em e-Commerce:** Melhor desempenho/performance do e-commerce da companhia, apresentando resultado de vendas, engajamento e geração de leads. O quanto o e-commerce representa para a empresa e seu percentual de crescimento.
- 13. Melhor Estratégia de Campanha Promocional:** Campanhas promocionais realizadas pela empresa ao longo do ano que tenham apresentado resultados de destaque utilizando mecânicas promocionais buscando o aumento de vendas e de interação junto ao público alvo.

14. **Melhor Estratégia em Eventos B2B:** Uso de eventos voltados para os mais diversos stakeholders com exceção do público-final (B2C). Criação, elaboração, produção e execução de eventos (presenciais, híbridos ou online). Eventos como convenções, lançamento de produtos, treinamentos, opening day, etc.
15. **Melhor Estratégia em Eventos B2C:** Uso de eventos voltados para o público final (B2C). Criação, elaboração, produção e execução de eventos de qualquer natureza (presenciais, híbridos ou online) que tenham ou não feito parte de campanhas. Eventos que tenham sido utilizados para promover empresas, marcas ou produtos junto ao seu público-alvo. São exemplos de eventos: lançamento de produtos, shows, feiras expositivas, *car presentation*, entre outros.
16. **Melhor Projeto Especial:** Projeto/Ação que contemplou duas ou mais categorias e que tenha integrado estratégias para impacto positivo na sociedade, gerando além de resultados sociais, presença e fixação de marca.
17. **Melhor Ação/Programa de Diversidade e Inclusão:** Melhor Programa/Ação focada na criação de um ambiente livre de preconceito e discriminação, valorizando o ser humano em sua plenitude.
18. **Melhor Campanha ou Ação com Influenciadores:** campanhas ou ações desenvolvidas com influenciadores no ambiente digital com o objetivo de promover a marca da empresa e/ou algum produto específico.

3.2 > Comitê do Júri

Comitê do Júri do 5º Prêmio Marketing ABC - 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:

- ★ **Cristiane Coradini Chiorato** - Gerente de Marketing da Lumiar Healthcare. **(Presidente do Comitê).**
- ★ **Daniel Lima** - Gerente de Marketing do Shopping Praça da Moça. **(Vice Presidente do Comitê).**
- ★ **Marco Moraes** - Diretor de Vendas da Grow Jogos e Brinquedos.
- ★ **Lucas Carvalho** - Gerente de Marketing da M. Bigucci.
- ★ **Antônio Luiz Vilas Boas Marin** - Gestor de Comunicação e Marketing da Toledo do Brasil.

Comitê Especial do 5º Prêmio Marketing ABC - O comitê especial é formado por um Padrinho/Madrinha do Comitê, um professor da área e um profissional de renome. O objetivo deste comitê é que ele possa permanecer na sala de julgamento por todo o tempo, auxiliando desta forma no julgamento do comitê regular.

- ★ **Professor:** - João de Deus (Faculdade Sumaré/SENAC)
- ★ **Padrinho** - Cláudio Curvelo (Especialista em Marketing e CRM)
- ★ **Profissional** - Renata Fidelis (Especialista em Marketing.)

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

4.1 > As inscrições de **Cases & Campanhas** para o **5º Prêmio Marketing ABC** poderão ser feitas das 13h do dia **28 de Junho de 2022** às 23h59 do dia **2 de Setembro de 2022**.

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 dentro do marketplace/dashboard da comunidade. (app.abcdacomunicacao.com.br)

> Apresentação e justificativa da campanha.

> Pranchas serão formadas automaticamente pelo sistema.

> 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. Data do Início da campanha.
6. Contexto Mercadológico.
7. Briefing
8. Objetivo
9. Estratégia

10. Canais de Comunicação

11. Resultados

12. Imagens (5 imagens)

13. Links (opcional)

4.4 > No ato da inscrição é obrigatório o preenchimento do formulário de cada case para que possa ser formada a prancha final.

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 **90 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 90 segundos serão desclassificados.**

4.6 > Os cases e campanhas inscritos deverão ter sido criados, implementados, veiculados e finalizados entre **1º de Junho de 2021 e 31 de Maio de 2022.**

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 (1º de Junho de 2021 a 31 de Maio de 2022);
- (iii) Utilizar 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 **5º Prêmio Marketing ABC** e deverá ser pago dentro do período de inscrições:

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

- **Para Empresas Filiadas (Mantenedoras ou Associadas) da Comunidade de Marketing ABCCOM:** R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais) por case/categoria.
- **Para Empresas não associadas à Comunidade:** R\$ 500,00 (quinhentos reais) por case/categoria.

> **Tabela de Descontos**

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

Número de Cases	Valor Unitário	Parcelamento
até 10 cases inscritos	R\$ 350,00	2x
de 11 a 20 cases inscritos	R\$ 330,00	2x
de 21 a 30 cases inscritos	R\$ 310,00	3x
acima de 31 cases	R\$ 290,00	3x

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

5.3 > As indicações de profissionais para concorrer no Bloco 2 de Profissionais são isentas de taxa de inscrição.

6. Comissão Julgadora

6.1 > A avaliação e julgamento dos cases/campanhas do **5º Prêmio Marketing ABC** será feita por um júri formado por profissionais de mercado das mais diversas áreas de marketing e comunicação e professores de universidades da região e do Estado. A avaliação será dividida em duas fases, sendo a primeira fase online, composta por um júri online indicado pelos membros do comitê e a segunda fase com os melhores cases indicados no shortlist da fase 1 serão julgados pelo Comitê do Prêmio.

6.2 > Os componentes do júri serão indicados pela diretoria da Comunidade ABCCOM e pelos Comitê Técnico do Prêmio ABC Marketing.

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

6.4 > O julgamento na fase 2 do Comitê do Júri do Prêmio poderá ser feito de forma OnLine ou de forma presencial de acordo com os protocolos de segurança do Estado de São Paulo.

6.5 > O julgamento ocorrerá no dia **27 de Outubro de 2022 (quinta-feira)**.

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 **6 de Dezembro de 2022 (terça-feira)**, em local a ser definido, quando serão revelados os prêmios OURO, PRATA e BRONZE em cada categoria. Os detalhes do evento, bem como a aquisição de convites para o mesmo, serão divulgados no Portal do **ABC da Comunicação**.

6.9 > Caso, por motivos de força maior, não seja possível realizar o evento presencial, a cerimônia de premiação será realizada de forma virtual/online na mesma data citada acima.

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 possíveis. 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 cada 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 **shorlist** 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: Cristiane Coradini Chiorato (Presidente), Luciano Bonetti (CEO da Comunidade ABCCOM), Kito Mansano (Conselheiro da ABCCOM), 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 da comunidade **ABCCOM**.

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. Votação Bloco 2 | Profissionais

8.1 > A votação do **Bloco 2 PROFISSIONAIS** será feita por sistema online e com caráter técnico. Cada agência, fornecedor, veículo, influenciador e empresa/anunciante, bem como profissionais e estudantes **participantes da Comunidade ABCCOM** terão direito a 1 (um) voto. A votação será feita por meio de login e

senha fornecido ao responsável de cada empresa e aos profissionais e estudantes. Os jurados do Bloco 3 de CASES e CAMPANHAS também terão direito a um voto cada.

8.2 > Também tem direito a voto professores e profissionais da área de marketing e comunicação que compõe o Júri do Prêmio de Profissionais.

9. Considerações Gerais

9.1 > Para informações adicionais ou esclarecimentos, procurar a **Comunidade ABCCOM** pelo telefone **(11) 9.6669-7685** ou pelo email premioabc@abccom.com.br

9.2 > As empresas participantes da premiação concederão à **Comunidade ABCCOM** 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**.

9.3 > Todas as inscrições serão de propriedade física da **Comunidade ABCCOM** 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**.

9.4 > 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 ABCCOM**.

9.5 > Ao final do evento a **Comunidade ABCCOM** publicará um anuário digital com os cases e campanhas vencedoras do **5º Prêmio Marketing ABC**, com as indicações de OURO, PRATA e BRONZE.



Serviço:

Site ABC da Comunicação: www.abcdacomunicacao.com.br

Site Prêmio ABC: www.premioabc.com.br

Link para o Dashboard: app.abcdacomunicacao.com.br

e-Mail Oficial: premioabc@abccom.com.br

Telefones:

- Luciano Bonetti (11) 9.6669-7685
- Daniely Farina (11) 9.6669-7684

Calendário Resumido - Prêmio Marketing ABC - PROFISSIONAIS

DATA	ATIVIDADE	OBSERVAÇÃO
28 de Junho	Lançamento do Prêmio Marketing ABC	Presencial e Online
28 de Junho	Início do Período de Indicações e Inscrições de Profissionais	Gratuito
22 de Julho	Fim do Período de Indicações e Inscrições de Profissionais	Online
26 de Julho	Encontro do Comitê do Prêmio Marketing ABC	Definição de Finalistas
8 de Agosto	Divulgação dos Finalistas	Online
5 de Setembro	Início da Votação do Prêmio Profissionais	Online/Fechada
14 de Outubro	Fim do Período de Votação de Profissionais	Online
6 de Dezembro	Cerimônia de Entrega do Prêmio ABC 2022	Presencial

Calendário Resumido - Prêmio Marketing ABC - CASES & CAMPANHAS

DATA	ATIVIDADE	OBSERVAÇÃO
28 de Junho	Lançamento do Prêmio Marketing ABC	Presencial e Online
28 de Junho	Início do Período de Inscrição de CASES	A partir das 13h pelo sistema do prêmio
2 de Setembro	Fim do Período de Inscrições de CASES	até 23h59
5 de Setembro	Início da Votação Online FASE 1	Jurados online
14 de Outubro	Fim do Período de Votação Online Fase 1	Jurados online
25 de Outubro	Encontro Oficial do Comitê do Júri	Definição das Premiações
6 de Dezembro	Cerimônia de Entrega do Prêmio ABC 2022	Presencial

Comissão Organizadora do 5º Prêmio Marketing ABC | Comunidade ABCCOM