

Premios Effie 2019

Data Adicional Capturada en la plataforma de inscripciones

Este documento describe la información adicional que se le pedirá que envíe en la plataforma de inscripciones en línea como parte de su caso. Concéntrese en contar una historia efectiva en su formulario de inscripción por escrito y seleccione tanto el reel creativo como las imágenes para juzgar.

RESUMEN DE MEDIOS

Las preguntas del Resumen de Medios están incluidas al final del formulario de inscripción para su revisión. Todas las preguntas deben ser respondidas en el área de inscripción del caso en línea para que las vean y revisen los jueces.

ANTECEDENTES DEL CASO

Esta información es para propósitos de investigación y base de datos. Estas respuestas no las ven los jueces.

 **Sector Industrial**

Seleccione la industria de su marca usando el **desplegable**.

 **Tipo de esfuerzo (B2B vs. B2C)**

Effie está abierto a los dos esfuerzos B2B y B2C. Seleccione el tipo de esfuerzo con el que se identifica su caso.

 **Patrocinios**

Seleccione el tipo de patrocinios usados en su caso.

 Product placement - Ocasional

 Product placement – Regular

 Patrocinio Deportivos – En el lugar

 Patrocinio Deportivos – Activación en vivo

 Patrocinio Deportivos – Jugador / Carro

 Oportunidad Única

 No Aplica

 **Objetivos de Desarrollo Sostenible** – Primarios & Todos

Effie se ha asociado con la Fundación PVBLIC para apoyar la **Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. Seleccione los SDG que se alinearon con su caso.

- Energía asequible y Limpia
- Agua limpia y saneamiento
- Acción climática
- Trabajo decente y crecimiento económico
- Igualdad de género
- Buena salud y bienestar
- Industria, innovación e infraestructura
- Vida bajo el agua
- Vida en la tierra
- No pobreza
- Asociaciones para los objetivos
- Paz, justicia e instituciones fuertes
- Educación de calidad
- Desigualdades reducidas
- Consumo y producción responsable
- Ciudades y comunidades sostenibles
- Hambre cero

Investigaciones – Principal y todas

Seleccione la investigación más importante realizada para su caso.

Además, seleccione todas las investigaciones realizadas para su caso

- Pre/Post test publicitario
- Sesiones de grupo
- Neurociencia
- Medición del posicionamiento / concepto
- Estratégico (segmentación, estructura de mercado, U&A)
- Tracking
- No Aplica
- Otro (especifique)

Socios de Investigación

Indique los socios de investigación utilizados para este caso. Hasta tres empresas.

 **Target Audiencia** – Primaria y todas

Los participantes deben seleccionar su audiencia primaria y todas las audiencias objetivo, de la siguiente lista.

-  Boomers (45+)
-  Influenciadores de marca
-  Niños (12 años y menores)
-  Grupo cultural o étnico
-  Empleados
-  Familias
-  Papás
-  Hombres
-  Mamás
-  Nueva Audiencia
-  Teens (13-20)
-  Mujeres
-  Jóvenes hombres (20-35)
-  Jóvenes mujeres (20-35)
-  Other

 **Objetivos del caso – Principal & Todos**

Los participantes deberán seleccionar su objetivo principal. Además, seleccione todos los objetivos de la siguiente lista.

-  Incrementar distribución
-  Apoyar a los proveedores
-  Lanzamiento de Marca
-  Re lanzamiento de Marca
-  Construir Equity de la Marca
-  Construir, Cambiar la imagen Corporativa
-  Construir, defender posicionamiento de marca
-  Cambiar la imagen de marca
-  Desarrollar, revitalizar el mercado
-  Relaciones Financieras y de accionistas
-  Recaudación de Fondos
-  Ganar nuevos clientes
-  Incrementar la Prueba del consumidor

- Branding global
- Objetivos del Gobierno y Sociales
- Incrementar el awareness
- Incrementar la lealtad de marca
- Incrementar ventas, volumen
- Incrementar tráfico a la página, reservas
- IPOs
- Mantener un precio Premium
- Incrementar la participación de mercado
- Campañas políticas
- Reclutamiento
- Retener clientes existentes
- Relación personal, motivación
- Apoyar eventos, exposiciones
- Apoyar promociones
- Apoyar patrocinios
- Otros

Resultados – Primarios & Todos

Selecciona los resultados más importantes conseguidos por tu caso. Luego, seleccione todos los resultados logrados por su caso.

- Cambio de Awareness
- Retención de clientes / aumento de lealtad
- Defender la participación de mercado / frenar el decrecimiento
- Adquisición de nuevos clientes / incrementar la penetración
- Incrementar la rentabilidad
- Incrementar los ingresos
- ROI / Retorno a la inversión
- Ganar participación de mercado
- Cambio de percepción estratégica
- Otros (especificar)

ANTECEDENTES CREATIVOS

Esta información es para propósitos de investigación y base de datos. Estas respuestas no las ven los jueces. Esta información está separada del Resumen de Medios, que encontrará al final de su formulario de inscripción. El Resumen de Medios es revisado por los jueces.

 **Materiales Creativos Incluidos en el Reel de 3 minutos**

(4 minutos para éxito sostenido)

Marque los puntos de contacto de comunicaciones generales que se muestran en su reel (vea los puntos de contacto del encabezado en el cuadro del resumen de medios).

 **Plataforma de Redes Sociales**

Seleccione la plataforma de redes sociales utilizada (Facebook, Twitter, Instagram, etc.).

 **Puntos de contacto primarios, específicos y principales**

¿Cuál fue el medio principal que dio vida al caso esfuerzo de comunicaciones de mercadeo?

Seleccione los puntos de contacto que figuran en el gráfico del resumen de medios. Luego, seleccione los tres primeros medios más importantes.

CREDITOS DE LA COMPAÑÍA

Esta información no es revisada por los jueces. Effie solo publicará todos los créditos de las compañías o los individuales si su caso es un finalista o un ganador.

Los créditos no se pueden quitar o ser reemplazados después de que el caso se haya enviado – es crítico que alguien senior con liderazgo revise los créditos. Es importante el liderazgo de alguien senior es requerido para firmar el Formulario de Autorización & Verificación, confirmando que los créditos están completos y son los correctos. Vea el kit de ingreso del caso para detalles completos de los créditos.

Para que los puntos se acumulen en el Índice Effie, asegúrese de que todos los casos de su agencia se envíen con el mismo nombre de agencia (incluyendo puntuación, mayúsculas, etc.) La red de la agencia y los puntos de retención se acumulan a través de las opciones seleccionadas. Las agencias líderes deben comunicarse con las compañías contribuyentes para garantizar que los casos se presenten con precisión. Vea las [clasificaciones anteriores del Índice Effie](#) para ver cómo se acreditaron las agencias el año pasado.

Puede acreditar un máximo de dos agencias líderes*, dos clientes, y cuatro agencias contribuyentes.

*Si hay dos agencias líderes, ambas deben haber contribuido de igual forma al éxito del caso para que ambas agencias reciban una facturación igual.

Necesitarás suministrar:

 **Nombre de la empresa**

 **Dirección**

 **Contacto de la persona** (nombre, cargo, teléfono, correo electrónico)

 **Detalles de la Compañía**

 Tipo de compañía (Agencia de publicidad, Agencia de medios, Compañía de medios, Anunciante, Firma de relaciones públicas (PR), etc.)

 Tamaño de la Compañía (1-50 / 51-200 / 200-500 / 500+)

 Sitio Web

 Network

 Holding Company

AGENCIA PRIMARIA UNICAMENTE:

- 👉 **Contacto de la agencia de PR** (nombre, cargo, teléfono, correo electrónico)
- 👉 **CEO Agencia / Ejecutivo TOP del ranking** (nombre, cargo, compañía, correo electrónico, dirección)

CLIENTE UNICAMENTE:

- 👉 **CEO / Ejecutivo TOP del ranking** (para enviar una nota de felicitación a si su caso se convierte en finalista o ganador) (nombre, cargo, compañía, correo electrónico, dirección)

CREDITOS INDIVIDUALES

Cada caso puede acreditar hasta diez individuos primarios y diez individuos secundarios que contribuyeron al caso. Estas personas deben ser miembros actuales o anteriores del equipo de las compañías acreditadas. Proporcione nombre, cargo, empresa y correo electrónico. La política de Effie es honrar a los acreditados si el caso es un finalista o ganador. Por lo tanto, los créditos no se pueden eliminar ni reemplazar después de que se haya registrado el caso. Solo se aceptarán adiciones caso por caso.

- 👉 **Creditos individuales primarios** (Las personas aparecen en el Winners Journal y en los y en la **Base de datos de los estudios de casos**)
- 👉 **Creditos individuales secundarios** (Las personas solo aparecen en la base de datos de los estudios de casos Effie).

MATERIALES PUBLICITARIOS

- 👉 **Resumen del caso público en 90 palabras**

Proporcione un resumen de la eficacia de su caso. El resumen del caso se publicará en el Effie Awards Winners Journal y en la base de datos de estudios de casos Effie. También puede ser utilizado para fines promocionales.

El resumen debe escribirse como si fuera juzgado. En al menos tres frases resuma el caso y su objetivo. Indique los objetivos y cómo la evidencia de los resultados se relaciona directamente con esos objetivos (números concretos o porcentajes vs. términos generales como "ventas récord" o "gran éxito"). Piense en el resumen del caso como si fuese un tweet largo, un mini caso o un discurso de ascensor.

👉 **Declaración de Efectividad (15 palabras max)**

Proporcione una breve declaración (15 palabras como máximo) sobre la efectividad de su caso. Si su caso es un ganador, puede aparecer en la pantalla en la gala de premios o en la promoción de su caso si es un finalista o ganador.

La intención de esta declaración es proporcionar una mejor comprensión de por qué su trabajo es digno de ser un finalista o un ganador. Es una oportunidad para mostrar el éxito de su esfuerzo. Puede elegir su resultado más importante, por qué el esfuerzo fue efectivo o significativo para la marca, también puede incluir el aprendizaje más importante tomado de este caso o un hecho interesante / divertido sobre el trabajo.

Ejemplos:

- 👉 Se aumentó la familiaridad del 24% al 62% en la audiencia principal de juegos.
- 👉 Obtuvo más de 600 millones de impresiones de medios en solo 8 semanas.
- 👉 Trajo nuevos usuarios a una categoría que decrecía y aumentó las interacciones sociales.

👉 **Archivos para publicidad (Uploads)**

👉 **Imagen de Publicidad Principal (.jpg)**

Suba una imagen de alta resolución de su trabajo creativo que mejor represente la esencia de su caso. Esta es la imagen que Effie puede usar para fines publicitarios e impresos en el Winners Journal.

👉 **El trabajo creativo** (Reel Creativo e imágenes del trabajo creativo) de un caso se utilizará con fines publicitarios si el caso se convierte en un finalista o ganador. Estos pueden aparecer en la **base de datos de estudios de casos de Effie**.

👉 **Logo de la Compañía** para todas las agencias/clientes primarios (.eps o .ai)

👉 **Foto del equipo** para todas las agencias/clientes primarios (.jpg)

(Opcional) Suba una o dos fotos del equipo de la agencia líder y cliente como 300 dpi .jpgs / .jpeg, con al menos 1000 píxeles de ancho o alto. Máximo 5MB por cada archivo. Las fotos del equipo pueden aparecer en línea y en la Gala de los Premios Effie. Si no hay ninguno disponible, puede enviar una imagen de relleno de la foto del equipo (incluida en el área de la plataforma de inscripción) y enviar una foto del equipo real por correo electrónico si se convierte en ganador.

MATERIALES PARA EL JUZGAMIENTO

👉 **Formulario de inscripción** (Las respuestas a las preguntas individuales se responden a través del portal de inscripción en línea. El PDF final generado a partir de estas respuestas se puede descargar.)

👉 **Resumen de Medios** (material visual proporcionado al final de la plantilla / guía del formulario de inscripción - completado en el Portal de inscripción en línea)

👉 **Reel Creativo (.mp4)**

👉 Vea las instrucciones completas en el **kit de ingreso**.

👉 **2-6 Imágenes del trabajo creativo (.jpg)**

Suba imágenes del trabajo creativo que se ejecutó en el mercado. Estas imágenes también serán utilizadas con fines publicitarios.

PERMISOS Y AUTORIZACIONES

👉 **Configuración de permisos de publicación**

Seleccione la configuración de permisos de publicación para su entrada por escrito. Para más información, por favor revise el kit de ingreso.

- 👉 Publicar mi caso escrito como fue presentado
- 👉 Publicar mi caso escrito como una versión editada
- 👉 Despues de 3 años, publique mi caso escrito tal como fue presentado
- 👉 Despues de 3 años, publique mi caso escrito tal como una versión editada

👉 **Formulario de autorización y verificación**

Cargue el Formulario de Autorización y Verificación firmado, donde confirma la exactitud de la información del caso y la autorización de envío. Este formulario garantiza que los créditos de la compañía y los créditos individuales han sido revisado minuciosamente y aproados por alguien senior con liderazgo de la compañía para garantizar que todos los socios estratégicos reciban el crédito del Effie Index y el reconocimiento del premio.

El formulario de Autorización y Verificación debe ser firmado por una agencia o un ejecutivo del cliente que tenga una posición de liderazgo de la cuenta o departamento (por ejemplo, Jefe de Planificación de Cuentas, Jefe de Servicios al Cliente, Director de Cuentas de Grupo, etc.). Este documento debe ser revisado cuidadosamente en su totalidad y firmado en el espacio designado al final del documento.

👉 **Competition Terms & Rules**

Estoy de acuerdo con los términos y reglas de la competencia.