

2021 Effie Awards Colombia

Categorías

Límites para Categorías inscritas

Para honrar aún más su excelente trabajo, las campañas se pueden inscribir en un **máximo de 4 categorías. Solo una inscripción en categorías de industria, y tres para categorías especiales. No es obligatorio inscribir el caso en una categoría de industria. En ese caso puede inscribir 4 casos en categorías especiales.**

- 👉 Cada inscripción debe adaptarse a la categoría inscrita. Es común que el jurado exprese que es difícil evaluar un caso porque no está adaptada a la categoría en la que está inscrita.
- 👉 Debe completar un formulario de inscripción individual y pagar la tarifa para cada categoría.
- 👉 Effie se reserva el derecho a recategorizar casos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y descalificar una inscripción en cualquier momento.

Industria

Las descripciones de las categorías ofrecen una guía de acuerdo al tipo de productos y servicios que pueden inscribir casos en aquella categoría, sin embargo no es una lista exclusiva. Si no está seguro que la categoría se ajusta a su marca por favor envíe un mensaje a effie@effiecolombia.com

Solo puede inscribir un caso en categorías de Industria.

Categorías especiales

Las categorías especiales están diseñadas para resolver una situación específica del negocio o reto. Cuando inscriba el caso en estas categorías, debe presentar su inscripción del caso de una forma que resuelva la situación o reto delineada en la descripción de la categoría. Es crítico revisar minuciosamente la definición de las categorías para asegurar que el caso atienda los criterios de la definición específica de la categoría. **Los jurados bajarán su calificación en el caso si la información de la categoría no concuerda con la requerida por la definición de dicha categoría.**

Categorías de Industria

Máximo una inscripción en categorías de industria. No es obligatorio inscribir el caso en una categoría de industria.

Alimentos

Automotriz

Bebidas Alcohólicas

Bebidas no Alcohólicas

Belleza y Moda

NUEVA: Compañías de Medios y Entretenimiento

Cultura y Arte

Higiene y Cuidado Personal

Gobierno y Servicios Públicos

Extensión de línea

Internet y Telecomunicaciones

Lanzamientos

Productos y Servicios para el Cuidado de la salud

Productos y Servicios del Hogar

Restaurantes y Comida Rápida

Retail

Servicios Financieros

Seguros

Software y Aplicaciones

Transporte, Viajes y Turismo

Categorías Especiales

Bajo Presupuesto

NUEVA: Branded Content

Data Driven Media

David y Goliat

E-Commerce

Engaged Community

Éxito Sostenido

Experiencia de Marca - Productos

Experiencia de Marca - Servicios

Gran Idea de Medios

NUEVA: Influencer Marketing

Marketing Estacional

Marketing Innovation Solutions

NUEVA: Omnichannel Shopper Solution

NUEVA: Performance Marketing

Promociones

Real Time Marketing

NUEVA: Renacimiento

Reputación Corporativa

NUEVA: Respuesta a la crisis/Cambio de dirección

NUEVA: Social Media

Categorías Positive Change

Positive Change Ambiental Marcas

Positive Change Bien Social Marcas

Positive Change Bien Social/Ambiental Sin Ánimo de lucro

Categorías de Industria

Alimentos

Alimentos frescos, empacados y congelados: frutas y vegetales, helados, confitería, galletería, panaderías, pastelería y Snacks.

Automotriz

Autos, camiones, motocicletas, así como los productos y servicios relacionados con la categoría, tales como: gasolina, gas natural vehicular, aceites para motor, neumáticos, baterías para vehículos, pinturas, lubricación, mejoras, etc.

Bebidas Alcohólicas

Cerveza, champaña, ron, tequila, vodka, vino, aperitivos, licores, etc.

Bebidas no Alcohólicas

Gaseosas, café, té, jugos, leche, sustitutos de la leche, agua, bebidas energizantes.

Belleza y Moda

Incluye cosméticos, fragancias, productos para el cabello y uñas, tratamientos para la piel, maquillaje. Joyería, ropa, carteras, accesorios, zapatos. Incluye servicios como salones de belleza, spas, etc.

NUEVA: Compañías de Medios y Entretenimiento

Cadenas de TV, servicios de streaming, websites (entretenimiento, estilo de vida, noticias, comercio) revistas, periódicos, estaciones de radio, transmisión.

Cultura y Arte

Museos, obras y festivales de teatro, festivales culturales, organizaciones musicales como festivales y conciertos.

Extensión de Línea

Campañas de nuevos productos o servicios introducidos bajo una marca existente. Effie la define como cualquier variación de un producto existente que tiene la misma marca, está en la misma categoría, pero tiene una nueva característica; un producto con el mismo nombre y que ofrece un nuevo beneficio (ejemplo: nuevo sabor, versión sin azúcar/dieta, etc.).

Higiene y Cuidado personal

Jabones, cuidado oral, cremas y limpiadores para la cara y el cuerpo, productos básicos para cuidado de ojos y oídos (copitos de algodón, gotas para ojos) desodorantes, productos higiene femenina, máquinas de afeitarse, crema de afeitarse, tinturas, etc. (ítems focalizados en belleza deben inscribirse en la categoría de Belleza y Moda).

Gobierno y Servicios Públicos

Comunicaciones de mercadeo relacionadas al desarrollo económico del estado o el municipio, loterías, servicios públicos (ej: mensajes de conservación de agua), instituciones u organizaciones educativas, fuerzas armadas y campañas de afiliación. Bibliotecas, fuerza civil, diplomática y fuerzas armadas. Esto incluye mensajes políticos y comunicaciones dirigidas a grupos comerciales de interés. Acueducto y alcantarillado, internet, cable, energía y gas natural.

Internet y Telecomunicaciones

Campañas de telefonía móvil, servicios de celular, servicio de internet, servicios en línea, portales, paquetes de comunicación (internet, teléfono y TV).

Lanzamientos

Aplica a cualquier esfuerzo para introducir un nuevo producto o servicio que pertenezca a cualquier categoría, que no sea una extensión de línea. Nuevas marcas o nuevos productos en nueva categoría son elegibles.

Categorías de Industria

Effie define una extensión de línea como:

-Una variación de un producto existente que comparte el mismo nombre de la marca y en la misma categoría que el producto existente y comparte las mismas características de la marca principal pero ofrece un nuevo beneficio (sabor, tamaño, empaque, etc)

-Un producto derivado que agrega o modifica alguna característica sin cambiar significativamente el precio.

-Productos que utilizan la misma marca y ofrecen al consumidor opciones variadas (Ej: la versión Light/Zero de alguna bebida)

El caso debe estar escrito para dirigirse a cómo su producto/servicio fue nuevo y la situación que enfrentó como resultado de esta novedad. Por ejemplo, ¿qué fue nuevo específicamente? ¿Por qué importó la novedad?. Escriba el caso explicando la situación de la categoría (introducción de nuevo producto/servicio)

Productos y Servicios para el cuidado de la salud

Productos farmacéuticos , OTC, suplementos, servicios médicos. Educación para la salud y programas de prevención de enfermedades para consumidores.

Productos y Servicios del hogar

Electrodomésticos, productos, materiales, herramientas y servicios relacionados con el hogar y la construcción, así como empresas y proyectos del sector inmobiliario. Productos como detergentes, jabones, blanqueadores, escobas, suavizantes, quitamanchas, productos antigrasa, productos especializados en aseo de cocina, cuidado de la madera y pisos, etc.

Restaurantes y Comida Rápida

Restaurantes y establecimientos de comidas rápidas, comida casual, cualquier tipo de restaurante puede participar.

Retail

Compañías de retail (en línea o / directas) con mercancía específica o general. Ejemplo: tiendas por departamento, tiendas de ropa, calzado y/o joyería, gafas, tiendas de alimentos, tiendas de libros, discounters, cuidado de mascotas, tiendas de especialidades, tiendas de conveniencia.

Servicios Financieros

Productos y servicios financieros que incluyen la imagen general de la marca corporativa y las capacidades de una entidad financiera; productos y servicios específicos incluyendo tarjetas de crédito/débito, tarjetas de fidelización-lealtad, planificación financiera, pago de servicios, fondos de jubilación, inversión, préstamos, hipotecas, fondos de inversión, etc.

Seguros

Marketing que promueve productos o servicios específicos relacionados con los seguros y las capacidades de las instituciones financieras que ofrecen estos servicios. Son elegibles todos los tipos de seguros (hogar, vehículos, financiero, de vida, de viaje, de empresa, etc.)

Software y Aplicaciones

Software, servicios colaborativos, sistemas operativos, servicios de nube, software/apps para computadores/tabletas/móviles.

Transporte, Viajes y Turismo

Productos y servicios de transporte automotriz, aéreo, tren, autobús, taxi, sistemas de transporte masivo, ciclovías y transporte ecológico, medios alternativos de transporte, alquiler y venta de automóviles etc. Cruceros, hoteles, balnearios, parques de atracciones, sitios web de viaje y servicios de reserva y compra de tiquetes, hoteles, excursiones, campañas turísticas, etc.

Categorías Especiales

Bajo Presupuesto

Esta categoría busca incentivar la participación de pequeños anunciantes. Los casos elegibles para esta categoría deben representar el único esfuerzo de la marca durante el periodo evaluado. Para ser elegible la inscripción no puede ser para extensión de línea. El valor de bonificados y medios no tradicionales, así como costos de activaciones, deben ser incluidos. Tampoco pueden acreditar un presupuesto mayor a 200 millones.

NUEVA: Branded Content

Esta categoría es para los esfuerzos que llegaron efectivamente a su audiencia a través de la creación de branded content original que no es publicidad. Este contenido debe ser diseñado para que el consumidor lo busque, lea/-vea/escuche por su valor de entretenimiento información. Los participantes deben detallar cómo el contenido desarrollado se relaciona con los objetivos generales de la marca y el negocio, cómo se distribuyó y compartió con la audiencia, y los resultados que logró para la marca y el negocio. Los contenidos de marca pueden ser producidos y distribuidos por editores, o de forma independiente, y pueden incluir entretenimiento de larga duración.

Data Driven Media

Data Driven en medios se define como la aplicación de data y tecnología para identificar y conectar la audiencia correcta con el mensaje correcto en el momento correcto. Estos esfuerzos deben probar como utilizaron específicamente la data para optimizar medios para mejorar los resultados del negocio (KPI's de las marcas, ROI; métricas de desempeño en marketing, etc).

Los mejores ejemplos de esta categoría reconocen la interacción y aplicación de automatización, tecnología aplicada e

inteligencia humana y artificial para alcanzar un público preciso y lograr los mejores resultados. Para participar, su caso debe detallar el rol que tuvo "la data" en la estrategia de medios para alcanzar las metas de la marca y el negocio. Se espera que los casos en esta categoría:

- Utilicen mensajes personalizados y creativos
- Expliquen como la data impactó el plan de medios a través de mediciones y analítica clara
- Demostrar los insights capturados de la data para entender la audiencia

David y Goliat

Este es un premio para marcas pequeñas, nuevas o emergentes que:

- Están haciendo incursiones en contra de marcas grandes, líderes establecidos.
- Enfrentándose a "gigantes dormidos".
- Entrando a un nuevo campo de productos y servicios, más allá de su categoría y competidores actuales, para enfrentar al líder.

Los participantes deberán detallar el desafío del negocio, escenario competitivo y cómo el negocio tuvo éxito más allá de las adversidades. Se requiere definir el entorno competitivo, incluyendo las diferencias de mercado entre un David versus Goliat, para demostrar por qué su marca fue David.

Los jurados descontarán de su caso si no demuestra suficientemente que su marca es un David en la situación.

E-Commerce

Esta categoría es para campañas que efectivamente usan insights, estrategia, creatividad y analítica para impulsar la conversión del comprador (shopper) de comercio electrónico. Utilizando data y un conocimiento profundo del shopper, marca y retailers pueden tener éxito en un escenario de

Categorías Especiales

e-commerce.

Un esfuerzo exitoso combina un fuerte conocimiento del shopper con prácticas de marketing digital para aumentar la conversión online. El esfuerzo debe estar basado en un insight del shopper y debe ser impulsado por el shopper (shopper driven).

Engaged Community

Esta categoría se trata de manejar comunidades efectivas y comprometidas. Los participantes son aquellas marcas que están creando contenidos, experiencias, plataformas, noticias, etc. que consiguen que sus comunidades crezcan, se comprometan, compartan, actúen o amplifiquen el mensaje de una manera que se relacione directamente con las metas de las marcas. Los participantes deben indicar claramente como manejaron la comunidad, como definieron la efectividad alrededor de esa comunidad, que lograron específicamente y porqué esta comunidad comprometida fue significativa en el desarrollo de la marca/negocio.

Éxito Sostenido

Esfuerzos que han experimentado un éxito sostenido durante 3 o más años son elegibles para participar. Los casos que participen deben demostrar un objetivo común tanto en la estrategia como en las ejecuciones creativas; con una continuidad de elementos ejecucionales clave (ej: voceros, música, canciones, tagline, etc) que demuestren la efectividad en el tiempo. Responda todas las preguntas para el año inicial y describa como/porqué ocurrieron los cambios a través del tiempo.

Para participar debe ser capaz de proporcionar datos del primer año, el año intermedio y los resultados más recientes. Nota: Hay un Formato de Inscripción específico para participar en esta categoría.

Experiencia de marca - Productos

Esta categoría no es para esfuerzos que se focalizaron en TV, radio o impresos para conectar con sus audiencias. Debe mostrar como crear una experiencia de marca más allá de la publicidad tradicional. Esfuerzo que realmente trajo a una marca o producto a la vida e interactuó con una audiencia específica para alcanzar objetivos deseados. Se pueden haber re-inventado el demo de un producto, re-imaginado una tienda con ubicación temporal o renovado alguna tienda física o establecimiento, puede haber creado un juego, una experiencia virtual o experiencia interactiva que realmente muestre la personalidad de la marca, probando que cobró vida y funcionó. Los ganadores de esta categoría mostrarán como los anunciantes están alcanzando sus audiencias para establecer relaciones significativas memorables y conexiones únicas con sus marcas.

Los participantes deben demostrar como la experiencia de marca se relacionó con la estrategia de la marca. Los jurados esperan entender la "participación" de la marca como un factor principal (core).

Experiencia de marca - Servicios

Esta categoría no es para esfuerzos que se focalizaron en TV, radio o impresos para conectar con sus audiencias. Debe mostrar como crear una experiencia de marca más allá de la publicidad tradicional. Esfuerzo que realmente trajo a una marca o servicio a la vida e interactuó con una audiencia específica para alcanzar objetivos deseados. Se pueden haber re-inventado el demo de un producto, re-imaginado una tienda con ubicación temporal o renovado alguna tienda física o establecimiento, puede haber creado un juego, una experiencia virtual o experiencia interactiva que realmente muestre la personalidad de la marca, probando que cobró vida y funcionó.

Categorías Especiales

Los ganadores de esta categoría mostrarán como los anunciantes están alcanzando sus audiencias para establecer relaciones significativas memorables y conexiones únicas con sus marcas.

Los participantes deben demostrar como la experiencia de marca se relacionó con la estrategia de la marca. Los jurados esperan entender la "participación" de la marca como un factor principal (core).

Gran Idea de Medios

Esta categoría busca destacar la efectividad sobresaliente como resultado de las ideas dirigidas por medios. La línea entre lo que constituye una idea creativa y una línea de medios es a veces borrosa. Hay ocasiones en las que una idea de medios condujo por completo un esfuerzo de comunicación. Por supuesto los medios no pueden existir sin su contenido, pero este premio intenta reconocer aquellos casos que fueron dirigidos por el pensamiento de medios- donde la integración de los medios y el mensaje llevaron al éxito. Se busca distinguir a las ideas de medios que sean lo suficientemente poderosas como para convertirse en la génesis del programa de marketing, en la medida que el programa no podría haber sido exitoso sin la idea estratégica de medios.

NUEVA: Influencer Marketing

Esta categoría honra aquellas marcas que trabajaron con influencers clave para alcanzar su público objetivo y alcanzar sus metas de mercadeo a corto o largo plazo. Influencers/líderes de opinión pueden ser un líder "social media" /embajadores de marca, bloggers, etc.

Identificar claramente cual fue la estrategia, quién fue su audiencia, y por qué el influencer

fue importante para su audiencia. Porqué la marca lo escogió, cómo fueron utilizados para desarrollar actividades de marketing y que comportamientos de consumidor fueron impactados y como el negocio se impactó.

Marketing Estacional

Estacionalidad, festividades y eventos le dan la oportunidad a las personas de marketing para construir esfuerzos estratégicas basados en temas de interés de su público objetivo. Esta categoría honrará aquellos esfuerzos que efectivamente capitalizaron en la estacionalidad, festividades o eventos para obtener resultados para su negocio.

Marketing Innovation Solutions

En esta categoría, actividades individuales de marketing o programas completos de marketing serán premiados. Pueden inscribir una acción o idea de negocio relacionada con innovación para el producto, servicio o negocio que ha tenido un impacto excepcional en la posición del negocio, marca, producto o servicio en el mercado. Si la comunicación fue un elemento significativo del marketing mix, su trabajo debe ser presentado en otra categoría de Effie. Ejemplos de actividades elegibles en esta categoría incluye: innovación de producto/servicio, cambio de empaque, en términos de apariencia y tamaño, diseño, tecnología para el negocio, producto o servicio, cambio en operaciones, introducción/cambio de un programa de lealtad, introducción a un nuevo canal de distribución, etc.

Categorías Especiales

NUEVA: Omnichannel Shopper Solution

En una época en la que la gente tiene más opciones que nunca, ofrecer una experiencia omnicanal eficaz a los compradores es clave para el éxito empresarial sostenido. En esta categoría se buscarán casos que ejemplifiquen a los fabricantes y retailers que han garantizado una experiencia de compra eficaz y conectada.

Esta categoría pretende mostrar cómo los fabricantes y los retailers están conectando los puntos en sus estrategias de engagement para garantizar experiencias simples, fluidas y efectivas a través del camino de los consumidores hacia la compra.

En la tienda, en línea, en el servicio de atención al cliente, en los programas de fidelización, en las aplicaciones móviles, en los servicios de entrega, en las redes sociales, en los pasillos; puede tratarse de cualquier cosa, siempre que se pueda mostrar cómo se ha conectado todo para ofrecer un "customer journey" totalmente integrado de principio a fin.

Los ganadores de esta categoría representarán los mejores ejemplos de fabricantes y retailers comprometidos con la oferta de programas eficaces de compra omnicanal.

NUEVA: Performance Marketing

Esta categoría reconoce los esfuerzos más efectivos de performance marketing. Para participar, su esfuerzo debe estar dirigido por el performance marketing y usted debe demostrar cómo su esfuerzo generó resultados para el negocio utilizando KPI's de performance marketing.

Nota: Los participantes deben utilizar el formulario de inscripción de Performance Marketing cuando se inscriben en esta categoría.

Promociones

Casos en que la oferta del producto o servicio va acompañada de un beneficio adicional específico. Este debe haber constituido un factor determinante en la generación de los resultados, por ejemplo: obsequios por la compra del producto; si el elemento promocional no representó una relevancia mayor en la obtención de los resultados, deberá participar en la categoría que corresponda.

Real Time Marketing

Esta categoría es para todas las comunicaciones en las que las compañías, las marcas y los productos y/o servicios crean contenido de marketing sobre la marcha y sin una planificación exhaustiva, alrededor de un evento de la actualidad. Los resultados se generan a partir de una conversación en tiempo real que tiene lugar en las redes sociales, y en las plataformas en vivo, en respuesta a dicho evento.

La efectividad del marketing en tiempo real (real time marketing) encuentra su máxima expresión cuando es posible delinear un plan para eventos conocidos (Copa América, Oscars , etc) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

Categorías Especiales

NUEVA: Renacimiento

Para ingresar su marca debe haber experimentado una caída de varios años y un período de al menos seis meses de repunte en Ventas. Los participantes deben detallar el desafío del negocio, la situación de la marca, el panorama competitivo y cómo tuvo éxito el esfuerzo.

Nota: su esfuerzo debe abordar la inversión y la estrategia de marketing anteriores como parte del contexto del caso. Además, proporcionar detalles sobre la duración del renacimiento.

Reputación Corporativa

Esta categoría es para esfuerzos de marketing que promueven a las corporaciones, no exclusivamente sus productos. Incluye sponsorships, imagen e identidad. Adicionalmente a las métricas que presentan relacionadas a reputación, los participantes podrán mostrar como estas métricas se relacionan al negocio de la marcas y porqué son importantes.

NUEVA: Respuesta a la crisis / Cambio de dirección

Este premio es para las marcas que crearon un cambio positivo al cambiar la dirección de manera efectiva su programa de marketing o actividades comerciales en respuesta a cambios estructurales y culturales significativos (por ejemplo, Covid 19, BLM, elección, etc.) en el panorama actual. Los participantes deberán demostrar la efectividad de la acción para la marca. Los ejemplos pueden incluir un cambio en el posicionamiento, un cambio en el portafolio, una aceleración digital, etc.

NUEVA: Social Media

Esta categoría es para campañas que se establecieron con el propósito explícito de usar redes sociales como punto de contacto principal. El tipo de idea que está diseñada específicamente para aprovechar al consumidor socialmente conectado y la influencia de lo social. Los jurados buscan campañas que comienzan con una idea social, en lugar de publicidad o campañas integradas con un elemento de redes sociales. Necesitarán una justificación clara de por qué las redes sociales fueron la forma correcta de abordar el brief y probar cómo la actividad social impulsó de manera medible y material el resultado comercial. No basta con contar el número de impresiones, likes o shares. Deberá medir y demostrar el valor comercial de las redes sociales a través del efecto directo que tuvo en el comportamiento o las percepciones de la audiencia y demostrar la correlación con los resultados de negocio obtenidos.

Categorías

Positive Change

Los "Positive Change Effies" premian y celebran las marcas y organizaciones sin ánimo de lucro que promueven el bien común a través de las comunicaciones de marketing. Las categorías tienen dos pilares: Ambiental y Bien Social.

BIEN SOCIAL

Positive Change Bien Social - Marcas

Reconocimiento a las marcas que hacen del mundo un lugar mejor utilizando el poder de sus plataformas de marketing para el "bien". Esta categoría celebra los esfuerzos de las marcas con ánimo de lucro que combinan los objetivos empresariales con una causa social efectiva y relacionan con éxito esa causa con la estrategia general de la marca/de la empresa, lo que da lugar a un impacto de negocio y social positivo.

AMBIENTAL

Positive Change Ambiental-Marcas

Reconoce marcas con programas de mercadeo que han cambiado el comportamiento de su público objetivo (B2B o B2C) hacia alternativas o acciones ambientalmente sostenibles, y/o incrementado la demanda de productos o servicios ambientalmente sostenibles, incorporando mensajes ambientalmente conscientes en su marketing

Positive Change Bien Social/Ambiental - Sin Ánimo de Lucro:

Reconocer a las organizaciones y asociaciones sin ánimo de lucro cuyos esfuerzos de marketing han impulsado de manera efectiva un cambio positivo en la sociedad y han contribuido con éxito al propósito de la organización. Las campañas deben mostrar un impacto medible y resultados probados que apoyen la causa.