effie AWARDS COLOMBIA | quince años

2021
Entry Kit

PREMIANDO IDEAS QUE FUNCIONAN

BIENVENIDOS

Hace 15 años inició en Colombia el programa que por excelencia impulsa e inspira la práctica y a quienes practican la efectividad del marketing. Desde sus inicios, Effie ha tenido como misión liderar y promover espacios que sean ejemplo para la construcción de una industria cada vez más unida y efectiva. Como licenciatarios de Effie Worldwide, esta celebración de los primeros15 años nos inspira a seguir aportando al desarrollo de la comunicación comercial en Colombia.

En esta edición llegamos con nuevas categorías, que suman a la conversación en torno a las nuevas tendencias y cambios que atraviesa el ecosistema de la publicidad y el mercadeo en este año de pandemia. Por ejemplo, las categorías de "Social Media" e "Influencer Marketing", reconocen el auge y dinamismo de medios distintos a los tradicionales. Mientras que "Respuesta a la crisis / cambio de dirección" mide la capacidad de reacción de las marcas y las agencias en momentos de incertidumbre como los vividos en el último año. Adicional a estas, tendremos las siguientes nuevas categorías:

- **Compañías de Medios y Entretenimiento**
  Cadenas de TV, servicios de streaming, websites (entretenimiento, estilo de vida, noticias, comercio) revistas, periódicos, estaciones de radio,transmisión.
- **Branded Content**
  Esfuerzos que llegaron efectivamente a su audiencia a través de la creación de branded content original que no es publicidad.
- **Omnichannel Shopper Solution**
  Casos que ejemplifiquen a los fabricantes y retailers que han garantizado una experiencia de compra eficaz y conectada.
- **Performance Marketing**
  Demostrar cómo su esfuerzo generó resultados para el negocio utilizando KPI's de performance marketing.
- **Renacimiento**
  Su marca debe haber experimentado una caída de varios años y un período de al menos seis meses de repunte en ventas.

Sabemos que, ahora más que nunca, las marcas y agencias se han convertido en un apoyo fundamental para el consumidor, que en el último año ha tenido que enfrentarse a cambios drásticos en temas económicos y de salud. Estamos convencidos que esto ha inspirado las mejores historias, y queremos ayudarlos a contarlas de la manera más efectiva. Por eso, ponemos a disposición todos los recursos de Effie que permitan construir y presentar los mejores casos para evaluar.

Por segundo año, ofrecemos el Insight Guide: un informe personalizado que brinda a los participantes la oportunidad de recibir comentarios directamente de los jurados que revisaron su caso. Esta retroalimentación permite identificar las debilidades y fortalezas de cada uno, lo cual facilita el aprendizaje sobre cómo escribir un caso efectivo.

Si durante el transcurso del programa surgiera alguna duda, el equipo de Effie y de la Asociación Nacional de Anunciantes ANDA, organizadores del concurso bajo licencia de Effie Worldwide Inc., nos encontramos a su entera disposición para atenderlos a través del correo effie@effiecolombia.com.

Los invitamos a celebrar con nosotros estos 15 años y les deseo los mayores éxitos en esta edición.

Elizabeth Melo
Presidente Ejecutiva
ANDA Colombia

02 **Bienvenida**

04 **Conceptos básicos**

04 plazos y tarifas
05 período de elegibilidad
08 guía de pagos

12 **Formulario de inscripción y requisitos**

12 resumen
13 tips
14 motivos de descalificación
15 fuentes de información
16 reel creativo
19 Requisitos técnicos
20 imágenes creativas
21 materiales de publicidad
22 créditos
24 contactos
25 effie index

26 **Publicación y confidencialidad**

26 publicación
28 formulario de autorización
29 dudas de confidencialidad

31 **Juzgamiento**

31 calificación
32 gran effie
33 información de ganadores

34 **Categorías**

34 estructura
35 categorías
36 categorías Industria
38 categorías Especiales

44 **Contacto**

Conceptos Básicos

Plazos y tarifas

PLAZOS / TARIFAS

INSCRIPCIONES GENERALES	FECHAS	TARIFAS
Primer Corte Inscripciones	23 de abril, 2021	$1.502.958 COP
Segundo Corte Inscripciones	19 de mayo, 2021	$1.877.257 COP
Tercer Corte Inscripciones	10 de junio, 2021	$2.257.306 COP

INSCRIPCIONES ÉXITO SOSTENIDO Y PERFORMANCE MARKETING	FECHAS	TARIFAS
Primer Corte Inscripciones	23 de abril, 2021	$1.669.951 COP
Segundo Corte Inscripciones	19 de mayo, 2021	$2.084.543 COP
Tercer Corte Inscripciones	10 de junio, 2021	$2.502.620 COP

INSIGHT GUIDE

El Insight Guide proporciona retroalimentación directa (anónima) de los jurados que evaluaron su caso. Los jurados explican cuáles fueron los elementos más fuertes del caso, cuáles fueron los elementos más débiles y qué consejos les darían para inscribir los casos el próximo año.

El Insight Guide tiene un descuento cuando se compra al momento de la inscripción.

Hasta el 10 de junio:	$280.000 por inscripción
Posterior al cierre de inscripciones:	$480.000 por inscripción

Puede encontrar más información sobre el pago de inscripciones en el Instructivo de pagos.

Conceptos Básicos

Período de elegibilidad

Podrán concursar todos los esfuerzos de Marketing ocurridos y que demuestren resultados en Colombia entre el 1 de Enero de 2020 y hasta el 31 de Diciembre de 2020.

- Todos los esfuerzos de Marketing ejecutados en el país durante el período de elegibilidad, ya sean **campañas completas o esfuerzos puntuales dentro de una campaña** son elegibles para concursar. Puede inscribir cualquiera o cualquier combinación de medios - cualquier ejemplo de trabajo que demuestre cómo abordó sus objetivos. Debe detallar la "razón" detrás de la estrategia y probar que su trabajo logró resultados significativos.
- **No se deben incluir resultados posteriores al 31 de diciembre del 2020***.
- Los datos y los ejemplos creativos presentados en los casos inscritos, deben limitarse de manera exclusiva al **territorio colombiano**.
- Su trabajo debe haber tenido impacto durante el período de elegibilidad y los resultados deben corresponder a este período de tiempo. Elementos de su trabajo pueden haber sido presentados previamente y pueden haber continuado después, pero el caso, los datos y los resultados que utilice deben corresponder al período de elegibilidad. El jurado evaluará el éxito logrado durante este período.
  - No obstante, es importante presentar detalles del contexto, datos y resultados anteriores al período de elegibilidad, con el fin de proporcionar a los jurados información adicional que les permita entender la relevancia de los objetivos y resultados. Tenga en mente que no todos los jurados conocen a detalle su marca o categoría.
- Las pruebas de mercado no son elegibles en la competencia.
- No se puede inscribir un mismo caso en la misma categoría por parte de diferentes organizaciones. Los equipos deben colaborar para desarrollar una única inscripción. Diferentes organizaciones pueden tomar el liderazgo para inscribir el mismo trabajo en diferentes categorías.
- Effie Awards Colombia se reserva el derecho a recategorizar los casos inscritos, dividir o cambiar las definiciones de las categorías y descalificar alguna inscripción en cualquier momento. Se recomienda a los participantes revisar los requisitos de cada categoría y del concurso en general.

Conceptos Básicos

Período de elegibilidad

EXCEPCIONES Y CASOS ESPECIALES

- Si su esfuerzo **concluyó en enero de 2021**, puede incluir datos y trabajo creativo de ese período para que los jurados los evalúen como parte del período de elegibilidad. Para ser elegible para este período de gracia, su esfuerzo también debe haberse ejecutado dentro del período de elegibilidad estándar.

- **Éxito Sostenido:** Como mínimo los casos inscritos en la categoría de Éxito Sostenido deben presentar resultados del período de **Enero 2018 hasta Diciembre 2020.** Se deben proporcionar resultados hasta el año de competencia actual. Para mayor información diríjase a la Definición de la categoría y su formulario de inscripción.

Conceptos Básicos

Período de elegibilidad

Inscripción de casos ganadores, finalistas o inscritos en ediciones anteriores

Si su trabajo continuó en el período de de elegibilidad de este año y tiene resultados en este período de elegibilidad, pueden inscribir trabajos ganadores en ediciones anteriores del premio, teniendo en cuenta los siguientes requisitos:

- **Ganadores de Effie Oro en el 2020** únicamente podrán re-ingresar en una categoría en la cual no ganaron Oro. Ganadores de Oro 2019 y anteriores pueden re-ingresar en cualquier categoría.
  - Nota: Si está interesado en ingresar a un esfuerzo diferente de la marca en la misma categoría, puede ser elegible para participar. Escriba a effie@effiecolombia.com para más información.
- Ganadores de **premios de plata y bronce, finalistas y no finalistas** en años anteriores pueden volver a concursar en cualquier categoría.
- **Anteriores ganadores de Oro en la categoría Éxito Sostenido** pueden volver a inscribirse en la categoría de Éxito Sostenido después de 3 años. Ganadores de Éxito Sostenido en el 2018, o en años previos, están habilitados para participar en la edición del 2021.
- **Campañas ganadoras en 2020 en la categoría David y Goliat** (Oro/Plata/Bronce) no están habilitados para participar en esta categoría este año. Ganadores del 2019 y cualquier año previo, pueden volver a inscribirse en esta categoría en la edición 2021.

Inscripción de casos en varias categorías

- Puede inscribir un mismo caso en un máximo de 4 categorías, con máximo **1 inscripción en la categoría de Industria, y máximo 3 inscripciones en categorías especiales.** Para cada una de las categorías en la que inscriba su caso deberá pagar una tarifa de inscripción individual y diligenciar el formulario de inscripción correspondiente.

- Cada inscripción debe ser personalizada para que responda a los requisitios particulares de la categoría en la que concursa. **Los jurados expresan frecuentemente que les cuesta hacer una evaluación adecuada cuando el caso no fue adaptado a la categoría.**

Conceptos Básicos

Guía de pagos

Las tarifas de inscripción están bloqueadas según la fecha de presentación - Cuando todas las secciones del caso estén completas y el participante haga clic en "enviar" en la plataforma de inscripción. Los participantes no pueden enviar una inscripción incompleta.

Procedimiento para el pago de inscripción de casos

- Verifique las fechas de vencimiento de cada corte para tener en cuenta el monto a pagar.
- Inscriba los casos en la plataforma de inscripciones.
- Valide la totalidad de los casos inscritos en cada corte de inscripciones.
- Envíe un correo a effie@andacol.com.co con el resumen de los casos inscritos y sus proformas, y la siguiente información:

  -Nombre de la empresa/persona a quien se debe elaborar la factura.

  -RUT de la empresa/persona a la cual se emite la factura.

  -Contacto(correo y número telefónico) del área financiera para el seguimiento de la recepción de la factura y su posterior pago.
- Al cierre de cada corte de inscripciones, Effie verifica los casos inscritos por cada organización.
- ANDA elaborará la factura electrónica y se enviará a la empresa con soporte de los casos inscritos.
- El cliente debe realizar el pago de acuerdo con la factura enviada por la ANDA (pago de contado).

Conceptos Básicos

Guía de pagos

Los pagos se deben realizar a nombre de la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia – ANDA Nit No 860.071.180-1

Los canales de pago serán los siguientes:

Boton PSE desde la página:

www.effiecolombia.com

Conceptos Básicos

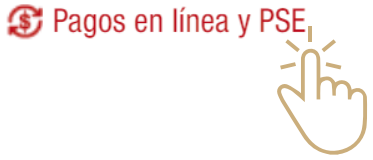
Guía de pagos

La sucursal virtual de DAVIVIENDA puede pagar en solo 5 pasos

1. Ingrese a través de su navegador y digite:

www.davivienda.com

2. Seleccione la opción: Pagos en línea y PSE – Pagos Virtuales



3. Elija la categoría por tipo de comercio o en el buscador ingrese ANDA

ANDA

Conceptos Básicos

Guía de pagos

4. Seleccione el nombre del comercio e ingrese. Haga clic en ingresar

5. Formato de pago básico:

Llene sus datos y siga las instrucciones

Transferencia desde cualquier banco

A la cuenta corriente de Davivienda No 474369997900 a nombre de la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia - ANDA NIT: 860.071.180-1

También puede realizar su consignación desde cualquier oficina DAVIVIENDA del país.

Información adicional

Una vez realizado el pago favor enviar copia del pago o transferencia al correo effie@andacol.com.co con los siguientes datos:

Asunto: pago campañas
Nombre de la empresa a facturar
Nit.
ID del caso
Dirección y teléfono

Contacto y correo de la persona del área financiera.

Formulario de inscripción y requisitos | Resumen

Las inscripciones deben enviarse en línea en la plataforma de inscripción: https://effie-colombia.acclaimworks.com

Hay formularios de inscripción específicos para las categorías de: Éxito Sostenido y Performance Marketing. El resto de las categorías utilizan el formulario de inscripción general.

Los participantes pueden usar las plantillas del formulario de inscripción como guía para redactar sus respuestas y trabajar con los miembros de su equipo, sus agencias asociadas y sus clientes. Cuando ya tenga listo el formulario, los participantes deberán copiar sus respuestas a cada pregunta en la plataforma de inscripción.

El formulario de inscripción debe contar la historia del esfuerzo de principio a fin. En conjunto, las secciones del formulario deben contar una historia. **Es posible que los jurados no conozcan las normas o matices propias de las categorías en la industria, por lo que es fundamental proporcionar contexto en el caso escrito.**

Formulario de inscripción

PUNTAJE SECCIÓN 1 Desafío, contexto y objetivos (23.3% del puntaje)
En esta sección , el jurado evalúa si tiene el contexto necesario sobre la industria, los competidores, y la marca para entender su caso y el grado de dificultad del desafío representado por los objetivos. El jurado evaluará el caso con base en el nivel de ambición y viabilidad del desafío. Se le dará peso al grado de dificultad del desafío y a la calidad del contexto proporcionado. El contexto debe ser suficiente para poder evaluar la efectividad del caso.

PUNTAJE SECCIÓN 2; Insights e idea estratégica (23.3% del puntaje)
Esta sección permite explicar el proceso estratégico al jurado. Debe quedar claro cómo la idea estratégica viene del insight.

PUNTAJE SECCIÓN 3 Dando vida a la idea (23.3% del puntaje)
Esta sección busca explicar cómo y dónde se dio vida a la idea, incluyendo las estrategias creativas, de comunicación, de medios y también el trabajo creativo. El jurado está buscando entender porqué se escogieron canales específicos de medios, y cómo se relacionan con su estrategia y audiencia. Sus piezas creativas, el Reel Creativo y el Resumen de Inversión, son juzgados en esta sección.

PUNTAJE SECCIÓN 4: RESULTADOS (30.0% del puntaje)
Esta sección se relaciona a los resultados. Asegúrese de ofrecer suficiente contexto (categoría y año anterior) para dimensionar el valor de sus resultados frente al negocio de su marca. Ate sus resultados con los objetivos definidos en la primera sección.

Otros requerimientos de Inscripción

Además de los materiales para juzgar, debe enviar materiales publicitarios, créditos individuales y de la empresa, y datos adicionales para fines de investigación/base de datos. Estos requerimientos están incluidos en los formularios de inscripción presentes en la página web de Effie.

Formulario de inscripción y requisitos | Tips

Tips para una inscripción efectiva

1. "**Empieza con el resumen ejecutivo** antes de empezar a escribir las secciones. Revisa tu historia para que sea clara, inspiradora y poderosa".
2. "Asegúrate de dar suficiente **contexto**; la mayoría del jurado no conoce en profundidad tu categoría, ni que significa ser exitoso en ella".
3. "**Las inscripciones más concisas se destacan**. No solo son agradecidas por el jurado, sino que también promueven calificaciones más altas".
4. "Las inscripciones que construyen el caso de forma **honesta, auténtica y sencilla** vs llenas de léxico de mercadeo tienden a ser las más fuertes".
5. "**Asegúrate que el "insight" se relacione con el comportamiento humano**. Un dato no es un insight, lo que significa ese dato para tu marca y tu público objetivo lo vuelve un insight"
6. "Acuérdate que las estrategias de comunicaciones incluyen estrategias creativas y de medios no solo tácticas".
7. "**Asegúrate que tu reel creativo no repita lo que dices en la inscripción**. Debes usarlo para complementar la información".
8. "**Conecta los resultados con tus objetivos claramente.** No trates de escribir objetivos para que cumplan con los resultados. Nos damos cuenta cuando hacen eso y afectará la calificación de tu caso".
9. "Haga que personas ajenas a su industria revisen tu inscripción. Debe ser claro para todos, independientemente de su conocimiento de la industria".
10. "Revisen la ortografía, errores matemáticos e inconsistencias".

Formulario de inscripción y requisitos

Motivos de descalificación

Los siguientes temas darán lugar a la descalificación del caso inscrito y la pérdida de la tarifa de inscripción pagada:

- **No cumplir con las reglas del período de elegibilidad.** Los datos presentados deben estar circunscritos al territorio colombiano durante el período de elegibilidad 1/1/2020 - 31/12/2020. No se pueden incluir resultados posteriores al 31/12/2020. Los datos anteriores al período de elegibilidad pueden incluirse para el contexto. Consulte la sección Período de Elegibilidad para obtener más detalles y excepciones especiales.
- **La inscripción no cumple con los requisitos de la definición de la categoría.** Las inscripciones se juzgan según la efectividad dentro de la categoría ingresada.
- **Nombres o logos de agencias en el formulario de inscripción o en el material creativo.** Effie es una competencia "agency-blind". Esto significa que ningún nombre o logo de agencia, de ningún tipo, deberá ser incluido en ninguno de los materiales que se pondrán a disposición de los jurados para evaluación (formulario de inscripción, anexo de medios, reel creativo, imagénes creativas. No incluya nombre de agencia en las fuentes. La Las fuentes de los datos deben ser referenciadas como "Investigación de agencia, Investigación de Agencia de Relaciones Públicas, Investigación Agencia de medios", etc.
- **Datos sin Referencia.** Todos los datos, hechos, cifras, etc. presentados en cualquier lugar del formulario de inscripción deben hacer referencia a una fuente específica y verificable. Si se verifica una fuente y se encuentra que es falsa, será motivo de descalificación. Las fuentes deben ser lo más específicas posibles al documentar toda la evidencia, sin utilizar nombres de agencias. Por favor, incluya la fuente de los datos, el tipo de investigación, y el período de tiempo cubierto. En la Plataforma de inscripción podrá utilizar notas al pie de página. Podrá encontrar mayor información en la sección de "Fuentes de Información".
- **Incluir capturas de pantalla o imágenes del trabajo creativo en el caso escrito.** Las inscripciones no deben incluir capturas de pantalla de redes sociales u otras páginas web, o cualquier otro elemento pictórico. Al calificar la sección 3 - Dando vida a la idea, los participantes tendrán una oportunidad de cargar una imágen adicional que muestre cómo se dio vida a la idea; sin embargo, esta debe incluirse en la casilla designada. Cualquier imágen del trabajo creativo debe ser incluida en la sección de trabajo creativo para el juzgamiento. Si es permitido, y bien recibido, incluir tablas y gráficos en el caso escrito.
- **Dirigir a los jurados a sitios web externos.** Los participantes son juzgados únicamente por los materiales presentados en su caso escrito y ejemplos creativos (Reel Creativo + imágenes). No es permitido dirigir a los jurados a sitios web para obtener más información o para obtener más ejemplos del trabajo.
- **No entregar la traducción de los materiales.** Todos los casos con materiales creativos presentados en idioma diferente al español deben ser traducidos vía subtitulos o incluir la traducción en la casilla correspondiente en la sección de ejemplos creativos en el portal de inscripción.
- **No cumplir las reglas del material creativo (Reel e imágenes).** Los participantes deben seguir todas las reglas creativas resumidas en el Entry Kit. Esto incluye, pero no está limitado a: logos / trabajo creativo de competidores y resultados, los cuales no se pueden incluir en los ejemplos creativos; los límites de tiempo se deben acatar. Para ver todas las reglas, incluyendo los lineamientos sobre contenido y edición, deben dirigirse a la sección de Reel Creativo en el Entry Kit.

Formulario de inscripción y requisitos

Fuentes de Información

Todos los datos (data), hechos, etc, incluidos en cualquier parte del formulario de inscripción deben incluir una fuente específica y verificable. Las inscripciones que no brinden fuentes serán descalificados.

En la plataforma de inscripciones el formulario de inscripción tiene un cuadro de FUENTES que se encuentra en la parte inferior de cada sección de puntuación para todas las referencias/notas a pie de página. Esto permite a los participantes proporcionar fuentes a las restricciones de límite de palabras.

1. Al enviar sus respuestas a las preguntas 1-4, debe proporcionar una fuente de todos los datos y hechos. Al final de una oración que requiere una fuente, use un superíndice para numerar sus fuentes.
2. En el cuadro "fuentes", enumere sus citas.

Diseño sugerido para fuentes de información

Origen de la data/investigación, tipo de investigación, período de tiempo cubierto.

Orientación Adicional

- Debido al período de tiempo de elegibilidad específico de Effie, los participantes **deben incluir las fechas cubiertas para todos los datos de resultados** presentados en su caso.
- **No se permite a los jurados visitar sitios web externos**. Si cita un sitio web, por favor enumere el nombre del sitio web, el nombre del artículo (si corresponde), y cualquier otra información relevante de citación, ya que los jurados no pueden hacer clic en los links durante el juzgamiento.
- Todos los datos deben incluirse en su respuesta a las preguntas 1-4. Los participantes no pueden agregar información o explicación adicional en la sección de fuentes. Las secciones de fuentes solo se pueden utilizar para proporcionar la citación.
- **Utilice el nombre específico de la empresa para hacer referencia a una fuente, excepto cuando el origen sea una agencia** (publicidad, medios u otra). Debido a que Effie es una competencia "Agency blind", requerimos que se haga referencia a la investigación de la agencia a través del término "investigación de agencias". Esto se aplica a todas las agencias y no está limitado a la agencia que realizó la inscripción. Si quieren hacer la fuente más detallada pueden especificar el tipo de agencia. Por ejemplo: investigación de agencia de relaciones públicas, investigación de agencia de medios, etc. Al igual que con otras fuentes, deben incluir toda la información relevante de la cita (tipo de investigación/dato, fechas cubiertas, etc).
  - Las compañías de investigación si se deben citar por el nombre.
- Los jurados aprecian los datos de terceros cuando estén disponibles.
- Effie Awards se reserva el derecho de verificar fuentes proporcionadas para la precisión de los datos.

Recordatorio Effie: Al citar datos, no incluya los nombres de ninguna agencia. Los datos proporcionados en cualquier parte del formulario de inscripción deben tener una fuente.

Formulario de inscripción y requisitos

Reel Creativo

Objetivo del reel creativo: Mostrar ejemplos del material creativo con el que dio vida a la idea.

Su material creativo es evaluado como parte de la **Sección de Calificación 3: Dando vida a la idea**, la cual también incluye su respuesta escrita a la pregunta 3 y los datos presentados en el Anexo de Medios. Esta sección en conjunto representa el 23.3% de la puntuación total.

Contenido

- El reel debe mostrar ejemplos del material creativo que se ejecutó en la campaña.
- Se sugiere identificar el material creativo por el tipo de medio (televisión, radio, web, etc).
- No se pueden incluir resultados de ningún tipo.
- 3 minutos máximo, no es un video caso.

- El reel creativo debería mostrar cómo se dio vida a la idea. No se trata de una versión en video de su caso escrito. Los jurados a menudo manifiestan su molestia cuando no se les proporcionan suficientes ejemplos del trabajo creativo y los concursantes vuelven a contar el caso escrito.

- **Tenga en cuenta que los jurados van a leer su caso antes de mirar su material creativo**. Por lo tanto no es necesario repetir el caso escrito. Los ejemplos utilizados deben haber sido ejecutados en el mercado y deben relacionarse directamente con los objetivos estratégicos y los resultados a los que se hace referencia en el formulario escrito.

El reel creativo debe mostrar todo el trabajo de la campaña y no volver a contar el caso completo. Debería complementar su caso.

- No es necesario incluir ejemplos de todos los elementos indicados en la lista de "puntos de contacto" de comunicaciones del formulario de inscripción, solo son necesarios aquellos que se consideren **fundamentales para el éxito de su caso**. Es motivo de bajas calificaciones si, por ejemplo, la importancia de los anuncios impresos se menciona en el caso escrito, pero no se muestran en el reel creativo. Del mismo modo, los elementos creativos que se muestran en el reel, pero no se describen en el caso escrito también pueden llevar a una calificación más baja. El reel creativo debe complementar la respuesta a la pregunta 3.
- Como los jurados leen primero el caso escrito y el foco del reel es en el material creativo, no se pueden incluir resultados en el reel creativo. Por favor, recuerde no incluir resultados de ningún tipo (tampoco métricas relacionadas con desempeño en redes sociales) en su trabajo creativo.
- El reel creativo puede tener un máximo de tres minutos y no es necesario utilizar los tres minutos. Los participantes deben mostrar al menos un ejemplo completo de cada punto de contacto integral; se recomiendan ejemplos adicionales cuando sean útiles para que los jurados evaluen cómo se dió vida a la idea.

Formulario de inscripción y requisitos

Reel Creativo

Para prevenir la descalificación por favor tenga en cuenta los siguientes lineamientos:

NO DEBE INCLUIR

- El reel Creativo no debe ser más de 3 minutos (excepto en la categoría de Éxito Sostenido).
- Resultados de cualquier tipo – incluyendo números de likes de redes sociales, seguidores, etc. *
- Trabajo competitivo: material creativo o logos.
- Nombres de agencias, logotipos o imágenes.
- Cualquier tipo de música/imágenes que causen confusión para los jurados sobre cómo su trabajo funcionó en el mercado. Cualquier tipo de música/imágenes que no se ejecutaron en la pieza original y que no tienen derecho a incluir.
- Efectos de edición que causan confusión con la forma en que el trabajo se ejecutó en el mercado, por ejemplo, música o locución sobrepuesto a los spots de televisión.
- Debe ser un reel con piezas publicitarias tal cual se ejecutaron y su audiencia experimentó, no debe ser un video caso.

DEBE INCLUIR

- Al menos un ejemplo completo de cada uno de los puntos de contacto de comunicación que considere fundamentales en el caso escrito (pregunta 3) *: incluye cualquier tipo de trabajo (impresión, radio, web, OOH, TV, etc.)
- Si el tiempo lo permite, ejemplos adicionales de materiales creativos que muestren como se dio vida a la idea.
- Traducción para trabajos presentados en idioma diferente del español
- Puede editar clips de vídeo de más de 60 segundos cuando sea necesario para mostrar otros ejemplos de su trabajo. Sin embargo, debe mostrar lo más que pueda del ejemplo para que los jurados tengan una comprensión clara de lo que experimentó su audiencia.
- Cualquier elemento de video de 60 segundos o menos debe mostrarse en su totalidad.

Formulario de inscripción y requisitos

Reel Creativo

Imágenes de stock y música que no se ejecutaron en su trabajo creativo

No agregue a su reel creativo, cualquier tipo de música/ imágenes de stock que no se hayan ejecutado en su trabajo original, a menos que obtenga los derechos para incluir esos materiales complementarios.

Effie Worlwide es una organización sin fines de lucro que muestra el trabajo con fines educativos al honrar las ideas de marketing efectivas y los equipos exitosos (Anunciante y agencia) que las crean. Con respecto a los derechos/licencias que se emitieron como parte del trabajo creativo original recomendamos que, al inscribirse, los participantes hablen con su empresa sobre la política para ingresar a los premios; la mayoría de premios tienen los mismos requisitos que Effie, y esto puede ayudar a resolver cualquier duda. **Siempre que los elementos que aparecen en el reel creativo sean del trabajo para la campaña/esfuerzo que está ingresando, no debe tener problemas con los derechos/licencias.**

Inscripciones de Éxito Sostenido

- Se sugiere mostrar material creativo del primer año de la campaña, por lo menos uno de los años intermedios y del último año del caso.
- Se sugiere identificar claramente el año en el que se ejecutó la pieza, al mismo tiempo al que se muestra en el reel creativo.
- 4 minutos máximo.

Formulario de inscripción y requisitos

Requisitos Técnicos

Guía

- No incluya el nombre o logo de ninguna agencia, incluyendo la suya en el nombre del archivo.
- Incluya una traducción o subtitulos en todo el material creativo presentado que no se encuentre en español.

Especificaciones Técnicas

- Un solo reel creativo por inscripción .
- 3 minutos de duración máxima. A excepción, de la categoría de Éxito Sostenido en donde podrá tener 4 minutos máximos de duración.
- 250 MB máximo.
- Formato mp4.
- Resolución

640 X 480

4:3

1280 X 720

16:9

640 X 480

Letterbox

Formulario de inscripción y requisitos | Imágenes Creativas

Imágenes del trabajo creativo (2 requeridos, 6 máx.)

Después de que los jurados leen su caso y observan el reel creativo, revisan las imágenes de su trabajo creativo. Las imágenes cargadas deben complementar lo visto en su reel creativo y ayudar a los jurados a evaluar mejor los elementos creativos que se ejecutaron frente a su audiencia.

Puede ser útil proveer imágenes del trabajo que se ven mejor como una imagen fija (por ejemplo, un sitio web, un anuncio impreso, un correo directo, etc.). O bien, es posible que desee subir el trabajo que desea que los jurados vean nuevamente después de ver el reel creativo.

- Esta es una oportunidad para mostrar su trabajo creativo:
  - Resalte los elementos que se ven mejor como una imagen fija frente al formato de video.
  - Llame más la atención en los elementos creativos clave que desea resaltar.
- Suba 2-6 (se requieren 2) ejemplos del trabajo creativo.
- **Requisitos técnicos:** formato .jpg, alta resolución. 15 MB max.
- No incluya los nombres o logotipos de las agencias en ningún material creativo enviado para su evaluación.
- Una de las principales quejas de los jurados del año pasado fue que los participantes no estaban aprovechando al máximo la oportunidad de mostrar el trabajo en estas imágenes.

Nota: El material creativo provisto en la inscripción (reel creativo e imágenes) será utilizado con propósitos publicitarios si su caso queda como ganador o finalista.

Formulario de inscripción y requisitos

Materiales de Publicidad

Imágenes para publicidad

- **Imagen principal de publicidad.** Esta imagen debe representar a su caso. Esta imagen será la primera imagen de su trabajo para propósitos publicitarios y promocionales si su caso es finalista o ganador. Esto incluye publicaciones impresas y digitales de la Revista Effie, prensa y material publicitario, etc. Esta imagen también puede ser usada en el Case Database.
  - **Requerimientos técnicos:** .jpg de alta resolución. Formato CMYK,100% del tamaño. 15 MB máximo.
- **Logos de empresas.** Los logotipos de la empresa son necesarios para todas las agencias principales y los clientes acreditados en el caso.
  - **Requerimientos técnicos:** Formato .eps o .ai. 2 logos necesarios. 3-4 logos si está acreditada una agencia principal o un cliente adicional. Los logos de las agencias contribuyentes no necesitan subirse. Puede subir .jpg si no tiene disponibles .eps/ .ai.
- **Fotos del equipo participante.** Suba las fotos del equipo de trabajo de la agencia y del cliente. Pude cargar máximo una foto por agencia principal y cliente. Solo puede enviar una tercera o cuarta foto del equipo si tiene una segunda agencia principal o cliente. Si no tiene una foto de su equipo al momento de inscribir el caso, podrá proporcionar una imagen una vez conozca que su caso fue ganador.
  - **Requerimientos técnicos:** 300 dpi .jpg o .jpeg, 1000 píxeles mínimo ancho o alto. 20 MB máximo.
  - Si no tiene una foto del equipo del caso para enviar al momento de la inscripción, por favor, tenga en cuenta que si su caso resulta finalista, deberá enviarla a la organización del concurso al correo effie@effiecolombia.com
- **Material creativo.** El trabajo creativo proporcionado para la inscripción (Reel Creativo e imágenes) también se utilizará para fines publicitarios.

Formulario de inscripción y requisitos

Créditos

Effie reconoce que el trabajo en equipo efectivo es necesario para construir un caso exitoso. Es obligatorio dar credito a los aliados creativos y estratégicos que contribuyeron a este esfuerzo. Piense cuidadosamente sobre sus aliados- clientes; agencias de todos los tipos incluyendo servicio completo, medios, digital, promo, relaciones públicas, eventos, dueños de medios; etc.

Créditos como organización

- **En el formulario de autorización, disponible en la plataforma de inscripción, encontrará espacio para acreditar un máximo de dos agencias principales, dos clientes y cuatro agencias contribuyentes. Como mínimo debe acreditarse a 1anunciante y 1 agencia principal.**
- Es posible acreditar hasta 2 agencias como agencias líderes estas serán tomadas como corresponsables del trabajo y recibirán el mismo reconocimiento en caso de resultar finalistas o ganadoras. Sin embargo, para ser considerada como la segunda agencia líder, se deberá certificar que el trabajo realizado por cada agencia tuvo igual peso y que cada agencia merece el mismo reconocimiento. La segunda agencia líder debe ser designada al momento de la inscripción del caso y no podrá ser adicionada o eliminada una vez terminado el periodo de inscripciones.
- Si como anunciante, se encuentra enviando un trabajo realizado in-house, por favor diligencie el formulario acreditando a su empresa como cliente principal y como agencia.
- Por favor, verifique que los nombres de las agencias y clientes participantes se encuentren escritos de manera correcta, con el propósito de que sean apropiadamente reconocidos en el Effie Index y en los diferentes espacios y publicaciones del premio.

Créditos individuales

- **Créditos individuales principales (10 máx):** Es posible acreditar hasta 10 personas de cualquiera de las compañías acreditadas que fueron claves para el éxito del caso. Estos individuos estarán mencionadas en el Case Data Base (Base de datos de casos de Effie Globall) y en la revista Effie.
- **Créditos individuales secundarios (30 máx):** Es posible acreditar hasta 30 personas adicionales de cualquiera de las compañias acreditadas. Estos individuos estarán mencionadas exclusivamente en el Case Data Base (Base de datos de casos de Effie mundial).

Formulario de entrada y requerimientos | Créditos

Política de modificación de créditos

- **La política de la organización es que solo aquellos acreditados al momento de la inscripción, merecen el reconocimiento en caso de ganar. En ningún momento se permitirá que clientes o agencias acreditadas al momento de la inscripción sean eliminadas o reemplazadas.**
- Créditos del cliente y la agencia principal son permanentes al finalizar la inscripción y no se pueden eliminar o agregar después de enviar la misma.
- Todas las agencias, anunciantes o individuos acreditados deberán ser revisadas de manera cuidadosa por los líderes de la empresa. Todos los créditos deben ser aprobados por los líderes al firmar el **"Formulario de Autorización"** disponible en la plataforma de inscripción una vez se haya diligenciado la sección de créditos.
- Es posible agregar créditos de empresas contribuyentes y créditos individuales después del momento de inscripción solo si en el caso no se había acreditado el número máximo permitido de empresas y personas contribuyentes. Las adiciones y modificaciones de créditos requieren una tarifa de $200.000 por cambio y no están garantizadas. **No se permiten ediciones/ adiciones de créditos después del 10 de junio.**

Todas las solicitudes de créditos serán revisadas y aprobadas a discresión de Effie Global y no son garantizadas.

Formulario de inscripción y requisitos

Contactos

Conceptos básicos/**Formulario de inscripción y requisitos**/Publicación y confidencialidad/Juzgamiento/Categorías/Contacto

Effie recopila información de contacto en cada empresa acreditada. Todos los contactos, excepto el CEO / Directores de mercadeo, pueden agregarse a las listas de correo de Effie, que pueden cancelarse en cualquier momento. Los contactos pueden ser considerados para ser jurados Effie. Se puede contactar a las personas para indagar sobre su inscripción en cualquier momento; las explicaciones a continuación son ejemplos de las razones más comunes para comunicarse con una persona; sin embargo, esta no es una lista exclusiva.

Los contactos del caso no se listarán públicamente. Solo las personas que figuran en la sección Créditos individuales serán publicados si el caso es ganador o finalista.

Participante

El contacto del participante es la persona que creó la cuenta y realizó el registro del caso. Es el contacto principal para todas las notificaciones de inscripción: confirmación de envío, pago, solicitudes de revisión/problemas de descalificaciones, notificaciones de finalistas, ganadores, insight guides, etc. Si necesita transferir una inscripción a otra persona, por favor escriba a effie@effiecolombia.com

Agencia Líder

Contacto Principal de la Agencia Líder

A este contacto se le enviará una nota de felicitación, junto con información clave para celebrar su éxito, si el caso es ganador. Este es un contacto secundario en la inscripción: si Effie no puede comunicarse con el participante, se comunicará con este contacto.

Contacto de la agencia principal de relaciones públicas

A este contacto se le enviará una nota de felicitación, junto con información clave para celebrar su éxito, si el caso es ganador. También se puede contactar a esta persona si hay una oportunidad de relaciones públicas/publicidad, o en caso de que Effie no pueda comunicarse con el participante/ contacto principal de la agencia líder.

Contacto del CEO/Director de Mercadeo

A este contacto se le enviará la nota de felicitación si el caso resulta ganador.

Contacto del cliente

Contacto Principal del cliente

Este contacto recibirá una nota de felicitación si el caso es ganador. Effie también puede comunicarse con este contacto si tiene alguna pregunta relacionada con su compañía, los créditos proporcionados u otros problemas de inscripción que requieren la participación del cliente. Esto se considera un contacto secundario en la inscripción: si Effie no puede comunicarse con el participante o el contacto de la Agencia Líder, Effie puede comunicarse con esta persona.

Contacto Cliente CEO/CMO

Este contacto recibirá una nota de felicitación si el caso es ganador.

Contacto Principal Agencia Contribuyente

Este contacto recibirá una nota de felicitación si el caso es ganador. Effie puede comunicarse con el contacto si tiene cualquier pregunta sobre la empresa.

Formulario de inscripción y requisitos

Effie Index

Effie Index

El Effie Index (effieindex.com), el ranking mundial de efectividad de marketing, utiliza los créditos presentados al momento de inscripción para tabular los rankings anuales. Las clasificaciones incluyen: anunciantes, marca, agencia, agencia independiente, red y holding. A continuación hay una guía sobre cómo los créditos conducen a las clasificaciones.

- Si su caso se convierte en un finalista o ganador de Effie 2021, los créditos enviados se utilizarán para calcular los resultados del Effie Index. Debido a que se otorgan valores de puntos diferentes a las compañías principales y contribuyentes, es fundamental que todas las marcas y compañías estén debidamente acreditadas en el momento de la inscripción.
- Solicitamos a todos los participantes garantizar que todos los nombres de las compañías de los clientes y agencias se acrediten correctamente. Esta información también debe ser comunicada a las empresas contribuyentes.

Rankings de Agencias

- Las clasificaciones de las agencias se compilan utilizando el Nombre de la agencia y la ciudad en la pestaña Créditos de la Plataforma de inscripción. Independientemente de si la ciudad se incluye o no en el campo "Nombre de la agencia", las clasificaciones del índice se basarán en la ubicación de la oficina utilizando los campos ciudad/país. Effie fomenta la consistencia año tras año.
- Asegúrese de guiar a todos los equipos que participen en la competencia dentro de su oficina para anotar el nombre de la compañía de manera consistente; esto incluye mayúsculas, espacios, puntuación, abreviaturas, etc. consistentes. Esto asegurará que todos los casos finalistas/ganadores de la ubicación de su oficina puedan ser tabulados juntos.

Rankings de Red de Agencias y Holding Empresariales

- Las redes de agencias y los holding empresariales se seleccionan mediante un menú desplegable en la plataforma de inscripción.
- La forma en que se ingresa el nombre de la agencia en ese campo no afecta la clasificación de la Red de la Agencia o del Holding, aunque será revisado para mayor precisión.

Publicación y confidencialidad

Publicación

Effie Awards Colombia es una organización sin ánimo de lucro que representa la efectividad en los esfuerzos de marketing, resaltando aquellas ideas y trabajos que proporcionen un diálogo significativo acerca de las mejores prácticas de mercadeo y publicidad que generan resultados. Con el propósito de cumplir su misión y proporcionar herramientas para el desarrollo de la industria, Effie confía en la voluntad de los concursantes para compartir sus casos finalistas y ganadores con la industria.

Al otorgar permiso para la publicación de sus casos, usted estará:

1. **Aportando al desarrollo de la industria.**

   Al permitir que otros profesionales de mercadeo aprendan de sus éxitos, estará inspirando a la industria para subir sus expectativas sobre la efectividad del mercadeo.

2. **Aportando a la formación de los futuros líderes del mercadeo y la publicidad**

   Universidades tendrán acceso a casos de estudio ganadores de Effie y los participantes de Effie College podrán aprender cómo escribir un caso exitoso de sus inscripciones.

3. **Mostrando el éxito de su equipo en lograr uno de los máximos honores de marketing del año.**

   Effie ayuda a atraer nuevos talentos, demostrar la importancia del marketing en los negocios y fortalecer las relaciones agencia-cliente.

El proceso de inscripción y juzgamiento de Effie Awards Colombia está diseñado para ayudar a todos los concursantes a presentar sus trabajos de manera efectiva, al tiempo que garantiza la confidencialidad de la información clasificada.

Para prevenir los problemas de confidencialidad, puede consultar las políticas de Effie sobre confidencialidad y publicación de casos en las siguientes páginas. Se anima a los participantes a comunicarse con Effie Colombia (effie@effiecolombia.com) con cualquier pregunta o inquietud sobre nuestras políticas de confidencialidad.

Publicación y confidencialidad

Publicación

Effie Awards ofrece a los finalistas y ganadores la oportunidad de publicar sus casos escritos en el Effie Case Database, con el propósito de inspirar a la industria y aportar a fortalecer las prácticas de mercadeo. Aquellos participantes que den su autorización para la publicación de sus casos inscritos podrán tener la oportunidad de ver sus casos publicados en la página web de Effie Worldwide y Effie Awards Colombia, así como en las publicaciones realizadas por estas organizaciones.

Respetamos que las incripciones puedan contener información confidencial. En la plataforma de inscripciones se solicita a los participantes definir los permisos para la publicación de sus casos inscritos.

Los concursantes podrán seleccionar alguna de las siguientes opciones:

- **"Publicar mi caso escrito como fue presentado"**- Usted acepta que el formulario de inscripción escrito puede publicarse, reproducirse y utilizarse tal como fue enviado para propósitos educativos.
- **"Publicar mi caso escrito como una versión editada"**- Usted acepta enviar una versión editada de su caso que puede publicarse, reproducirse y utilizarse para propósitos educativos. Puede redactar cualquier información confidencial.
- **"Publicar mi caso escrito como fue presentado después de 3 años "** - El caso escrito se publicará tal como se presentó después de tres años. El caso puede publicarse, reproducirse y utilizarse tal como fue enviado para propósitos educativos.
- **"Publicar mi caso escrito como una versión editada después de 3 años"** - Usted acepta enviar una versión editada de su estudio de caso que puede publicarse, reproducirse y utilizarse para propósitos educativos después de 3 años. Puede redactar cualquier información confidencial.

Es importante tener en cuenta que la única parte del caso presentado al concurso que debe contener información confidencial es el caso escrito. Por esta razón, el caso escrito es la única parte de la inscripción que se incluye en el permiso de publicación presente arriba. El material creativo, así como el resumen del caso y la declaración de efectividad solicitadas en el formulario no deberán contener información confidencial, y podrán ser publicadas de diferentes maneras y formatos si su caso se convierte en finalista o ganador.

.

Publicación y confidencialidad

Formulario de Autorización

Al aceptar las reglas del concurso:

Usted declara y garantiza que todo el trabajo inscrito es original y cuenta con los derechos y permisos necesarios por parte de sus propietarios y responsables para inscribirlo. Tampoco infringen los derechos personales o de propiedad de terceros ni generarán reclamos de terceros, incluidos, entre otros, los reclamos basados en derechos de autor, marcas comerciales, patentes, difamación, lesiones físicas o invasión de la privacidad o publicidad.

Además, si alguna tercera parte presenta una queja o reclamo relacionado con cualquiera de los Trabajos, ya sea una queja legal formal o de otra manera, cooperará completamente con Effie Worldwide y los Effie Awards para responder y defenderse contra tal queja o reclamo, y usted considerará exento a Effie Worldwide y Effie Awards de cualquier queja o reclamo en su contra.

Formulario de autorización

El formulario de Autorización y Verificación debe ser firmado por los directores de cuentas o planeación de las agencias y los directores de marketing del anunciante. Revise cuidadosamente este documento en su totalidad.

El formulario de autorización confirma:

- Veracidad de la información del caso.
- Autorización de presentación del caso.
- Los créditos individuales y de la empresa han sido revisados por alguien con liderazgo sénior en la compañía para garantizar que todos los socios estratégicos integrales reciban el crédito para el Effie Index y el reconocimiento del premio.

Si realiza algún cambio en la empresa o en los créditos individuales, deberá realizar estas correcciones en la pestaña Créditos y volver a imprimir el Formulario de autorización y verificación que se firmará. Una vez revisado y confirmado como correcto, cargue una copia firmada de este documento a continuación.

Si está enviando un caso en varias categorías, se deben firmar formularios de autorización y verificación separados para cada envío.

Gracias por asegurar que todos los miembros del equipo sean reconocidos apropiadamente.

Publicación y confidencialidad

Dudas de confidencialidad

Juzgamiento

Las jornadas de juzgamiento tienen estrictos protocolos de confidencialidad y están supervisados de forma segura por el Comité de Effie. Los jurados firman acuerdos de confidencialidad antes del inicio de las jornadas de juzgamiento. Los jurados tienen prohibido retirar o descargar materiales de las sesiones de juzgamiento, hacer grabaciones o fotografías del material presentado y son asignados individualmente con inscripciones y categorías que no plantean un conflicto de interés. Por ejemplo, un jurado de la industria de bebidas no juzgará la categoria de Bebidas.

Informacion indexada

A pesar de que el proceso de juzgamiento es confidencial y los participantes pueden definir los permisos de publicación de sus casos inscritos, Effie entiende que algunos concursantes pueden tener preocupaciones en relación a información sensible. En consecuencia, al presentar información numérica como sustento del caso, los concursantes pueden elegir presentar estos números como porcentajes o hacerlo de manera indexada con el propósito de proteger esta información. Adicionalmente, a menos que los concursantes autoricen la publicación del material, sólo los jurados verán la información enviada en sus casos inscritos.

Material creativo y Material publicitario

Al enviar su caso al concurso, todo el material creativo, resumen del caso y declaración de efectividad se convierten en propiedad de la organización. Al inscribir su trabajo en la competencia, Effie Worldwide y Effie Awards Colombia adquieren el derecho de realizar copias, reproducir o mostrar el material creativo, el resumen de su caso y la declaración de efectividad, para propósitos educativos, publicitarios y de divulgación.

El material creativo, el resumen del caso y la declaración de efectividad podrán ser utilizados en las distintas publicaciones de Effie Worldwide y Effie Awards Colombia, la página de Internet de estas organizaciones, comunicados de prensa, eventos, conferencias y durante la ceremonia de premiación de la correspondiente edición. **Debido a que se publicará el material publicitario y el material creativo de todos los finalistas y ganadores, no se debe incluir información confidencial en estos elementos.**

Con respecto a la confidencialidad en el Reel creativo:

- Según las reglas de inscripción, no se pueden incluir resultados, de ningún tipo, en el reel creativo.
- Se requiere que los participantes muestren ejemplos del trabajo creativo que se ejecutó en el mercado. La información confidencial no debe aparecer en el reel creativo.

Los participantes deben tener los derechos para mostrar todos los elementos presentados en el reel creativo. Debido a que Effie es una organización sin fines de lucro, con la misión de brindar aprendizaje a la industria, **Effie no tiene inconvenientes con el talento que aparece en la creatividad que se ejecuta en el mercado**. El enfoque del reel debe estar en este trabajo creativo. Los participantes deben obtener los derechos para presentar cualquier elemento complementario (música que no se ejecutó con la creatividad en el mercado, imágenes agregadas de bancos de imágenes y que no fueron utilizadas en el mercado.

Publicación y confidencialidad

Dudas de confidencialidad

En circunstancias extraordinarias. Effie revisará las solicitudes para enviar un reel creativo editado para su publicación. Estas solicitudes deben enviarse si el caso se convierte en finalista, ya que los reels creativos de los casos no finalistas solo serán vistos por los jurados y no serán publicados.

PUNTOS ADICIONALES

El período de elegibilidad de este año es Enero 1, 2020 - Diciembre 31, 2020 y los premios se entregarán en el segundo semestre de 2021. Para algunas empresas, este retraso puede aliviar algunas preocupaciones con respecto a los datos confidenciales.

Empresas de todo el espectro, de grandes a pequeñas y de todos los sectores de la industria, participan en los premios Effie. La política de confidencialidad de los Effie Awards, la capacidad de indexar datos, la capacidad de establecer permisos de publicación, etc.se establecen para garantizar que cualquier empresa pueda ingresar su trabajo efectivo sin dudarlo.

Recomendamos nominar a sus clientes con cargos directivos para que sean miembros del jurado. Participar como jurado es una de las formas más valiosas de aprender sobre el premio, comprender cómo funciona el juzgamiento y vivir nuestras reglas de seguridad y confidencialidad de primera mano.

Para nominar un jurado complete nuestro formulario https://forms.gle/mujgtjDgVJ833zj36

Si está interesado, estaremos encantados de programar una reunión para hablar con usted sobre la confidencialidad durante la evaluación; cómo involucrar a los miembros clave del equipo en el proceso de evaluación; y cómo puede enviar datos indexados. Si desea tener obtener mayores detalles sobre la confidencialidad, envíe un correo electrónico a effie@effiecolombia.com

Juzgamiento | Calificación

Su inscripción será evaluada por líderes empresariales con gran experiencia en la industria. Nos apoyamos en su experiencia no solo para juzgar el trabajo de sus pares, sino también para resaltar aprendizajes para la industria en general. Las inscripciones se juzgan en dos fases. En ambas rondas, los jurados evalúan el caso escrito y el material creativo. La calificación se realiza de forma anónima y confidencial. Los jurados proporcionan comentarios sobre cada caso para el Insight Guide

Las evaluaciones de los jurados determinan qué casos serán finalistas y qué finalistas recibirán un trofeo de oro, plata o bronce. El nivel de finalista y cada nivel ganador (oro, plata, bronce) tienen puntajes mínimos requeridos. Los trofeos Effie se otorgan en cada categoría a discreción de los jurados. Es posible que una categoría produzca uno o varios ganadores de cualquier nivel o tal vez ningún ganador, sin importar el número de finalistas.

Sistema de calificación:

A los jurados de los Effie Awards Colombia se les pide que evalúen criterios específicos al calificar la efectividad general del caso y deben evaluar de manera individual cuatro atributos específicos del caso, a los cuales se les asigna un porcentaje de la calificación total de la siguiente manera:

Desafío, contexto y objetivos	**23,3%**
Insights e idea estratégica	**23,3%**
Dando vida a la idea	**23,3%**
Resultados	**30,0%**

A los jurados se les asignan casos con los que no tengan un conflicto de interés. Por ejemplo, un jurado con experiencia en automóviles no revisaría casos de Automotriz. Por esta razón, es fundamental que los participantes proporcionen un contexto de mercado y categoría en sus inscripciones. Ofrezca a los jurados una comprensión clara de la situación de la categoría y explique qué significan sus KPI's en el contexto de su categoría.

Primera Ronda de Juzgamiento

Los jurados de la primera ronda revisan 7 a 12 casos individualmente. Debido al volumen de inscripciones revisadas por cada jurado, se recomienda brevedad. Los casos que obtienen una puntuación lo suficientemente alta se convierten en finalistas y pasan a la ronda final de evaluación.

Segunda Ronda de Juzgamiento

Los finalistas son evaluados junto con otros finalistas de la misma categoría y, al igual que en la primera ronda, todos los elementos de cada caso son revisados y calificados. Los jurados de la Ronda Final discuten los finalistas en la categoría antes de finalizar sus evaluaciones.

Juzgamiento | Gran Effie

El Gran Effie

Los casos ganadores de oro con las puntuaciones más altas son elegibles para el premio Gran Effie. El Gran Effie, representa el caso más efectivo entre los inscritos en la competencia de cada año. Dado que el gran jurado es senior y expresan su opinión colectiva, el caso ganador representa tanto el caso más efectivo del año como un mensaje que se enviará a la industria sobre lecciones para el camino a seguir. Solo un número selecto de los casos ganadores de oro con las puntuaciones más altas y mejores comentarios del jurado, se consideran candidatos al premio Gran Effie.

Nota: Debido al período de tiempo único de la categoría de Éxito Sostenido, los casos de la categoría Éxito Sostenido no son elegibles para el premio Gran Effie.

Ganador Gran Effie 2021

Mi familia dice sí
Anunciante: Hospital Militar - Servicio de trasplante y donación de órganos
Agencias líderes: DDB Colombia, Tribal Colombia
Agencias Secundarias: Ultravioleta.co el medio de la comunicación, RTVC
Categoría: Positive Change Social Sin Ánimo de Lucro

Juzgamiento | Información de Ganadores

Ganarse un Effie

Ganarse un Effie significa que su trabajo es reconocido como uno de los esfuerzos de marketing más efectivos del último año, incorporando una estrategia de comunicaciones innovadora y perspicaz, una creatividad efectiva y resultados en el mercado que prueban que funcionaron. A medida que la competencia continúa creciendo, ganarse un Effie se vuelve cada vez más difícil y prestigioso.

Las notificaciones de los ganadores se enviarán en el segundo semestre de 2021. Los ganadores recibirán información adicional sobre la Ceremonia de Premiación.

Trofeos y certificados

Dos trofeos son entregados a los equipos ganadores de la agencia líder y el cliente principal. De manera estándar, los trofeos serán grabados con el nombre de la agencia principal y del anunciante principal de la campaña, a menos que se designen agencias co-líderes o co-anunciantes, en cuyo caso ambas agencias/clientes principales aparecerán en el trofeo. Los trofeos de cortesía se enviarán al contacto principal de la agencia principal, después de ceremonia de premiación.

Si su caso es finalista o ganador, puede comprar trofeos y certificados personalizados adicionales con su elección de empresas acreditadas o individuos presentados.

Para ordenar trofeos & certificados escriba a effie@effiecolombia.com

Categorías | Estructura

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 díficil 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 tárifa 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

Categorías

Categorías 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
Serviciones 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
NUEVA: Positive Change Bien Social Diversidad, Equidad e Inclusión

Categorías | Industria
Definiciones Categorías

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 afeitar, crema de afeitar, 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 | Industria Definiciones Categorías

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 Diet/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

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

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 presonalizados 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

Categorías

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

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 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 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, actuén 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 especificamente 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

Categorías

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

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).

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 lider "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

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

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, Oscares , etc) y reaccionar rápidamente y de manera relevante cuando sucede algo inesperado.

Categorías

Categorías Especiales
Definiciones Categorías

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 effies Definiciones Categorías

Positive Change Effies

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.

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.

NUEVA: Positive Change Bien Social Diversidad, Equidad e Inclusión
Esta categoría aplica para cualquier campaña de marca o entidades sin fines de lucro, cuyo éxito dependa de la conexión efectiva y auténtica con grupos o comunidades culturales, étnicas que son minorías (ejemplo: LGBT, personas con capacidades diferentes, pueblos indígenas, etc.). Estos esfuerzos pueden incluir mensajes sobre la igualdad de derechos, la eliminación de estereotipos, la lucha contra los prejuicios u otras iniciativas que trabajen para tener un impacto positivo en dichos grupos o comunidades. Si el caso a presentar fue dirigido a varias audiencias, es necesario demostrar los resultados obtenidos para la audiencia específica que se menciona en la inscripción.

Debe identificar cualquier elemento creativo o estratégico que esté dirigido específicamente a esta comunidad así como cualquier diferencia cultural relevante, dinámicas o matices, tradiciones, valores, características lingüísticas, y su importancia con respecto a la presentación del caso. Recomendamos destacar aquellos detalles que podrían pasar por alto el jurado, teniendo en cuenta que es posible que no estén familiarizados con este segmento.

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 ambientalemente conscientes en su marketing.

Positive Change Bien Social/Ambiental - Sin Ánimo de Lucro
Reconoce 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.

Contacto

Ingresando a Effie Awards Colombia

Para cualquier consulta sobre el proceso de inscripción, materiales, categorías, reglas, etc.,por favor escriba a:

effie@effiecolombia.com

Preguntas sobre modalidad de pago

effie@andacol.com.co
contabilidad@andacol.com

Juzgamiento Effie

Para solicitar ser un jurado, complete el siguiente formulario: **https://forms.gle/mujgtjDgVJ833zj36**

Si tiene preguntas sobre el juzgamiento, escriba a **effie@effiecolombia.com**

Oportunidades de patrocinio

effie@andacol.com.co