

INSTRUÇÕES PARA O FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO E DICAS



Identificação da inscrição – aba geral

Categoria	O mesmo case pode ser inscrito em 1 categoria geral e quantas especiais ele se encaixar.
Título do case	35 caracteres
Produto	
Nº de peças	

Responsável criativo pela peça: (Diretor de Atendimento, Planejamento, Criação ou Mídia responsável pela inscrição da campanha e veracidade das informações aqui apresentadas)

Nome:	
CPF:	
Cargo:	

Anunciante

Nome:	O mesmo case pode ser inscrito em 1 categoria geral e quantas especiais ele se encaixar.				
CNPJ:					
Telefone					
Endereço		Número:		Complemento:	
Bairro:					
Cidade:		Estado:		CEP:	

Anunciante responsável pela aprovação: (Diretor, Gerente Geral, Comercial ou de Marketing responsável pela inscrição da campanha e veracidade das informações aqui apresentadas)

Nome:	
CPF:	
Cargo:	

Ficha Técnica

Etapa 1: Sumário Executivo

Qual o Período de Veiculação?		Inserir uma data dentro do período de Janeiro/2017 e junho/2018 mesmo que tenho iniciado antes ou irá terminar depois.	
Início:		Final:	

Porque este case é o melhor exemplo de eficácia no marketing e digno de um prêmio nesta categoria específica do Effie?

Fornecer resposta em 700 caracteres ou menos.

Dê aos jurados a compreensão do case que está prestes a ler, fornecendo um resumo - uma frase para cada uma das quatro seções de pontuação.

Estratégia - Desafio, contexto e objetivos:	Fornecer resumo de uma frase (400 caracteres).
Criatividade - Insights e ideias:	Fornecer resumo de uma frase (400 caracteres).
Execução - Trazendo a ideia a vida:	Fornecer resumo de uma frase (400 caracteres).
Resultados – Efetividade da campanha:	Fornecer resumo de uma frase (400 caracteres).

Ficha Técnica

Etapa 2 – Estratégia: Desafio, contexto e objetivos - 23.3% da pontuação total

Esta seção fornece aos jurados o contexto dos seus desafios e objetivos. Nesta seção, os jurados irão avaliar se eles têm o contexto necessário sobre sua indústria, concorrentes, e marca, a fim de compreender o tamanho do seu desafio representado por seus objetivos. Seja minucioso e forneça o contexto para os jurados que não estão familiarizados com sua indústria para compreender o alcance do seu esforço.

<p>2A. Qual era o estado dos negócios da marca e do mercado antes da sua estratégia começar? Qual foi o desafio da comunicação estratégica que resultou desta situação do negócio?</p> <p>Fornecer contexto do grau de dificuldade deste desafio e detalhes do negócio necessários.</p> <p><i>2500 caracteres</i></p>	<p>Effie Sugestões:</p> <ul style="list-style-type: none"> 👉 Fornecer contexto sobre a sua marca e situação de negócios, incluindo principal concorrente, posição no mercado, benchmarks, etc. Quais foram as barreiras que tiveram que superar? 👉 Tenha em mente os jurados podem não estar familiarizados com a indústria da sua marca. Este contexto é fundamental para os jurados entenderem o seu grau de dificuldade.
---	--

<p>2B. Defina o público que você estava tentando alcançar. Descreva-os usando dados demográficos, psicográficos, cultura, etc. Explique se o seu alvo era um público atual, um novo público, ou ambos.</p> <p><i>1200 caracteres</i></p>	<p>Effie Sugestões:</p> <p>👉 Explique por que isso é o público que você está tentando alcançar. Porque este público é importante para a sua marca e o crescimento dos negócios da marca?</p>
<p>2C. Quais eram os seus objetivos mensuráveis e por que eles foram importantes para o negócio? Quais foram os indicadores chave de desempenho (KPIs) de seus objetivos?</p> <p>Seu registro pode ter um ou todos os seguintes objetivos: A. Negócios, B. Comportamental, C. perceptivos e atitudinais. Fornecer contexto, incluindo histórico, por que os objetivos foram importantes para a marca e o crescimento do negócio. Fornecer números e/ou percentagens específicas.</p> <p><i>1200 caracteres</i></p>	<p>Effie Sugestões:</p> <p>👉 Claramente delinear seus objetivos. Fornecer objetivos específicos, mensuráveis e explicar por que estes eram seus objetivos e por que eles são importantes para a marca e o crescimento do negócio. Os jurados irão analisar o contexto em torno das metas estabelecidas e por que elas eram desafiadoras.</p> <p>👉 Se não havia objetivos quantificáveis, deixe claro este fato e explique por quê. Descreva como você fez para medir seus KPIs.</p> <p>👉 O Effie é aberto a todos os tipos de objetivos. É responsabilidade do participante se explicar por que seus objetivos particulares são importantes para o negócio e difíceis de alcançar.</p>

Ficha Técnica

Etapa 3 - Criatividade: Insights e ideias - 23.3% da pontuação total

Esta seção serve para explicar o seu processo estratégico para os jurados. Tenha em mente, que uma visão não é meramente um fato ou observação baseada em pesquisa; é a visão estratégica, exclusiva para sua marca e público, que foi aproveitado para ajudar a atender seus objetivos. Sua visão pode ser uma percepção do consumidor, uma visão canal, visão de mercado, etc. Sua ideia deve ter nascido desses insights.

<p>3A. Em uma frase, indicar o insight que levou a sua grande ideia. Em seguida, explicar quais observações o levaram a este insight.</p> <p><i>2500 caracteres</i></p>	<p>Effie Sugestões:</p> <p>👉 Explique como você chegou ao seu insight. Inclua como os comportamentos do seu público e / ou a situação dos negócios levou a insights únicos que levam ao sucesso da marca e como essas percepções ajudaram em sua ideia estratégica.</p>
<p>3B. Em uma frase, defina sua grande ideia estratégica.</p> <p><i>500 caracteres</i></p>	<p>Effie Sugestões:</p> <p>👉 Qual era a ideia central que o direcionou para a campanha e levou aos resultados inovadores? Qual foi o cerne do sucesso deste caso? A grande ideia não é a execução ou slogan.</p>

Ficha Técnica

Etapa 4 - Execução: Trazendo a ideia à vida - 23.3% da pontuação total



Esta seção diz respeito a como e onde você trouxe colocou sua ideia em prática - incluindo o criativo, as estratégias de comunicação e mídia e o próprio trabalho. Os jurados estarão fornecendo sua pontuação para esta seção com base nas informações que você fornecer na questão 3 e no trabalho criativo apresentado no vídeo de apresentação do case. Entre os exemplos criativos e sua resposta a esta pergunta, os jurados devem ter uma compreensão clara do trabalho criativo que seu público experimentou e como os elementos criativos trabalharam em conjunto para alcançar seus objetivos.

4A. Como você trouxe sua ideia à vida? Explique sua ideia e sua estratégia global de comunicação.

Elabore sobre sua estratégia de comunicação, incluindo a lógica por trás de sua escolha de canais principais. Por que suas escolhas de canal e estratégia de mídia foram certas para o seu público e ideias específicas? Sua explicação abaixo deve incluir quais canais específicos foram considerados parte integrante de sua estratégia de mídia e por quê.

2500 caracteres

Effie Sugestões:

-  Diga aos jurados como você aplicou sua ideia. Explique a ideia criativa e sua estratégia global de comunicação nasceram dos insights e desafio estratégico descrito anteriormente.
-  Diga aos jurados por quais meios você trouxe a ideia à vida e por que você escolheu esses canais. Por que suas escolhas de canal e estratégia de mídia foram certas para o seu público e ideias específicas? Por que você escolheu certos canais e não outros? Como seus elementos de comunicação trabalham juntos? Será que eles mudaram ao longo do tempo? Se sim, como?


4B. Qual o investimento bruto total em mídia tradicional e não tradicional, durante o período da campanha?

Especifique se ele foi menos, mais ou o mesmo em comparação aos concorrentes da categoria.

Especifique se comparado ao ano anterior da marca, o orçamento foi maior, menor ou o mesmo.


1200 caracteres

Effie Sugestões:

-  Se os seus gastos com mídia paga são baixos, mas produção / ativação / outros custos eram altos, ou há uma situação única em torno de seu orçamento, você deve elaborar aqui. Esta é uma oportunidade para fornecer mais contexto em torno de seu orçamento para que os jurados tenham uma compreensão clara e não questionem as informações fornecidas acima.

4C. Comente sobre os porquês dos valores de seus investimento, fornecendo aos jurados um contexto claro de seus gastos de forma que seja compreensível caso tenha gasto pouco ou muito com mídia e produção.

1200 caracteres

<p>4D. Mídia proprietárias (Opcional)</p> <p>Elabore sobre as mídias proprietárias (digital ou física), que atuaram como canais de comunicação no case.</p> <p>Exemplos de mídia proprietária pode, incluir um site corporativo, plataformas de mídias sociais, a embalagem, a loja da marca, frota de ônibus, etc.</p> <p><i>600 caracteres</i></p>	
<p>4E. Patrocínio (Opcional)</p> <p>Inclua aqui quaisquer ações de patrocínio ocorridas durante a execução do case, fornecendo detalhes a respeito destas.</p> <p><i>500 caracteres</i></p>	
<p>4F.Touchpoints de comunicação</p> <p>Relate todos os pontos de contatos utilizados no case.</p> <p>Utilize como guia a tabela que consta no Standart Entry Form.</p> <p><i>500 caracteres</i></p>	<p> Branded Content, Cinema, Comércio eletrônico, Design de Produto, Embalagem, Endomarketing, Envolvimento do Consumidor (Conteúdo gerado pelo usuário, viral e boca a boca), Eventos, Feiras, Guerrilha, Interativo/ Online, Marketing Direto, Mídia Impressa, Mídia social, Mobile, OOH, Patrocínio, Ponto de Venda, PR, Promoção de vendas, Rádio, Search Engine Marketing (SEM / SEO), Televisão, ou outros (especificar).</p>
<p>4G.Touchpoints fundamentais:</p> <p>Quais pontos de contato foram fundamentais para atingir o seu público e os resultados de sucesso do case? Explique por quê.</p> <p><i>1200 caracteres</i></p>	

4F: Tabela de referência:

Branded Content	Feiras	Patrocínio
Cinema	Guerrilha	Ponto de Venda
Comércio eletrônico	Interativo/ Online	PR
Design de Produto	Marketing Direto	Promoção de vendas
Embalagem	Mídia Impressa	Rádio
Endomarketing	Mídia social	Search Engine Marketing (SEM / SEO)
Envolvimento do Consumidor (Conteúdo gerado pelo usuário, viral e boca a boca)	Mobile	Televisão.
Eventos	OOH	Outros:

Ficha Técnica

Etapa 5 - Resultados: Efetividade do case - 30% da pontuação total

Esta seção refere-se aos seus resultados. Certifique-se de fornecer o contexto (categoria da marca, ano anterior) e explique o significado de seus resultados no que se refere aos negócios da sua marca. Amarre os resultados com os objetivos delineados na Seção 1.

Tal como acontece com o resto do formulário de inscrição, forneça datas e fontes de todos os dados fornecidos. Não inclua resultados após 30 de junho - este é motivo para desqualificação.

5A. Como você sabe que funcionou?

Explicar por que, com a categoria da marca e o contexto do ano anterior, estes resultados são significativos para os negócios da marca.

Os resultados devem se relacionar com seu público específico, objetivos e KPIs. Forneça um prazo claro para todos os dados mostrados.

2500 caracteres

Effie Sugestões:

- 👉 Reafirme seus objetivos da seção 1 e forneça os resultados referente a eles. Garanta que as métricas apresentadas são diretamente relevantes para esses objetivos.
- 👉 Amarre a história de como o seu trabalho levou a estes resultados.
- 👉 Prove que os resultados são significativos usando contexto de categoria da marca, competitividade, dados do ano anterior, e o contexto da marca.

5B. Comunicações de marketing raramente funcionam isoladamente. Além de sua o que mais no mercado poderia ter afetado os resultados deste caso?

Esta é a sua oportunidade para abordar o que mais estava acontecendo para convencer os jurados do impacto do seu case, abordando fatores como o clima, preços, distribuição, fatores econômicos, uma campanha de marca global, etc. Você são incentivados a utilizar este espaço para resolver o significado ou insignificância de outros fatores sobre os resultados alcançados pelo em seu case.

700 caracteres

Effie Sugestões:

- 👉 Caso não exista colocar: "Não há outros fatores".

Ficha Técnica

Etapa 6 – Confidencialidade

6A. Insira um resumo do seu case para divulgação publicitária.

Este será inserido no Book dos vencedores, site do evento e Index Global do Effie.

500 caracteres

Apresente aqui, de forma clara e precisa um resumo completo do case contendo informações sobre o desafio, objetivo, grande ideia, estratégias e resultados que possam ser usados no texto para divulgação do case vencedor.

6B. Nós entendemos que as inscrições podem conter informações consideradas confidenciais, por escolha entre as seguintes opções de autorização para enviar os dados ao Effie Case Database:

SIM - Concordo que o formulário de inscrição e o videocase podem ser publicados integralmente no Effie Case Database para fins educacionais.

NÃO – Por conter informações confidenciais, autorizo que apenas o resumo e imagem para divulgação podem ser enviados para o Effie Case Database

150 caracteres

O case escrito é a única parte da inscrição que deve conter informações confidenciais. Por essa razão, é a única parte da inscrição que está incluído na política de permissão de publicação. O trabalho criativo (vídeo, imagens), resumo para divulgação, e demonstração da execução não precisam incluir informações confidenciais e serão apresentadas de várias formas, caso seu trabalho torne-se um finalista ou vencedor. Se o seu case for um finalista ou vencedor, o título do case, marca e nome do cliente serão todos reconhecidos publicamente.

Ficha Técnica

Etapa 7 – Créditos

O Effie reconhece que o trabalho em equipe é necessário para criar um case eficaz. Você é obrigado a creditar todos os parceiros criativos e estratégicos que contribuíram para o case. No Espaço abaixo você pode creditar um máximo de duas agências principais, dois clientes, e quatro agências que contribuíram no andamento do case. Você deve creditar pelo menos uma agência principal e um cliente.

Atenção: Nenhum dado abaixo poderá ser alterado após a divulgação dos vencedores.

CLIENTE 1 (NECESSÁRIO): Dados referentes ao anunciante especificado no início da ficha na aba Anunciante.

Nome da empresa para divulgação e ranking:	Ex: Ambev/ McDonald's
Rede internacional do Cliente:	Ex: AB InBev / McDonald's
Site:	

Lembrete: Os participantes irão copiar suas respostas no formulário de inscrição no sistema on-line do Effie Awards brasil. Este documento não será enviado para julgamento. Utilize este formulário para redigir suas respostas e debater com os membros da equipe.

CLIENTE 2 (OPCIONAL)

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
CEP:	
País:	
Rede internacional do Cliente:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

AGÊNCIA PRIMÁRIA 1 (Obrigatória)

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	

AGÊNCIA PRIMÁRIA 2 (Opcional):

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

Ficha Técnica

Etapa 8 – Créditos Secundários

O Effie reconhece que o trabalho em equipe é necessário para criar um case eficaz. Você é obrigado a creditar todos os parceiros criativos e estratégicos que contribuíram para o case. No Espaço abaixo você pode creditar um máximo de duas agências principais, dois clientes, e quatro agências que contribuíram no andamento do case. Você deve creditar pelo menos uma agência principal e um cliente.

Atenção: Nenhum dado abaixo poderá ser alterado após a divulgação dos vencedores.

AGÊNCIA SECUNDÁRIA 1 (Opcional):

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

AGÊNCIA SECUNDÁRIA 2 (Opcional):

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

AGÊNCIA SECUNDÁRIA 3 (Opcional):

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

AGÊNCIA SECUNDÁRIA 4 (Opcional):

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

Créditos Individuais (Opcional):

Nome da empresa para divulgação e ranking:	
Endereço:	
Cidade:	
Estado:	
Código postal:	
País:	
Rede de Agência:	
Agência Holding Company:	
Site:	
Contato Principal	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	

Ficha Técnica

Etapa 9 – Créditos Individuais

Você pode creditar até 8 indivíduos que foram essenciais para os resultados do case (Diretor de planejamento, atendimento, etc). Todos os indivíduos devem ser membros da equipe (atuais ou antigos) das empresas creditadas.

Indivíduo 1	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Indivíduo 2	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Indivíduo 3	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Indivíduo 4	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Indivíduo 5	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Indivíduo 6	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Lembrete: Os participantes irão copiar suas respostas no formulário de inscrição no sistema on-line do Effie Awards brasil. Este documento não será enviado para julgamento. Utilize este formulário para redigir suas respostas e debater com os membros da equipe.

Indivíduo 7	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	

Indivíduo 8	
Nome:	
Cargo:	
Telefone:	
Email:	
Empresa:	