

## **30º PRÊMIO ABEMD 2024 - REGULAMENTO**

Leia atentamente este regulamento.  
Ele será importante para todo o seu processo de inscrição.

### **Inscrições**

Serão aceitas para o 30º PRÊMIO ABEMD 2024, inscrições de cases de Marketing de Dados não inscritos anteriormente nesta premiação e que tenham seus resultados apurados até a data final das inscrições.

**O prazo de encerramento das inscrições será no dia 10 de março de 2024.**

A inscrição no Prêmio ABEMD poderá ser feita tanto pela agência (desde que tenha a aprovação do cliente, conforme atestado que consta no formulário de inscrição e sujeito à conferência da ABEMD, caso o cliente não assine) quanto pelo próprio cliente ou usuário.

**A premiação será destinada à empresa que efetuou a inscrição.**

### **Valor da taxa de inscrição para o 30º PRÊMIO ABEMD 2024**

#### **1º Lote:**

**Período de 01/09/2023 a 09/11/2023**

**Associado ABEMD: R\$ 2.035,00** (Dois mil e trinta e cinco reais)

**Não Associado ABEMD: R\$ 2.875,00** (Dois mil oitocentos e setenta e cinco reais)

**Taxa de Finalista: R\$ 7.935,00** (Incluindo 01 convite + troféu)

#### **2º Lote:**

**Período de 10/11/2023 a 09/01/2024**

**Associado ABEMD: R\$ 2.110,00** (Dois mil cento e dez reais)

**Não Associado ABEMD: R\$ 2.980,00** (Dois mil novecentos e oitenta reais)

**Taxa de Finalista: R\$ 8.855,00** (Incluindo 01 convite + troféu)

#### **3º Lote:**

**Período de 10/01/2024 a 10/03/2024**

**Associado ABEMD: R\$ 2.290,00** (Dois mil duzentos e noventa reais)

**Não Associado ABEMD: R\$ 3.235,00** (Três mil duzentos e trinta e cinco reais)

**Taxa de Finalista: R\$ 9.775,00** (Incluindo 01 convite + troféu)

### **Valores estimados Festa Prêmio ABEMD**

**Convite para a Festa: R\$ 900,00**

**Troféu extra: R\$ 900,00**

O pagamento, das taxas de inscrição e finalista, deverá ser efetuado através de boleto bancário ou pix, conforme instruções constantes quando do envio do faturamento, sendo que todas as taxas deverão ser quitadas até o dia 31/08/2024, impreterivelmente.

**Observação: Caso haja desistência ao longo do processo durante a inscrição, será devolvido 30% do valor pago. A falta de pagamento da Taxa de Finalista desclassificará automaticamente o case inscrito.**

(\*) O material e as instruções para a inscrição estão no final deste documento.

### **Especialidades dos cases inscritos**

Os cases poderão ser inscritos nas seguintes especialidades:

Especialidade Call Center / Contact Center

Especialidade Campanha / Programa

Especialidade CRM / Loyalty Especialidade

Digital/ Mobile

Cada especialidade possui suas características específicas, tendo por isso critérios de avaliação e formulários distintos.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição individual. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. É permitido a inscrição do mesmo case em mais de uma especialidade.

O Comitê Executivo do Prêmio tem autonomia também para definir novas especialidades e ajustar as existentes ou ainda reclassificá-las, sempre com o objetivo de garantir o equilíbrio e andamento adequado do julgamento.

### **Júri, Critérios de Avaliação/Notas e Julgamento**

O júri é composto por cerca de 40 jurados – renomados profissionais de agências, anunciantes e fornecedores usuários de Marketing de Dados.

É dividido em grupos específicos para cada especialidade sob a direção da presidente da ABEMD.

É vedada aos integrantes do júri a atribuição de notas aos cases das empresas/grupos aos quais representem.

Caberá a cada jurado a responsabilidade de atribuir notas para os critérios estabelecidos para cada especialidade, conforme abaixo:

**Especialidade Campanha / Programa**

- Estratégia (Peso 1), Criação (Peso 1,5) e Resultados (Peso 2,5).

**- Especialidade Call Center / Contact Center**

- Estratégia (Peso 1) e Resultado (Peso 1,5). Para os cases de SAC, First Call Resolution (Peso 1).

**Especialidade CRM / Loyalty**

- CRM / Loyalty com Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 1,5), Comunicação Dirigida (Peso 1,5) e Resultados (Peso 3).

- CRM / Loyalty sem Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 1,5) e Resultados (Peso 2,5).

**Especialidade Digital / Mobile**

- Campanha, Programa, Marketing em Redes Sociais, Mobile, Ação de Marketing/ Publicidade On-line – Presença Online, Cross Sell e Up Sell e E-mail Marketing - Estratégia (Peso 1), Criação (Peso 1,5), Execução (Peso 1) e Resultados (Peso 2).

- Otimização de Navegação e Criação - (Conceito Criativo - Peso 1,5), Execução (Peso 1), Usabilidade (Peso 1,5) e Resultados (Peso 2).

- Link Patrocinado - Estratégia (40%) e Resultados (60%).

A nota média de cada case é obtida da seguinte forma: primeiramente é calculada a média ponderada das notas de cada jurado nos critérios estabelecidos em sua especialidade, conforme acima. Em seguida, a soma das médias ponderadas é dividida pelo número de jurados que julgou o case.

**ATENÇÃO:**

1. Os dados relativos aos resultados do case inscrito serão mantidos restritos ao júri que o analisou. Isoladamente, nenhum desses dados poderá ser divulgado pela ABEMD, conforme termo de confidencialidade assinado pelo Comitê Executivo do Prêmio no final deste regulamento.

**Premiação**

Finalizados os trabalhos e eleitos os cases que ganhadores, caberá a Diretoria da ABEMD, a escolha dos prêmios: Criação, Grand Prix, Agências do Ano, Cliente do Ano; O Melhor dos Melhores em Campanha/Programa; Call Center/Contact Center; CRM/Loyalty e Digital/Mobile, tendo a prerrogativa de decidir por quaisquer outros que julgarem oportuno.

Serão atribuídos troféus Prêmio ABEMD Ouro, Prata ou Bronze, obedecendo à ordem das médias alcançadas, independente da especialidade.

Os critérios de desempate serão: primeiro a maior média alcançada no critério de Resultados, se necessário for, seguirá a disputa pelo critério da maior média de Estratégia

e por último, em caso de novo empate, a maior média de Criação.

As empresas finalistas serão comunicadas pela ABEMD, ocasião em que deverão fazer o pagamento da Taxa de Finalista por case, que lhes dará direito à confecção do respectivo troféu e 01 convite para a Festa de Premiação.

As empresas vencedoras que desejarem outros exemplares do troféu recebido, poderão encomendá-los diretamente junto à ABEMD.

### **Prêmios Especiais**

**Grand Prix** - o premiado com o Grand Prix 2024 será o case referendado pela Diretoria do Prêmio ABEMD entre os cases de maior média nas especialidades que tem o critério criação. Eventualmente poderão ser avaliados outros cases de outras categorias. Pontuação Grand Prix: 60 pontos.

**Prêmio Criação** - o premiado será escolhido entre os cases finalistas com as maiores médias no critério Criação. Esses julgados nas categorias: Campanha/Programa e Digital/Mobile.

**O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa” será o case de maior média na especialidade. Pontuação por premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 20 pontos.

**O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center** – “O premiado como “O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center” será o case de maior média na especialidade. Pontuação por premiação: 60 pontos; sendo: Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 20 pontos.

**O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty” será o case de maior média na especialidade. Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 20 pontos.

**O Melhor dos Melhores em Digital / Mobile** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Digital/Mobile” será o case de maior média na especialidade. Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 30 pontos.

**Agência do Ano** - receberá o prêmio Agência do Ano aquela que somar o maior número de pontos, conforme o seguinte critério por premiação na sua especialidade.

Em caso de empate para o prêmio Agência do Ano, vence a disputa a agência que ganhou o Grand Prix, O Melhor dos Melhores em Campanha/Programa; Call Center/Contact Center, CRM/Loyalty ou em Digital/Mobile. Fora essa possibilidade, em caso de novo empate, vence a disputa a agência com o maior número de troféus Ouro; Prata; Bronze e maior número de inscrições no Prêmio ABEMD 2024, respectivamente.

## Determinações Gerais

Todo o material dos cases finalistas do Prêmio passará a fazer parte da ABEMD, servindo como referência a todos os associados e podendo ser reproduzido pela ABEMD, por qualquer meio, para divulgação interna ou externa.

A divulgação dos cases será baseada no texto elaborado pela agência/cliente, que será solicitado pela ABEMD. Caso este case não seja enviado no prazo estabelecido, à ABEMD tem total liberdade para editar e utilizar os textos enviados no formulário de inscrição do case.

As decisões do júri do 30º PRÊMIO ABEMD são irrecorríveis. Os casos omissos neste regulamento serão decididos pela Diretoria da ABEMD/Prêmio que aquele integra, dependendo de sua natureza.

Para mais informações, nos contate pelo nº (11) 9 9166-3825 ou mande um e-mail para [premio@abemd.org.br](mailto:premio@abemd.org.br)

**ATENÇÃO:** Este regulamento e os formulários de inscrição poderão sofrer alterações para aprimoramento. Caso ocorra alguma correção, a ABEMD informará diretamente a todas as empresas concorrentes, bem como publicará as alterações no site oficial do 30º Prêmio ABEMD.

## Material para Inscrição

Para participar do Prêmio, os materiais deverão ser encaminhados via email, link para download, ou pen drive **até o dia 11/04/2024**.

## Especialidade Campanha / Programa

- Formulário em PDF preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado digitalmente pelos responsáveis da inscrição(consta no formulário de inscrição).
- 1 exemplar de cada peça que componha a ação [ex.: teaser, selfmailer, folheto, take-one, anúncio, encarte, spots de rádio. Todas as peças enviadas deverão ser nomeadas com o nome do case. Caso haja citação de peça controle no formulário de inscrição, a mesma deverá ser enviada (1 exemplar) e nomeadas junto com o material de inscrição do case.
- Caso haja citação de peça controle no formulário de inscrição, a mesma deverá ser enviada juntamente com todo o material supracitado.
- Peças off-line: enviar a imagem das peças off-line em formato jpeg ou gif.
- **O nome da agência não deve ser mencionado neste material.**
- O Resumo do case poderá se enviado em Apresentação Audiovisual (formato para PC) em umas das 4 opções abaixo e **o nome da agência não deve ser mencionado neste material.**

- Vídeo em até 2 minutos (formato mpg/mp4/mov);
- Apresentação com locução em até 2 minutos e no máximo 10 slides;
- PPT sem som, com texto auto explicativo e no máximo 12 slides;
- Logomarca da Agência e Cliente em formato PNG, alta resolução, fundo transparente.

Obs.: Os arquivos devem ser identificados com o nome do case.

### **Especialidade Call Center / Contact Center**

- Formulário PDF preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado digitalmente pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
- Logomarca da Agência e Cliente em formato PNG, alta resolução, fundo transparente. Obs.: Os arquivos devem ser identificados com o nome do case.

### **Especialidade CRM / Loyalty**

- Formulário PDF preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado digitalmente pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
  - Os cases inscritos com campanha de comunicação devem enviar 1 exemplar de cada peça que componha a ação. Todas as peças enviadas deverão ser identificadas com o nome do case.
  - Os cases inscritos com campanha de comunicação devem ter um Quadro de apresentação do case (formato eletrônico, jpeg ou gif), contendo a imagem da(s) peça(s), o resumo do briefing, estratégia e resultado, deverão estar descritos na ficha de inscrição. **O nome da agência não deve ser mencionado neste material.**
  - O Resumo do case poderá ser enviado em Apresentação Audiovisual (formato para PC) em uma das 4 opções abaixo e **o nome da agência não deve ser mencionado neste material.**
    - Vídeo em até 2 minutos (formato mpg/mp4/mov);
    - Apresentação com locução em até 2 minutos e no máximo 10 slides;
    - PPT sem som, com texto auto explicativo e no máximo 12 slides;
    - Logomarca da Agência e Cliente em formato PNG, alta resolução, fundo transparente.
- Obs.: Os arquivos devem ser identificados com o nome do case.

### **Especialidade Digital / Mobile**

Para cada uma das categorias da Especialidade Digital, o formulário de inscrição apresenta instruções detalhadas do material que deve ser entregue.

- Formulário PDF preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado digitalmente pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
  - Os cases inscritos com campanha de comunicação devem ter um Quadro de apresentação do case (formato eletrônico, jpeg ou gif), contendo a imagem da(s) peça(s), o resumo do briefing, estratégia e resultado, deverão estar descritos na ficha de inscrição. **O nome da agência não deve ser mencionado neste material.**
  - O Resumo do case poderá ser enviado em Apresentação Audiovisual (formato para PC) em uma das 4 opções abaixo e **o nome da agência não deve ser mencionado neste material.**
    - Vídeo em até 2 minutos (formato mpg/mp4/mov);
    - Apresentação com locução em até 2 minutos e no máximo 10 slides;
    - PPT sem som, com texto auto explicativo e no máximo 12 slides;
    - Logomarca da Agência e Cliente em formato PNG, alta resolução, fundo transparente.
- Obs.: Os arquivos devem ser identificados com o nome do case.

Como alternativa, as peças digitais e páginas web podem ser apresentadas via “printscreen” no software Power Point.

Caso haja citação de peça controle no formulário de inscrição, a mesma deverá ser enviada.

Obs:

Os arquivos devem ser identificados com o nome do case.

Para os cases da categoria Link Patrocinado, não é necessário o Quadro de Apresentação ou audiovisual.

### **Normas de preenchimento do formulário de inscrição**

Deverão ser respeitadas todas as orientações e solicitações para se processar a inscrição. O preenchimento incorreto ou incompleto, bem como a ausência de material ou de dados, poderá prejudicar a análise do case por parte dos jurados e, conseqüentemente, **comprometer a sua avaliação**.

**O nome da agência não será divulgado durante o processo de julgamento.** Portanto, é proibido citar a agência na parte 2 do formulário de inscrição, direta ou indiretamente, bem como nos quadros de apresentação.

**ATENÇÃO:** o limite de caracteres reservado para as respostas descritivas deverá ser respeitado e não serão aceitos anexos em qualquer hipótese. Se o mesmo for ultrapassado, serão desprezadas as linhas excedentes.

Os cases inscritos que mencionarem o uso de listas deverão informar sua origem e segmento. Deverão, também, apresentar a descrição do banco de dados. O Comitê Executivo do Prêmio, no uso das atribuições que lhe foram conferidas, poderá desclassificar os cases cujas informações, ora solicitadas, não sejam disponibilizadas.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição individual. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. Os cases poderão ser desmembrados para inscrições em separado, sendo permitido inscrever o mesmo case em mais de uma especialidade.

Os cases inscritos nas especialidades Call Center/ Contact Center, CRM/ Loyalty e Digital/Mobile deverão empregar **exclusivamente** uma dessas ferramentas (formulários de inscrição específicos).

Caso o trabalho inclua a ferramenta (Call Center/ Contact Center, CRM/ Loyalty e Digital/Mobile) apenas como apoio a uma ação de Marketing de Dados, ele deverá ser inscrito como Campanha/ Programa.

Os cases inscritos em Call Center/Contact Center e CRM/Loyalty sem campanha de comunicação dispensam a apresentação de peças criativas, mas obrigatoriamente devem apresentar os resultados da ação.

### **Termo de Confidencialidade**

Pelo presente instrumento, a ABEMD – Associação Brasileira de Marketing de Dados, entidade realizadora/organizadora do Prêmio ABEMD 2024, em sua 30ª edição, compromete-se a manter total sigilo sobre as informações relativas a “Resultados Numéricos” referentes aos cases inscritos, seja na forma verbal, escrita, ou qualquer outra, sendo, a partir de agora, classificadas como “informações sigilosas”. O uso das mesmas será exclusivamente para análise do case, posto que são fundamentais à sua compreensão e consequente julgamento.

Para os cases vencedores, a agência/cliente autorizará a divulgação dos dados que julgar conveniente, através de um resumo feito pelo responsável da inscrição (agência/cliente).

A ABEMD fica autorizada a divulgar todas as informações relativas aos cases inscritos, excetuando-se as classificadas neste termo como “informações sigilosas”.

São Paulo, 01 de setembro de 2023.

Boa sorte!



