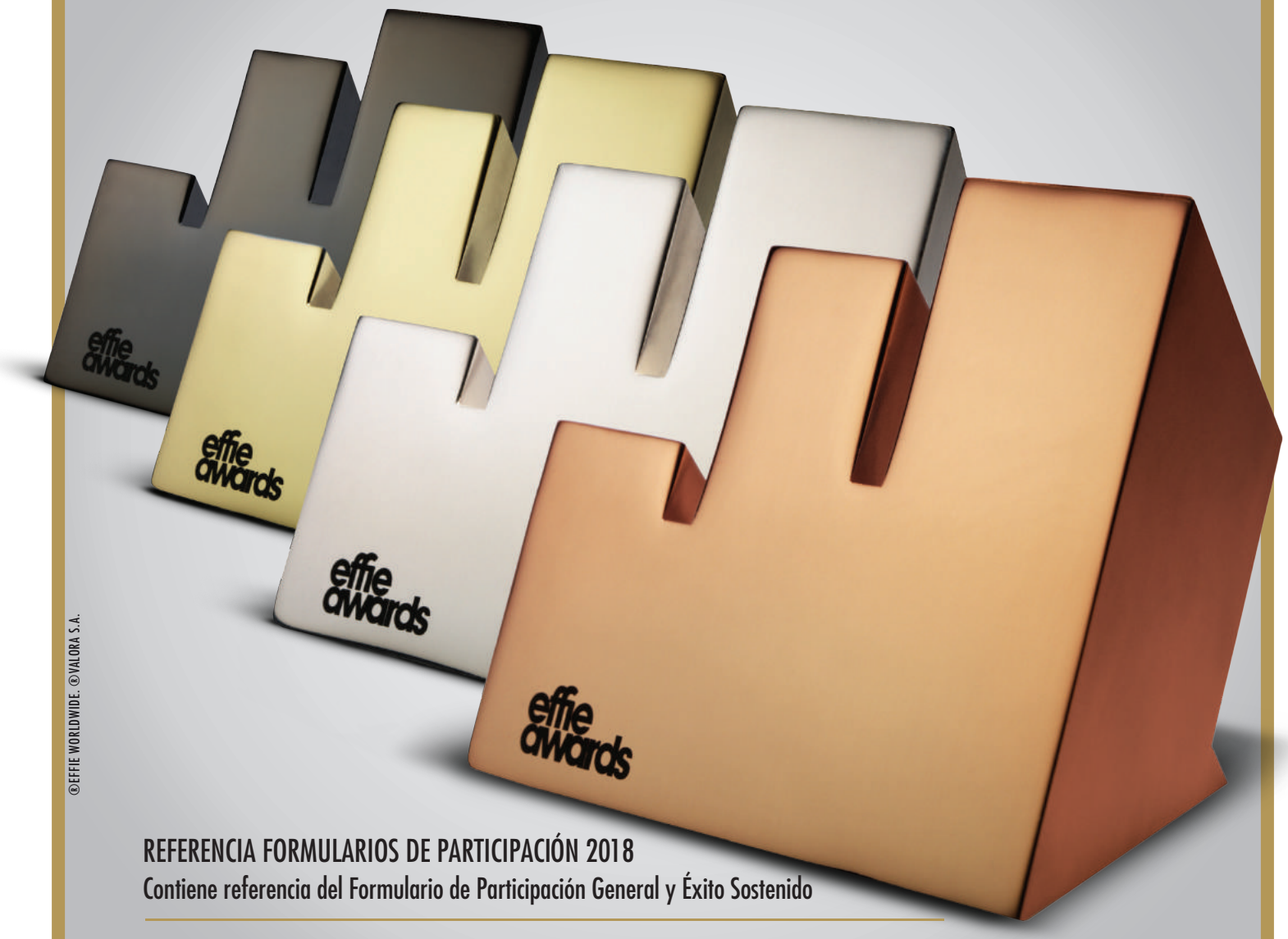
28º CONCURSO DE EFECTIVIDAD EN COMUNICACIONES DE MARKETING



®EFFIE WORLDWIDE. ®VALORA S.A.

REFERENCIA FORMULARIOS DE PARTICIPACIÓN 2018

Contiene referencia del Formulario de Participación General y Éxito Sostenido

PRIMER CIERRE DE INSCRIPCIONES

Viernes 22 de Junio de 2018

ÚLTIMO CIERRE DE INSCRIPCIONES

Jueves 5 de Julio de 2018

www.effie.cl

un programa Valora®

FORMULARIO
GENERAL

effie awards chile
un programa Valora

Identificación de los Participantes

EMPRESA / AVISADOR

Nombre de Fantasía de la empresa:
Razón Social:
Rut:
Dirección / Comuna:
Teléfono:

Nombre del Ejecutivo responsable de la presentación del caso:
Rut:
Cargo (Gerente General, Comercial o de Marketing responsable de esta presentación del caso):
Firma:

AGENCIA

Nombre de Fantasía de la agencia:
Razón Social:
Rut:
Dirección / Comuna:
Teléfono:

Nombre del Ejecutivo responsable de la presentación del caso:
Rut:
Cargo (CEO, Director o Gerente General, y Director General de: Cuentas, Planificación o Creativo responsable de la presentación del caso):
Firma:

Con su firma, las empresas/avisadores y agencias participantes ceden y otorgan a Effie Worldwide Inc. y a Valora -quien a su vez podrá traspasar a entidades académicas o de investigación de comunicaciones de marketing- los derechos de publicación y divulgación de la información contenida en el Formulario de Participación y del video con las piezas comunicacionales, con el objetivo de formar parte de la base de casos de Effie Worldwide (de acceso pagado), ser analizados, difundidos y debatidos públicamente, y de servir de base para la edición de publicaciones derivadas de los Effie Awards y de casos docentes.
Los firmantes del caso declaran contar con los derechos musicales, de rostros u otros derechos requeridos en la utilización de todo el material audiovisual del caso y del video de presentación a este Concurso, eximiendo de toda responsabilidad al respecto a todas las instituciones antes mencionadas.

OTRAS AGENCIAS INVOLUCRADAS:
(Señale aquí otras agencias involucradas en el caso, como por ejemplo de medios, directas, digitales, creativas, etc.)

CONTACTO
Persona responsable para contactar en la agencia o la empresa/avisador en caso necesario.

Nombre:
Rut:
Cargo:
Empresa:
Teléfono Directo:
Celular:
E-mail:

FORMULARIO
GENERAL

effie awards chile

un programa Valora

Identificación del Caso

Marca del producto, servicio, institución, o equivalente: _____
Categoría de mercado a la que pertenece el producto/servicio (Ej.: Alimentos): _____
Nombre genérico del tipo de producto o servicio (Ej.: Snacks): _____
Título del caso: _____
Período de la ocurrencia del caso: _____ Inicio: _____ Término: _____
Categoría del Concurso en la que participa: _____

Descripción del Caso

Cerciórese de haber leído las Bases en páginas 7, 8 y 9.

1. Entorno y desafío estratégico (máximo 1800 caracteres)

Describa los aspectos relevantes de la categoría, el mercado, el entorno competitivo, las comunicaciones de marketing, el grupo objetivo (tamaño, características socioeconómicas, conductuales, insights relevantes, etc.), su marca, el producto o servicio y cuál fue el desafío que enfrentó.

2. Objetivos de marketing (máximo 1800 caracteres)

Por ejemplo: participación de mercado, ventas, posicionamiento, cambio en las preferencias, modificación de conductas, etc. Cuantifique las metas con cifras o porcentajes. Provea un benchmark y el contexto para cada objetivo con referentes de cifras de competencia, años anteriores, etc.

3. Objetivos comunicacionales (máximo 1800 caracteres)

Objetivos específicos perseguidos por las comunicaciones de marketing, por ejemplo: crear awareness, producir visitas al punto de ventas, modificar la imagen, influir en la intención de compra, reforzar el vínculo con la marca, etc.

Usted debe entregar un benchmark y/o una referencia comparativa con la competencia, el año anterior, etc., de modo de situar su objetivo dentro de un contexto evaluable.

4. Gran Idea (máximo 1800 caracteres)
Indique cuál fue la gran idea que impulsó la estrategia y la campaña (el concepto, no la "frase de campaña"). ¿Cuál fue el insight que llevó a esta gran idea? ¿Cómo llegaron a él?

5. Estrategia comunicacional (máximo 1800 caracteres)

Explique cuál fue la estrategia que le dio vida a la "gran idea" para producir los resultados. Describa el racional creativo y la forma en que éste se ejecutó.

6. Estrategia de medios (tradicionales y no tradicionales) (máximo 1800 caracteres)

Exponga en detalle el racional y la estrategia de medios. Describa audiencias objetivo, canales de comunicación y acciones realizadas.

Explique cómo sus estrategias creativas y de medios funcionaron juntas; cómo fue adecuada la estrategia de comunicación en función de las características de cada medio.

7. Uso de recursos

a) Recursos brutos totales a valor tarifa (excluyendo fee de agencias) invertidos en medios tradicionales y no tradicionales, durante el período, en pesos de diciembre de 2017.
$

En casos con espacios donados, éstos deben ser valorizados e incluidos en la cifra anterior.
• Cuando corresponda, complete la información con datos como: GRP, TGRP, número de publicaciones, clicks, etc.:

Período en que la inversión comunicacional se ejecutó:
Inicio : Término:
Fuentes:

b) Marco Competitivo
• Número de marcas participantes en la categoría y subcategoría (cuando corresponda). Identifique:

¿Cuántas de ellas con actividad comunicacional en el período?
• Inversión total bruta (excluyendo fee de agencias). Valorización de medios tradicionales de la categoría y subcategoría (cuando corresponda) en el mismo período. Identifique:

Fuentes:

8. Asignación del presupuesto total del caso (medios, producción, implementación, etc.)

% Televisión	% TV Cable	% Diarios	% Radios	% Revistas	% Vía Pública	% Internet
% Promociones	% Marketing Móvil	% Mailing e impresos	% RR.PP.	% Punto Venta	% Otros (especifique medio y % invertido en él)	

9. Otras circunstancias (máximo 1000 caracteres)
¿Alguna otra circunstancia (aunque usted no haya estado involucrado) que pueda haber influido en los resultados? Describa cualquier otro factor en el mercado que pudiera haber afectado. Los Jurados son ejecutivos de la industria y descalificarán casos que omitan información relevante.
Responda esta pregunta o escriba “no existieron otros factores”. No la deje en blanco.

10. Resultados del caso y evidencias que los sustentan (máximo 1800 caracteres)
Describa los resultados obtenidos. Entregue la evidencia o pruebas que demuestren que estos logran o superan los objetivos, citando fuentes concretas y confiables. Los resultados deben referirse a los objetivos señalados en los puntos 2 y 3, y pueden ser indexados si se prefiere.
Nota: *a través de la web usted podrá subir hasta 4 imágenes de media página cada una, con información de resultados del caso.*

11. Resumen del caso (máximo 1800 caracteres)
Resuma aquí el caso en forma clara y precisa, incluyendo desafío, objetivo, gran idea, estrategias y resultados. Concéntrese en lo medular y no exprese juicios de valor.

12. Equipo que participó en el desarrollo del caso
Indique aquí nombre, apellido, cargo, empresa y RUT de las personas que participaron en el caso en el equipo de la agencia:

	RUT	Nombre y Apellido	Cargo	Empresa	Email
1					
2					
3					
4					
5					

Indique aquí nombre, apellido, cargo, empresa y RUT de las personas que participaron en el caso en el equipo del avisador:

	RUT	Nombre y Apellido	Cargo	Empresa	Email
1					
2					
3					
4					
5					

Indique aquí nombre, apellido, cargo, empresa y RUT de las personas que participaron en el caso en el equipo de la(s) agencias(s) involucrada(s):

	RUT	Nombre y Apellido	Cargo	Empresa	Email
1					
2					
3					
4					
5					

FORMULARIO
ÉXITO SOSTENIDO

effie awards chile

un programa Valora

Identificación de los Participantes

EMPRESA / AVISADOR

Nombre de Fantasía de la empresa:
Razón Social:
Rut:
Dirección / Comuna:
Teléfono:

Nombre del Ejecutivo responsable de la presentación del caso:
Rut:
Cargo (Gerente General, Comercial o de Marketing responsable de esta presentación del caso):
Firma:

AGENCIA

Nombre de Fantasía de la agencia:
Razón Social:
Rut:
Dirección / Comuna:
Teléfono:

Nombre del Ejecutivo responsable de la presentación del caso:
Rut:
Cargo (CEO, Director o Gerente General, y Director General de: Cuentas, Planificación o Creativo responsable de la presentación del caso):
Firma:

Con su firma, las empresas/avisadores y agencias participantes ceden y otorgan a Effie Worldwide Inc. y a Valora -quien a su vez podrá traspasar a entidades académicas o de investigación de comunicaciones de marketing- los derechos de publicación y divulgación de la información contenida en el Formulario de Participación y del video con las piezas comunicacionales, con el objeto de formar parte de la base de casos de effie Worldwide (de acceso pagado), ser analizados, difundidos y debatidos públicamente, y de servir de base para la edición de publicaciones derivadas de los Effie Awards y de casos docentes.
Los firmantes del caso declaran contar con los derechos musicales, de rostros u otros derechos requeridos en la utilización de todo el material audiovisual del caso y del video de presentación a este Concurso, eximiendo de toda responsabilidad al respecto a todas las instituciones antes mencionadas.

OTRAS AGENCIAS INVOLUCRADAS:
(Señale aquí otras agencias involucradas en el caso, como por ejemplo de medios, directas, digitales, creativas, etc.)

CONTACTO
Persona responsable para contactar en la agencia o la empresa/avisador en caso necesario.

Nombre:
Rut:
Cargo:
Empresa:
Teléfono Directo:
Celular:
E-mail:

FORMULARIO
ÉXITO SOSTENIDO

effie awards chile

un programa Valora

Identificación del Caso

Marca del producto, servicio, institución, o equivalente: _____
Categoría de mercado a la que pertenece el producto/servicio (Ej.: Alimentos): _____
Nombre genérico del tipo de producto o servicio (Ej.: Snacks): _____
Título del caso: _____
Período de la ocurrencia del caso: _____ Inicio: _____ Término: _____
Categoría del Concurso en la que participa: _____

Descripción del Caso

Cerciórese de haber leído las bases en páginas 7, 8 y 9.

1. Escenario de marketing, comercial, competitivo o equivalente (máximo 1800 caracteres)
Descripción del entorno de mercado en que se situó el caso. Situación del segmento de mercado, y de la competencia. Explique TODAS las circunstancias relevantes que puedan haber influido en los resultados. Cite fuentes cada vez que sea posible.

2. Desafío (Problemas, obstáculos y oportunidades) (máximo 1800 caracteres)

3. Objetivos de marketing y objetivos comunicacionales . (máximo 1800 caracteres)

4. Indique cuál fue la gran idea que impulsó la estrategia y la campaña. (máximo 1800 caracteres)
¿Cómo evolucionó a través de los años manteniendo continuidad/integridad? ¿Cuál fue el insight que llevó a esta gran idea? ¿Cómo llegaron a él?

5. Estrategia de marketing y estrategia de comunicación. (máximo 1800 caracteres)

6. ¿Cómo se ejecutó? Describa planes y acciones. (máximo 1800 caracteres)

7. ¿Cómo fue aplicada?

A) ¿Cuál fue la fundamentación inicial para su audiencia objetivo y cómo cambió, si lo hizo, en los años en cuestión? (máximo 1800 caracteres)
B) ¿Cómo caracterizaría su audiencia objetivo, a lo largo de los años en cuestión, en relación a su competencia? (máximo 1800 caracteres)
C) Explique cómo la estrategia de medios completó, integró, fortaleció, y/o reflejó los objetivos de la campaña y la estrategia creativa, a lo largo de los años.
Indique el tamaño de presupuesto de medios en relación a su competencia, y cómo evolucionó en el tiempo. (máximo 1800 caracteres)

Defina el Marco Competitivo de su campaña

GRP/TGRP alcanzados: _____
Período de exhibición: _____
Fuentes: _____

D) Marco Competitivo
Número de marcas o productos participantes en la categoría y subcategoría (cuando corresponda).
Identifique: _____

¿Cuántos de ellos con publicidad en el período? _____

Inversión publicitaria total a valor tarifa (excluyendo fee de agencias). Valorización de medios tradicionales en la categoría y subcategoría (cuando corresponda). Identifique:

Fuentes: _____

8. Asignación del presupuesto total del caso (medios, producción, implementación, etc.). Usted debe completar el siguiente cuadro de asignación de medios:
A. Menos de $100 millones
B. de $100 a menos de $250 millones
C. de $250 a menos de $500 millones
D. de $500 a menos de $1.000 millones
E. más de $1.000 millones

Indicar el % del total del presupuesto que entró en cada medio. El total debe igualar al 100%.

Rangos de presupuesto y % de asignación de medios por año.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rango de inversión total. Indique según tabla de rangos.			
TV			
Radio			
Revistas			
Periódicos			
Interactivos			
Vía Pública			
Promociones			
Mailing e Impresos			
Marketing Móvil			
RR.PP.			
Puntos de Venta			
Otros (especifique medio y % invertido en él)			
Participación aproximada del gasto total de la categoría o subcategoría. Identifique.	*Convertir en alfanumérico, con 30 caracteres*	*Convertir en alfanumérico, con 30 caracteres*	*Convertir en alfanumérico, con 30 caracteres*

9. Otras circunstancias (máximo 1000 caracteres)

¿Alguna otra circunstancia (aunque usted no haya estado involucrado) que pueda haber influido en los resultados? Describa cualquier otro factor en el mercado que pudiera haber afectado. Los Jurados son ejecutivos de la industria y descalificarán casos que omitan información relevante.
Responda esta pregunta o escriba “no existieron otros factores”. No la deje en blanco.

10. Resultados. ¿Cómo sabe usted que funcionó? Cite fuentes. (máximo 1800 caracteres)

Describa los resultados obtenidos. Entregue la evidencia o pruebas que demuestren que estos logran o superan los objetivos, citando fuentes concretas y confiables. Los resultados deben referirse a los objetivos señalados en el punto 3, y pueden ser indexados si se prefiere.

Nota: *a través de la web usted podrá subir hasta 4 imágenes de media página cada una, con información de resultados del caso.*

12. Equipo que participó en el desarrollo del caso
Indique aquí nombre, apellido, cargo, empresa y RUT de las personas que participaron en el caso en el equipo de la agencia:

	RUT	Nombre y Apellido	Cargo	Empresa	Email
1					
2					
3					
4					
5					

Indique aquí nombre, apellido, cargo, empresa y RUT de las personas que participaron en el caso en el equipo del avisador:

	RUT	Nombre y Apellido	Cargo	Empresa	Email
1					
2					
3					
4					
5					

Indique aquí nombre, apellido, cargo, empresa y RUT de las personas que participaron en el caso en el equipo de la(s) agencias(s) involucrada(s):

	RUT	Nombre y Apellido	Cargo	Empresa	Email
1					
2					
3					
4					
5					