

Se premiará un encuentro formativo (congreso, conferencia, seminario, reunión, jornada,...) promovido por una entidad sin ánimo de lucro (sociedad médica, asociación, colegio profesional, ONG, club, partido político...), con un objetivo principalmente formativo o divulgativo, de progreso científico, intercambio de conocimiento, debate, creación de relaciones del colectivo, y con una frecuencia regular (anual, bienal...).

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Claridad de los objetivos y su importancia para la asociación, adecuación del congreso al cliente y a sus objetivos, nuevas soluciones de relación con la industria, coherencia e integración con otros aspectos de la vida de la asociación.

INNOVACIÓN: Formatos de sesiones, formas de comunicar el conocimiento y de facilitar el networking, estrategia de comunicación, integración de tecnología en la experiencia, personalización o segmentación de la experiencia.

NOTA IMPORTANTE: Un congreso es un evento de transmisión de conocimiento, a menudo sometido a restricciones importantes por códigos deontológicos (especialmente en el campo farma). Saber adaptarse a estos factores se tendrá en cuenta. En esta categoría la creatividad visual será secundaria aquí comparado con la innovación y efectividad de la transmisión científica, de la conexión entre asistentes, de la presencia de la industria, y del impacto (social, científico y económico) del congreso.

PRODUCCIÓN: Calidad o complejidad de la coordinación logística, gestión de flujos, producción audiovisual y escenografía, integración de la tecnología para mejorar la eficacia o la interactividad o experiencia.

IMPACTO Y LEGADO SOCIAL (en el colectivo y en la sociedad): Difusión del conocimiento, implicación de la sociedad local y de colectivos (asociaciones de pacientes, industria...), impacto para el gremio y la sociedad, calidad de los profesionales presentes en el evento.

REQUISITOS Y CONSEJOS: (ACONSEJAMOS LEER LAS BASES COMPLETAS)

- ❑ El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.
- ❑ Recomendamos leer bien las bases, consejos y criterios de valoración para aportarles respuestas.
- ❑ La candidatura se presenta de manera anónima. Recuerda eliminar nombre e imagen del video y fotografías.
- ❑ Se aconseja relacionar el evento con la situación de partida, el público, los objetivos, la estrategia, la marca, y demostrar cómo todo el evento cumple estos objetivos.
- ❑ Si puedes demostrar los resultados, mejor. Si tienes elementos que acrediten el impacto, no dudes en aportarlos (clipping, testimonios del cliente...)
- ❑ ¡No vendas! No escribas: "dejamos a los asistentes con la boca abierta"... Céntrate en los hechos, preséntalos de manera positiva, pero sin sobrevender. Un lenguaje demasiado promocional no es positivo.
- ❑ Asegura con el cliente que tengas la autorización para presentar / difundir este proyecto.
- ❑ Y una obviedad a menudo olvidada: comprueba que no haya errores y cuida el diseño/presentación. Repasa bien tu candidatura antes de enviarla.

NOMBRE DEL EVENTO

OPC / AGENCIA(S) ORGANIZADORA(S) (se ocultará durante la votación)

CLIENTE

LUGAR / FECHA DEL EVENTO

Venue y ciudad / día - mes - año

BRIEFING / OBJETIVOS (limitado a 650 caracteres con espacios)

* El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.

DESCRIPCIÓN DEL EVENTO (limitado a 800 caracteres con espacios)

IMPACTO / RESULTADOS / COMENTARIOS DEL CLIENTE (limitado a 650 caracteres con espacios)

CATEGORÍAS ADICIONALES (en el caso de presentar el mismo evento en otras categorías)

Recuerda, un mismo evento no puede presentarse a más de una categoría de "Mejor evento" pero sí a tantas como considere de "Mejor componente".

* El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía.



Ahora, recuerda enviar junto a este documento el formulario de inscripción, las fotografías (entre 2 y 12) y el vídeo de máximo 3 minutos.