

MEJOR ADAPTACIÓN AL CONTEXTO

La crisis ha visto muchas empresas e instituciones adaptar su actividad a marcha forzada, cambiando servicios, definiendo alianzas, entendiendo e integrando cambios sociales, sanitarios, laborales, económicos. Y simplemente, buscando sobrevivir. En esta

categoría, no se juzga un evento sino una estrategia completa de empresa o institución, generalmente del sector de eventos. El candidato puede ser empresa, destino, asociación, o cualquier actor del sector o relacionado con él.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Calidad del diagnóstico / entendimiento de los cambios en marcha (demanda de los clientes, de la sociedad, retos de negocios...), definición pertinente de la estrategia que permita aportar valor y ser sostenibles en este contexto.

IMPLEMENTACIÓN: Pertinencia, innovación y calidad de los componentes de esta estrategia - nuevos productos definidos o adaptación de productos existentes, nuevos segmentos trabajados, alianzas establecidas, acciones comerciales o de comunicación. Se juzgará especialmente el carácter valiente, innovador de las acciones llevadas a cabo.

RESULTADOS: Nuevos clientes y resultados comerciales; resultados de audiencia y percepción de marca; presencia en redes y medios, legado social o medioambiental (¡o para el sector de eventos!); posicionamiento para el post-crisis.

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 vídeo 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 DE LA EMPRESA CANDIDATA

ESTRATEGIA (limitado a 650 caracteres con espacios)

IMPLEMENTACIÓN (limitado a 650 caracteres con espacios)

RESULTADOS (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.