

MEJOR EVENTO DE IMPACTO EN REDES Y MEDIOS

Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la difusión (vía medios, bloggers, líderes de opinión, redes sociales), la viralidad, la visibilidad a un público más amplio que el público directamente asistente al evento. Suele ser una acción de comunicación o experiencia de marca o de producto para difusión / viralización.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Adecuación a la marca del cliente, su estrategia y sus objetivos, entendimiento del target y de las necesidades de comunicación o viralización de la marca, inteligencia de la acción.

CONCEPTO, CREATIVIDAD, INNOVACIÓN: Carácter sorprendente, divertido, emocionante de la idea, de sus aplicaciones (actividades, comunicación y convocatoria, hospitalidad, decoración, tecnología, animaciones...) y de la forma de combinarlas; maneras de generar contenidos relevantes y atractivos, formas de comunicar / difundir el evento y maximizar su impacto.

IMPLEMENTACIÓN / PRODUCCIÓN: Complejidad y calidad de la puesta en escena, de la producción técnica, de la coordinación logística, de la gestión de proveedores, de la gestión de la difusión, calidad de la producción de la parte online.

ENGAGEMENT: Implicación del target en la comunicación, opciones de que viralicen o sean participe de la comunicación, personalización de la comunicación al target.

IMPACTO / RESULTADOS: Principalmente difusión conseguida en medios y redes (cuantitativa y cualitativa); capacidad de alcanzar al público e impactarle, retorno (con elementos de medición, si es posible), testimonios del cliente.

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.

MEJOR EVENTO DE IMPACTO EN REDES Y MEDIOS

PREMIOS
eventoPLUS

16ª Edición - 2021

NOMBRE DEL EVENTO

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, adjunta este documento en un *We Transfer* junto al formulario de inscripción, las fotografías (entre 2 y 12) y el vídeo de máximo 3 minutos.