

MEJOR PRESENTACIÓN DE PRODUCTO

Se premiará un evento cuyo principal objetivo sea lanzar, comunicar, vender un nuevo producto / servicio / marca, poner en escena, hacer vivir, explicar y convencer de sus funcionalidades o posicionamiento, a un público interno o, más habitualmente, externo.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Adecuación al cliente, su identidad, su estrategia y sus objetivos; entendimiento de las claves del producto a presentar; entendimiento del target; inteligencia de la acción.

CONCEPTO, CREATIVIDAD, INNOVACIÓN: Carácter sorprendente, emocionante de la idea, de sus aplicaciones (actividades, comunicación del evento, estética, decoración, tecnología, animaciones...) y de la forma de combinarlas. Formas de poner en escena el producto o de hacer vivir su experiencia.

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

ENGAGEMENT: Dimensión experiencial; interactividad, ritmo, capacidad de mantener al público participativo, involucrado; calidad del networking; captación de conocimientos sobre / del público.

IMPACTO / RESULTADOS: Capacidad del evento de alcanzar al público e impactarle, de comunicar de forma convincente el posicionamiento y los beneficios del producto, de generar difusión o leads/ventas, retorno (aportando 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.

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.