

MEJOR VIAJE DE INCENTIVO / EVENTO MOTIVACIONAL

Se premiará un evento cuyo objetivo principal sea la motivación de un equipo, la creación de un espíritu de grupo, el sentido de pertenencia a la empresa o el premio a un objetivo conseguido. Como norma, no tiene componente significativo de trabajo. En esta categoría, se podrá juzgar solo el componente motivacional de un evento más completo (por ejemplo, una convención).

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Adecuación al cliente, su identidad, su estrategia y sus objetivos; entendimiento del target; más allá del viaje, calidad de la estrategia global de maximización de ventas u otros impactos de negocio.

CONCEPTO, CREATIVIDAD, INNOVACIÓN: Definición y aplicación coherente de un concepto creativo en la comunicación y realización del viaje; capacidad de sorprender, divertir, emocionar de la idea y de sus aplicaciones (actividades únicas, comunicación pre- y post-, estética, tecnología, animaciones, regalos...) y de la forma de combinarlas; integración de la identidad y valores de la marca.

IMPLEMENTACIÓN /PRODUCCIÓN: Complejidad logística, complejidad de montaje y de la organización in situ, puesta en escena, producción técnica, gestión de proveedores...

IMPACTO /RESULTADOS: Capacidad del evento de impactar al público y generar una experiencia memorable; retorno (aportando elementos de medición) y 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 integrados en las cajas de texto (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 VIAJE O 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.

premios@eventoplus.com