

Se premiará una reunión interna de empresa, con el objetivo de informar, formar, crear equipo y/o motivar, hacer vivir el espíritu y los valores de la empresa (convención de ventas, reunión de ciclo...). Se dirige a sus empleados, aunque se pueden aceptar otros stakeholders como, por ejemplo, sus distribuidores.

## CRITERIOS DE VALORACIÓN:

**ESTRATEGIA:** Adecuación al cliente, su identidad, sus valores, su estrategia y sus objetivos; entendimiento de / adecuación al público objetivo y sus características y gustos; inteligencia de la acción.

**CREATIVIDAD:** Carácter sorprendente, emocionante del evento, de su concepto creativo, de sus aplicaciones (actividades, comunicación del evento, estética, decoración, tecnología, animaciones, formatos de sesiones...) y de la forma de combinarlas.

**PRODUCCIÓN:** Complejidad y calidad de la puesta en escena, de la producción técnica, de la coordinación logística, de la gestión de proveedores; calidad e innovación de la dimensión digital de la experiencia y de su posible difusión.

**ENGAGEMENT:** Dimensión experiencial del evento, interactividad, ritmo, capacidad de mantener al público participativo, involucrado; calidad del networking / actividades de grupo; personalización de la experiencia; captación de conocimientos sobre / del público.

**IMPACTO / RESULTADOS:** Capacidad del evento de impactar al público y cambiar su comportamiento; calidad de la experiencia y satisfacción de los participantes; retorno (idealmente aportando elementos de medición) y cambios de comportamientos conseguidos; testimonios del cliente. Se tendrá en cuenta la responsabilidad de la acción: su producción sostenible, su propósito, su capacidad de mejorar el planeta y la sociedad.

## 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 de tu agencia 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

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 1000 caracteres con espacios)

IMPACTO / RESULTADOS / COMENTARIOS DEL CLIENTE (limitado a 500 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 WeTransfer o equivalente junto al formulario de inscripción, las fotografías (entre 2 y 10) y el vídeo de máximo 3 minutos.**

[premios@eventoplus.com](mailto:premios@eventoplus.com)