

Se premiará un viaje que sea el resultado de un programa de estimulación de resultados. Su objetivo es ofrecer una experiencia memorable y muy motivadora a un equipo, crear espíritu de grupo y sentido de pertenencia, fomentar la relación entre los participantes, y cuidar a los invitados. No tiene componente significativo de trabajo. Puede dirigirse a un público interno (empleados) o externo (distribuidores, clientes...). Tiene que ser un viaje excepcional, con elementos y actividades exclusivas y emocionantes. Se valorará claramente más allá de la originalidad de la experiencia, la complejidad de logística y organización en destino.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Adecuación al cliente, su identidad, su estrategia y sus objetivos; entendimiento del target y de sus gustos y necesidades; más allá del viaje, calidad de la estrategia de maximización de ventas u otros impactos de negocio; papel del viaje en un mecanismo completo y coherente.

CREATIVIDAD: 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.

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

ENGAGEMENT: Capacidad del incentivo de convertir los participantes en actores del viaje y no solo espectadores; personalización de las experiencias; capacidad de captar conocimientos sobre el público; capacidad de hacer vivir el destino de manera auténtica.

IMPACTO / RESULTADOS: Capacidad del evento de alcanzar al público e impactarle, de comunicar de manera convincente el producto, de generar difusión o leads; retorno (con elementos de medición, si es posible), 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