

FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO DE PEÇA

Versão para visualização/consulta



Identificação da Inscrição:

Categoria:	
*Título:	
*Produto:	
*Veiculação:	Data de início da campanha
Nº de peças	

Agência:

Nome para divulgação:	
Responsável criativo pela peça: (Diretor de Atendimento, Planejamento, Criação ou Mídia responsável pela inscrição da campanha e veracidade das informações aqui apresentadas)	
Nome:	
CPF:	
Cargo:	

Anunciante:

Razão Social:					
CNPJ:					
Telefone:					
Endereço:		Número:		Complemento:	
Bairro:					
Cidade:		Estado:		CEP:	
Anunciante responsável pela aprovação: (Diretor, Gerente Geral, Comercial ou de Marketing responsável pela inscrição da campanha e veracidade das informações aqui apresentadas)					
Nome:					
CPF:					
Cargo:					

Os anunciantes e agências participantes outorgam e cedem às entidades organizadoras do Concurso os direitos de publicação e divulgação de informações das campanhas premiadas, com a finalidade de serem difundidas ou debatidas publicamente e/ou utilizadas para a edição de publicações derivadas do Concurso.

Ficha Técnica:

Nome genérico do tipo de produto ou serviço:	
Categoria de mercado:	
Outras agências envolvidas:	

Período de veiculação:

Início:	
Término:	

1. Cenário e desafio estratégico:

Forneça as informações relevantes sobre a categoria, o mercado, a companhia, o ambiente competitivo, o produto ou serviço e o desafio estratégico de comunicação. (2.500 caracteres)

2. Objetivos da campanha:

Mencione os objetivos quantificáveis, comportamentais, perceptivos e atitudinais (ex: share de mercado, metas de vendas, awareness, posicionamento e percepção de marca, mudanças comportamentais, etc.). Mencione números absolutos ou percentuais. Se não havia objetivos quantificáveis, deixe claro este fato e explique por quê. Contextualize seus objetivos informando dados de benchmark e concorrência comparativos com a situação do ano anterior. (2.500 caracteres)

3. A grande ideia:

Qual foi a principal ideia que direcionou a sua campanha? (2.500 caracteres)

4. Como se chegou a ela?

A ideia resultou de um insight de consumidores, insight dos canais de distribuição e vendas, oportunidade de mercado, etc.? Explique como ela surgiu e de que forma respondeu ao desafio (2.500 caracteres)

5. Como você implementou sua ideia?

Descreva o racional da estratégia de comunicação adotada por você para dar vida à ideia, como resultado dos insights e desafios estratégicos descritos acima. Explique como sua ideia foi executada. (2.500 caracteres)

6. Mídia (meios tradicionais e não tradicionais) e ações de comunicação

Descreva a audiência, objetivo, os canais de comunicação utilizados na campanha, especificando as ações realizadas em cada canal (ex: TV - spots comerciais, merchandising, *product placement*, patrocínio convencional, conteúdo patrocinado, etc.) e outras ações de comunicação adotadas (ex: eventos, assessoria de imprensa, cuponagem, ações de degustação e distribuição de amostras grátis, descontos, brindes, etc.). Explique como as estratégias criativa e de mídia funcionaram juntas, como foi adequada a estratégia de comunicação em função das características de cada meio (2.500 caracteres)

7. Investimentos

a) Investimento bruto total em mídia tradicional e não tradicional, durante o período da campanha:

Quando se aplicar, complete a informação com dados como: GRP, TGRP, número de publicações, mídia, espontânea, hits, page-views, downloads, clicks, et

Período do investimento (dd-mm-aaaa):

Início

Término

b) Marco competitivo:

Número de marcas existentes na categoria

Quantas, entre elas, com ações de comunicação no mesmo período?

Investimento de mídia total da categoria no mesmo período (R\$)

Fontes:

8. Alocação do orçamento total da campanha (mídia, produção, implementação)

TV aberta	TV Cabo	Jornal	Rádio	Revista	Mídia Exterior	Internet
%	%	%	%	%	%	%

Promoção	Impressos	Marketing Direto	RRPP/ Ass. Impr.	Ponto de venda	Outros*
%	%	%	%	%	%

*especificar

9. Resultados do case e evidências

Descreva os resultados obtidos apresentando evidências ou provas que os demonstrem de maneira consistente. Informe números absolutos, percentuais ou índices. Cite fontes concretas e confiáveis. Ao mencionar os resultados, refira-se aos objetivos expostos nos campos 2 e 3. (2.500 caracteres)

10. Resumo do caso

Apresente aqui, de forma clara e precisa um resumo completo do case contendo informações sobre o desafio, objetivo, grande ideia, estratégias e resultados. Não emita opiniões nem juízos de valor. (2.500 caracteres)

11. Resumo da campanha para divulgação

Apresente aqui, de forma clara e precisa um resumo completo do case contendo informações sobre o desafio, objetivo, grande ideia, estratégias e resultados que possam ser usados no texto para divulgação do case vencedor. (2.500 caracteres)