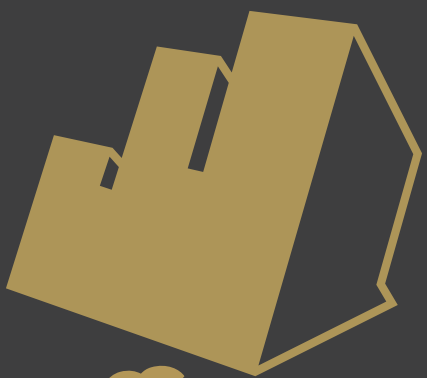




effie
awards
colombia

Feedback de los Jurados



La Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia ANDA, es una organización gremial sin ánimo de lucro que representa los intereses de las empresas anunciantes del país.

En Colombia Effie Awards y Effie College son organizados por la ANDA bajo licencia otorgada por Effie Worldwide Inc.

Calle 98 #9-03 Oficinas 606, Bogotá
Teléfonos: (571) 218 2931 - (571) 218 2935 -
(57) 320 9017855

effie@andacol.com.co
www.andacol.com
www.effiecolombia.com

“Los Jurados”

Selecto grupo compuesto por profesionales de alto nivel. Juzgan y califican los casos presentados en virtud de su experiencia y trayectoria en la industria del marketing y la publicidad, reconociendo los más efectivos del año por su innovación, ejecución y éxito en alcanzar y exceder sus objetivos, y metas planteadas.



Elizabeth Melo

Presidenta Ejecutiva ANDA

La publicidad es una disciplina dinámica donde innovar constantemente es un punto a favor. Más que innovación, nuestros jurados le han dado históricamente mucha importancia a la forma de acercar los productos a los consumidores. Por tanto, la estrategia que estos usen para llegar a los clientes e informarlos sobre las ventajas de tomar una decisión favorable frente a un producto o servicio, es el primer ítem de calificación que se tiene en cuenta al momento del juzgamiento.

Los jurados de Effie entienden que una campaña efectiva se logra, cuando un producto se acerca a las personas de forma agradable y respetuosa, cumpliendo así con la finalidad de ayudarlas a tomar una decisión.

La creatividad como ítem de la calificación de las campañas es de gran importancia, porque una campaña creativa hace que la comunicación con los consumidores, sea más directa y que las estrategias empleadas se desarrollen en un marco más sencillo que frente a una publicidad monótona y sin elementos creativos de relevancia.



Es fácil que en el marco de campañas amplias estas terminen desviándose de los objetivos que en un principio se habían planteado en cuanto a un producto o una marca. Es por eso que otro componente importante para nuestros jurados, está en analizar si efectivamente una campaña es coherente al cumplir con el objetivo con el que fue creada en un principio.

La labor de los jurados es la columna vertebral de los premios Effie. Gracias a su profesionalismo, trayectoria y amplio conocimiento del mercado y sus categorías confiamos en que los casos celebrados y reconocidos cada año, son realmente casos de éxito que merecen convertirse no solo en ganadores, sino en ejemplo y referente para la industria de la publicidad y el mercadeo en nuestro país.

Espero que encuentren el presente documento muy útil al momento de diligenciar sus casos para la 12ª edición de los Effie Awards Colombia y les deseo a todos los mayores éxitos.

Elizabeth Melo, Presidente Ejecutiva ANDA
Licencia otorgada por Effie Worldwide Inc.

Introducción

Effie Awards® es el único programa que promueve y reconoce la efectividad en comunicaciones comerciales a nivel global. Con una historia de más de 48 años, presencia en más de 42 países y 6 programas regionales, es el premio más apreciado por los marketers de todo el mundo. En Colombia Effie Awards es operado por la Asociación Nacional de Anunciantes bajo licencia otorgada por Effie Worldwide Inc.

La ANDA y Effie Awards en desarrollo de su constante misión de promover y reconocer la efectividad en comunicaciones comerciales e incentivar el desarrollo de mejores prácticas, ha desarrollado una guía en la que se recopilan los resultados de las encuestas aplicadas a los jurados del premio, con relación a lo que busca el jurado en las propuestas presentadas por los participantes, para que estos, año a año, puedan mejorar en las campañas que realizan y ver el fruto de su trabajo representado en galardones.

Calendario 2018

Noviembre 22 de 2017	Apertura de inscripciones de Effie Awards 2018
Noviembre 22 de 2017	Effie Workshop Bogotá
Noviembre 28 de 2017	Effie Workshop Cali
Noviembre 29 de 2017	Effie Workshop Medellín
Enero 23 de 2018	Effie Workshop Barranquilla
Febrero 02 de 2018	Cierre de Inscripciones I
Febrero 09 de 2018	Cierre de Inscripciones II
Febrero 19 de 2018	Cierre de Inscripciones III
Marzo 15 de 2018	1ra. Ronda de Juzgamiento
Marzo 22 de 2018	2da. Ronda de Juzgamiento
Mayo 10 de 2018	Jurado Gran Effie
Mayo 10 de 2018	Ceremonia de Gala Gran Effie

5 claves que merecen un effie

1. Estrategia
2. Creatividad
3. Resultados que cumplan el objetivo
4. Resultados verídicos
5. Idea y originalidad

Las ideas en el campo de la publicidad son fundamentales, porque de una buena idea puede nacer una campaña efectiva. Por lo tanto, estas son valoradas como un ítem independiente de la creatividad al no buscar solo ideas creativas que sean claras, sino que sean efectivas y determinen el éxito de una campaña.

La efectividad debe ser la piedra angular de una buena campaña, esto adquiere aún más importancia al señalar que la efectividad es el más objetivo de los parámetros de calificación, dado que debe ser demostrado con cifras y resultados numéricos. De esta manera, se identifica si una campaña realmente logró su objetivo, por ejemplo, en cuanto a ventas y posicionamiento en el mercado de una marca o producto por medio de la campaña que lo desarrolló.



Finalmente, para nuestro jurado es importante conocer cómo todas estas ideas son llevadas a la realidad, es decir cómo se lleva una campaña del papel a la práctica. Tanto así, que la ejecución de la campaña es un criterio de evaluación. Teniendo en mente que una campaña puede ser muy buena en sus ideas creativas pero que si al momento de desarrollarla en la realidad no se hace correctamente, puede terminar siendo un fracaso.

En esta medida, también será de importancia el presupuesto que tenga la campaña para lograr un acercamiento con el consumidor por medio de diferentes canales.

Para Effie Awards Colombia y la Asociación Nacional de Anunciantes es fundamental que sus participantes entiendan qué es lo que se busca en una buena campaña para que cada vez éstas sean de mejor calidad y que los estándares de la publicidad y el mercadeo en Colombia sigan creciendo en el marco de la competencia leal. Teniendo como resultado el impulso de la economía y una continua construcción de país.

Tips del Jurado

En este documento podrá conocer consejos generales según los resultados de las encuestas aplicadas a los jurados del premio en los años 2015 y 2016.

Por favor, tenga en cuenta este “decálogo para presentar casos exitosos”.

- 1.** Antes de presentar un caso a los Effie Awards, verifique que sea claro, conciso y honesto. Esto permitirá que los jueces entiendan y califiquen su caso.
- 2.** Al ser casos presentados por escrito, es importante que su narrativa sea clara y simple. Para ello, estructure bien su historia para lograr enganchar y evidenciar el alcance de los resultados que deben relacionarse con los KPIS definidos desde un principio para su estrategia.
- 3.** Recuerde que los Effie Awards son sobre efectividad en las comunicaciones. Los casos que se presenten con textos largos y sin contenido, dejarán pensando al jurado que así también fue la ejecución de la campaña.
- 4.** Tenga en cuenta que su caso va a ser leído por una persona que puede tener una mente creativa, una mente enfocada en medios o una mente analítica. Considere todos los posibles escenarios, haciendo que la presentación de su caso sea fácil, agradable y entretenida para leer. No se enfoque mucho en la estrategia creativa y deje de un lado la estrategia de medios, lo que debe hacer es proporcionar un marco general que dé a conocer la manera en cómo todos los actores de su iniciativa se involucraron.



5. Revise con cuidado la ortografía y posibles inconsistencias en la redacción de sus respuestas y recuerde respetar el límite de caracteres que se le indica en el formulario para cada pregunta.
6. Centre su atención en cómo su campaña aportó al cumplimiento de los objetivos de la marca, no se complique “menos es más”.
7. Dedique el tiempo que requiera para escribir su caso. Escríbalo como si se lo dirigiera a una persona completamente ajena a su equipo de trabajo y que no está involucrada con la categoría o cliente en específico.
8. Trabaje en equipo con su cliente/agencia. Esto puede brindarle un mejor contexto, dirección y soporte en temas que posiblemente su agencia/cliente no se había cuestionado.
9. Inscriba el caso teniendo especial cuidado con la lectura del formulario, revise las instrucciones debajo de cada pregunta. La idea es proveer toda la información que se le solicita. Para cada pregunta, le recomendamos guiarse por los tips del jurado para la inscripción esto le dará mayor claridad de lo que se espera en cada sección.
10. Revise la definición de la categoría en la que se inscribe. Asegúrese que su caso es realmente elegible para ella.

3 Tips del Jurado

Para el material creativo



No repita completamente el caso presentado por escrito. Utilice el video (SI APLICA) para exponer los elementos clave de la campaña.



Asegúrese que su material creativo no contenga los logos de ninguna agencia participante a la vista. Esto es una causal de descalificación.



Recuerde que la duración del reel creativo, si desea utilizar este tipo de material no puede exceder una duración de 4:00 minutos.

Tips del Jurado

Para inscribir casos

Estos tips del jurado, están basados en preguntas realizadas en el formulario de inscripción de Effie Awards Colombia, se encuentran respectivamente numeradas y relacionadas tal como aparecen en el formulario de inscripción. Por favor, tenga en cuenta este documento al diligenciar el formulario (versión editable disponible en www.effiecolombia.com) e inscribir su caso:

SECCIÓN 1: DESAFÍO CONTEXTO Y OBJETIVOS

1A

- No olvide proporcionar contexto de su marca y situación de negocio, incluyendo los principales gastos del competidor, posición en el mercado, categorías de puntos de referencia, entre otros. ¿Cuáles fueron los obstáculos que debió superar?
- Tenga en cuenta que los jueces, pueden no estar familiarizados con la industria de su marca. Este contexto es primordial para los jueces, así pueden comprender el grado de dificultad.

1B

- Explique, ¿por qué quiere alcanzar a esta audiencia? y ¿por qué esta audiencia es importante para su marca y para el crecimiento del negocio de su marca?

1C

- Trace con claridad sus objetivos. Proporcione objetivos específicos que sean medibles y que explique: ¿por qué estos fueron sus objetivos? y ¿por qué son importantes para la marca y para el crecimiento del negocio? Los jurados esperan conocer el contexto alrededor de las metas definidas y ¿por qué fue un reto?

- Si usted no contó con objetivos numéricos en específico. Explique ¿por qué? e identifique ¿cómo planea medir sus KPIs?
- Los Effie aceptan todo tipo de objetivos como de negocio, comportamiento y/o de percepción/actitudinal. Es responsabilidad de quién inscribe los casos, explicar ¿por qué sus objetivos en particular son importantes para el negocio y los retos a alcanzar?

SECCIÓN 2: INSIGHTS E IDEA ESTRATÉGICA

2A

- Explique, ¿Cómo llegó a su insight? Incluya cómo el comportamiento de su audiencia, actitudes y/o situación de negocio lo dirigieron a esos insights únicos, que lo llevaron al éxito de su marca, y ¿cómo esos insights dieron a conocer su idea estratégica?
- Puede ser de gran ayuda indicarle a los jueces: ¿cómo definió el insight?

2B

- ¿Cuál fue la idea principal que impulsó sus esfuerzos y que condujeron a los resultados logrados?
- ¿Cuál fue el hard core del éxito de este caso? La gran idea no es su ejecución o eslogan.

SECCIÓN 3: LA EJECUCIÓN, LLEVAR LA IDEA A LA VIDA

3

- Indique a los jueces, ¿cómo llevó su idea a la realidad? Explique la idea creativa y su estrategia de comunicaciones global, tal como los insights y el reto estratégico que describió con anterioridad.
- Indique a los jueces, ¿dónde llevó a cabo la idea? y ¿por qué escogió esos canales?
- ¿Por qué sus canales elegidos y la estrategia principal fueron los indicados para una audiencia en específico e idea? ¿Por qué eligió ciertos canales y no otros? ¿Cómo sus elementos de comunicaciones trabajaron en conjunto?, ¿cambiaron el tiempo?, de ser así ¿cómo?

ANEXO DE MEDIOS

- Seleccione los gastos en medios pagos (comprados y donados), sin incluir los honorarios de agencia o costos de producción, por el esfuerzo descrito en su caso.
- Dado el "espíritu" de esta pregunta, utilice su buen juicio sobre lo que constituyen honorarios, producción y el amplio alcance que abarca los medios de comunicación - desde el espacio donado a los costos de activación.
- Proporcione un contexto suficiente alrededor de este rango presupuestario, si no se ha abordado ya en sus respuestas a las preguntas 1- 4. Por ejemplo, si su presupuesto ha cambiado significativamente, cómo este rango se compara con sus competidores, etc.
- Si la plataforma de medios propios fue seleccionada en el cuadro de puntos de contacto de comunicación, los jueces esperarán ver una explicación de esa plataforma en su respuesta

- En el reel creativo, debe mostrar al menos un ejemplo completo de cada punto de contacto de comunicación que fue parte integral del éxito del esfuerzo. Por ejemplo, si marca 30 puntos de contacto en el formulario, pero solo 5 pueden ser considerados clave para los resultados y se explican como integrales en sus respuestas a la sección 3, esos 5 puntos de contacto deben aparecer en su reel creativo.

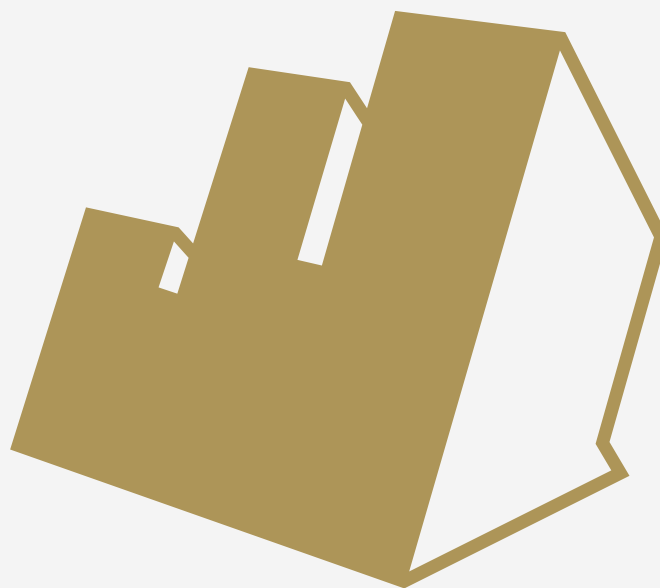
SECCIÓN 4: RESULTADOS

4A

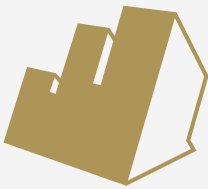
- Indique nuevamente sus objetivos de la Sección 1 y provea los resultados en contra de estos. Asegúrese que los indicadores que presente sean directamente relevantes a los objetivos.
- Cuente la historia de ¿cómo su trabajo condujo a los resultados? Pruebe que los resultados son significativos utilizando categoría, competencia, año anterior y contexto de la marca.
- Las gráficas y las tablas son permitidos.

4B

- Los jueces son ejecutivos de la industria. Están a la expectativa que los casos presentados den a conocer los factores que aquí se indican. Los jurados se desmotivan al ver entradas de casos que respondan: ningún otro factor.



Feedback construido a partir de
encuestas realizadas a los jurados de
Effie Awards Colombia.



¡Buena Suerte!