



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### Regulamento

“Marketing de Dados, Marketing Direto ou Marketing Orientado por Dados, é um sistema que utiliza uma ou mais mídias ou canais de comunicação com o objetivo de gerar retornos avaliados através de mecanismos de mensuração, gerando uma base de dados relacional.”

*Bob Stone*

Leia atentamente o regulamento: será importante para todo o seu processo de inscrição.

#### Inscrições

Serão aceitas para o 24º PRÊMIO ABEMD 2018 inscrições de cases de Marketing de Dados não inscritos anteriormente nesta premiação e que tenham seus resultados apurados até a data final das inscrições.

**O prazo de encerramento das inscrições será no dia (05 de abril de 2018), impreterivelmente, sem prorrogação.**

A inscrição no Prêmio ABEMD poderá ser feita tanto pela agência (desde que tenha a aprovação do cliente, conforme atestado que consta no formulário de inscrição e sujeito à conferência da ABEMD, caso o cliente não assine) quanto pelo próprio cliente ou usuário do programa de Marketing de Dados.

**A premiação será destinada à empresa que efetuou a inscrição.** A empresa deverá estar de acordo com as boas práticas do mercado (Código de Ética, Probare - Código de Ética do Setor de Relacionamento, Diretrizes Setoriais/Práticas Recomendadas para Comercialização e Operação de Listas e Boas Maneiras de E-mail Marketing. Todos podem ser encontrados no [www.abemd.org.br](http://www.abemd.org.br)).

**A taxa de inscrição para o 24º PRÊMIO ABEMD 2018 será de R\$ 1.184,00 (Um mil, cento e oitenta e quatro reais) para empresas associadas da ABEMD e R\$ 1.672,00 (Um mil, seiscentos e setenta e dois reais) para empresas não associadas,** pago através de boleto bancário que será enviado ao responsável pelo faturamento após a entrega de todo o material na sede da ABEMD\*.

(\*) O material e as instruções para a inscrição estão no final deste documento.

#### Especialidades dos cases inscritos

Os cases poderão ser inscritos nas seguintes especialidades:

Especialidade Call Center / Contact Center

Especialidade Campanha / Programa

Especialidade CRM / Loyalty

Especialidade Digital



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## **24º PRÊMIO ABEMD 2018**

Cada especialidade possui suas características específicas tendo por isso critérios de avaliação e formulários distintos.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição à parte. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. Os cases poderão ser desmembrados para inscrições em separado, sendo permitido inscrever o mesmo case em mais de uma especialidade.

O Comitê Executivo do Prêmio tem autonomia também para definir novas especialidades e ajustar as existentes ou ainda reclassificá-las, sempre com o objetivo de garantir o equilíbrio e andamento adequado do julgamento.

### **Júri, Critérios de Avaliação/Notas e Julgamento**

O júri é composto por cerca de 20 jurados – renomados profissionais de agências, anunciantes e fornecedores, usuários de Marketing de Dados, entre os quais se incluem os membros do Comitê Executivo do Prêmio.

O júri será dividido em grupos específicos para cada especialidade sob a direção do coordenador e membros do Comitê Executivo do Prêmio e orientação do coordenador de julgamento e do presidente da ABEMD.

É vedada aos integrantes do júri a atribuição de notas aos cases das empresas/grupos econômicos aos quais representem.

Caberá a cada jurado a responsabilidade de atribuir notas (0 a 10) para os critérios estabelecidos para cada especialidade, conforme abaixo:

### **Especialidade Campanha / Programa**

Estratégia (Peso 1), Criação (Peso 1,5) e Resultados (Peso 2,5).

### **Especialidade Call Center / Contact Center**

Estratégia (Peso 1) e Resultado (Peso 1,5). Para os cases de SAC, First Call Resolution (Peso 1). As agências com o Selo de Ética do Probare terão um acréscimo de 0,75 na média final e as agências com o Selo de Maturidade e Gestão do Probare terão um acréscimo de 1,0 ponto na média final nas duas fases de julgamento. Cases que ultrapassarem a nota 10 como média final terão os pontos de acréscimo utilizados para casos de empate nas premiações especiais.

### **Especialidade CRM / Loyalty**

CRM / Loyalty com Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 1,5), Comunicação Dirigida (Peso 1,5) e Resultados (Peso 3).

CRM / Loyalty sem Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 1,5) e Resultados (Peso 2,5).



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### **Especialidade Digital**

Campanha, Programa, Marketing em Redes Sociais, Mobile, Ação de Marketing / Publicidade On-line – Presença Online, Cross Sell e Up Sell e E-mail Marketing - Estratégia (Peso 1), Criação (Peso 1,5), Execução (Peso 1) e Resultados (Peso 2).

Otimização de Navegação - Criação (Conceito Criativo - Peso 1,5), Execução (Peso 1), Usabilidade (Peso 1,5) e Resultados (Peso 2).

Link Patrocinado - Estratégia (40%) e Resultados (60%).

A nota média de cada case é obtida da seguinte forma: primeiramente é calculada a média ponderada das notas de cada jurado nos critérios estabelecidos em sua especialidade, conforme acima. Em seguida, a soma das médias ponderadas é dividida pelo número de jurados que julgou o case.

Na primeira fase de julgamento será definido o ShortList de cada especialidade. O shortlist é composto pelos melhores cases brasileiros de Marketing de Dados, que obtiveram as melhores notas na primeira fase do julgamento.

Na segunda, e última fase de julgamento, os cases do shortlist obtidos na fase anterior, passam por um novo julgamento e novas notas são atribuídas, tendo em vista os mesmos critérios e pesos preestabelecidos.

Serão considerados 30% da nota média recebida na primeira fase de julgamento e 70% da nota média recebida na segunda fase do julgamento.

Dessa somatória surge o grupo de cases finalistas premiados. O número limite (máximo) de finalistas premiados em Call Center / Contact Center, CRM / Loyalty e Digital é de 20 cases em cada uma dessas especialidades. E o número limite (máximo) de finalistas premiados na especialidade Campanha / Programa é de 50 cases, totalizando 110 premiados.

Obs. A quantidade de cases inscritos em cada especialidade pode alterar o número de premiações por especialidade, mantendo-se o total máximo de 110 cases premiados.

### **ATENÇÃO:**

1. Os dados relativos aos resultados do case inscrito serão mantidos restritos ao júri que o analisou. Isoladamente, nenhum desses dados poderá ser divulgado pela ABEMD, conforme termo de confidencialidade assinado pelo Comitê Executivo do Prêmio no final deste regulamento.



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### Premiação

Finalizados os trabalhos e eleitos os cases que ganharão troféus, caberá ao Comitê Executivo do Prêmio ABEMD, juntamente com a Diretoria da ABEMD, a escolha dos prêmios Criação, Grand Prix, O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa, O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center, O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty e O Melhor dos Melhores em Digital, tendo a prerrogativa de decidir por quaisquer outros que julgarem oportuno.

Serão atribuídos troféus Prêmio ABEMD Ouro, Prata ou Bronze, obedecendo a ordem das notas médias alcançadas, independentemente da especialidade.

Os critérios de desempate serão: primeiro a maior média alcançada no critério de Resultados, se necessário for, seguirá a disputa pelo critério da maior média de Estratégia e por último, em caso de novo empate, a maior média de Criação.

As empresas finalistas, ganhadoras de troféus Ouro, Prata ou Bronze, serão comunicadas pela ABEMD, ocasião em que deverão fazer o pagamento da Taxa de Finalista no valor de **R\$ 4.986,00 (Quatro mil, novecentos e oitenta e seis reais)** por case, que lhes dará direito à confecção do respectivo troféu para a Festa de Premiação (não inclui convite para a festa de premiação).

A falta de pagamento da Taxa de Finalista desclassificará automaticamente o case inscrito.

As empresas vencedoras que desejarem outros exemplares do troféu recebido poderão encomendá-los diretamente junto à ABEMD após a data da festa de premiação.

### Prêmios Especiais

*Grand Prix* - o premiado com o Grand Prix 2018 será o case referendado pelo Comitê Executivo do Prêmio ABEMD entre os cases de maior média nas especialidades que tem o critério criação. Eventualmente poderá ser avaliado outros cases de outras categorias.

*Prêmio Criação* - o premiado será escolhido entre os cases finalistas com as maiores notas médias no critério Criação. O Comitê poderá criar subcategorias para este prêmio.

*O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa* - o premiado como O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa 2018 será o case de maior média na especialidade.

*O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center* – o premiado como O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center 2017 será o case de maior média na especialidade.

*O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty* - o premiado como O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty 2018 será o case de maior média na especialidade.

*O Melhor dos Melhores em Digital* - o premiado como O Melhor dos Melhores em Digital 2018 será o case de maior média na especialidade.

*Cliente do Ano* – receberá o prêmio de Cliente do Ano aquele que somar o maior número de pontos conquistados em suas premiações.



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

*Agência do Ano* - receberá o prêmio Agência do Ano aquela que somar o maior número de pontos, conforme o seguinte critério por premiação na sua especialidade:

Para Especialidade Campanha / Programa - Pontuação por Premiação: O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa - 30 pontos; Criação - 20 pontos; Ouro - 20 pontos; Prata - 15 pontos; Bronze - 10 pontos.

Para Especialidade Call Center / Contact Center - Pontuação por Premiação: O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center - 30 pontos; Ouro - 20 pontos; Prata - 15 pontos; Bronze - 10 pontos.

Para Especialidade CRM / Loyalty - Pontuação por Premiação: O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty - 30 pontos; Ouro - 20 pontos; Prata - 15 pontos; Bronze - 10 pontos.

Para Especialidade Digital - Pontuação por Premiação: O Melhor dos Melhores em Digital - 30 pontos; Criação - 20 pontos; Ouro - 20 pontos; Prata - 15 pontos; Bronze - 10 pontos.

Pontuação Grand Prix: 40 pontos.

Pontuação por Case no Shortlist: 1 ponto para cada case do shortlist.

Em caso de empate para o prêmio Agência do Ano, vence a disputa a agência que ganhou o Grand Prix, O Melhor dos Melhores em Campanha / Programa, O Melhor dos Melhores em Call Center / Contact Center, O Melhor dos Melhores em CRM / Loyalty ou O Melhor dos Melhores em Digital. Fora essa possibilidade, em caso de novo empate, vence a disputa a agência com o maior número de troféus Ouro; o maior número de troféus Prata; maior número de troféus Bronze; maior número de cases no shortlist e maior número de inscrições no Prêmio ABEMD 2018, respectivamente.

### **Determinações Gerais**

Todo o material dos cases finalistas do Prêmio passará a fazer parte da ABEMD, não sendo passível de devolução à empresa que inscreveu o case, servindo como referência a todos os associados e podendo ser reproduzido pela ABEMD, por qualquer meio, para divulgação interna ou externa.

A divulgação dos cases será baseada no texto elaborado pela agência/cliente, que será solicitado pela ABEMD. Caso este case não seja enviado no prazo estabelecido à ABEMD tem total liberdade para editar e utilizar os textos enviados no formulário de inscrição do case.

As decisões do júri do 24º PRÊMIO ABEMD 2018 de Marketing de Dados são irrecorríveis. Os casos omissos neste regulamento serão decididos pelo Comitê Executivo do Prêmio e/ou pela Diretoria da ABEMD que aquele integra, dependendo de sua natureza.

Para mais informações, ligue na ABEMD: (11) 3129-3001 ou mande um e-mail para [premio@abemd.org.br](mailto:premio@abemd.org.br)

**ATENÇÃO:** este regulamento e os formulários de inscrição poderão sofrer alterações para aprimoramento. Caso ocorra alguma correção, a ABEMD informará diretamente a todas as empresas concorrentes, bem como publicará as alterações no site oficial do 24º Prêmio ABEMD 2018.



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### **Termo de Confidencialidade**

Pelo presente instrumento, a ABEMD – Associação Brasileira de Marketing de Dados, entidade realizadora/organizadora do Prêmio ABEMD de Marketing de Dados, em sua vigésima quarta edição, compromete-se a manter total sigilo sobre as informações relativas a “Resultados Numéricos” referentes aos cases inscritos, seja na forma verbal, escrita, ou qualquer outra, sendo, a partir de agora, classificadas como “informações sigilosas”. O uso das mesmas será exclusivamente para análise do case, posto que são fundamentais à sua compreensão e conseqüente julgamento.

Para os cases vencedores, a agência/cliente autorizará a divulgação dos dados que julgar conveniente, através de um resumo feito pelo responsável da inscrição (agência/cliente).

Ficam responsáveis pela guarda destas informações, o Presidente da ABEMD, o coordenador de julgamento e o grupo de jurados nomeado.

A ABEMD fica autorizada a divulgar todas as informações relativas aos cases inscritos, excetuando-se as classificadas neste termo como “informações sigilosas”.

São Paulo, janeiro de 2018.

Comitê Executivo do Prêmio ABEMD



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### Material para Inscrição (off Line)

Para participar do Prêmio, deverão ser encaminhados, à sede da ABEMD (Av. São Luís, 50 - 13º andar - cj.132B - Centro - São Paulo/SP - CEP: 01046-926), **até o dia 05 de abril de 2018**, os seguintes materiais:

### Especialidade Campanha / Programa

- Cópia impressa do formulário preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
- 1 exemplar de cada peça off-line que componha a ação [ex.: mala direta, catálogo, teaser, selfmailer, folheto, take-one, anúncio, encarte, spots de rádio (gravar em pen drive), outdoor (reprodução reduzida + 1 foto do outdoor) etc.]. Todas as peças enviadas deverão ser identificadas com o nome do case. Caso haja citação de peça controle no formulário de inscrição, a mesma deverá ser enviada (1 exemplar) e identificada junto com o material de inscrição do case.
- 1 Pen Drive por case contendo:

Peças on- line: as peças digitais (ex: sites, e-mail marketing etc.) deverão ser gravadas no Pen Drive com seus eventuais plug-ins, para que possam ser abertas e visualizadas off-line. Caso haja citação de peça controle no formulário de inscrição, a mesma deverá ser gravada e identificada no mesmo Pen Drive.

Peças off- line: gravar a imagem das peças off-line em formato jpeg ou gif.

Quadro de apresentação do case (formato eletrônico, jpeg ou gif, 60 cm por 60 cm), com a imagem da(s) peça(s), o resumo do briefing, estratégia e resultado, em até 100 palavras cada item. O nome da agência não deve ser mencionado neste material. [Clique aqui](#) para ver alguns exemplos.

O quadro pode ser substituído por uma Apresentação Audiovisual (formato para PC) em umas das 4 opções abaixo e o nome da agência não deve ser mencionado neste material

- Vídeo em até 2 minutos (formato mpg)
- Apresentação com locução em até 2 minutos e no máximo 10 slides
- PPT sem som, com texto auto explicativo e no máximo 12 slides
- Arquivo em Flash em até 2 minutos

Obs.: O Pen Drive deverá ser identificado com o nome do case.



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### Especialidade Call Center / Contact Center

- Cópia impressa do formulário preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
- 1 cópia impressa do script.
- 1 Pen Drive com a gravação de 3 contatos diferentes e os logotipos em jpeg das empresas envolvidas na ação.

Obs.: O Pen Drive deverá ser identificado com o nome do case.

### Especialidade CRM / Loyalty

- Cópia impressa do formulário preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
- Os cases inscritos com campanha de comunicação devem enviar 1 exemplar de cada peça que componha a ação. Todas as peças enviadas deverão ser identificadas com o nome do case.
- Os cases inscritos com campanha de comunicação devem gravar num Pen Drive o Quadro de apresentação do case (formato eletrônico, jpeg ou gif, 60 cm por 60 cm), contendo a imagem da(s) peça(s), o resumo do briefing, estratégia e resultado, em até 100 palavras cada item. O nome da agência não deve ser mencionado neste material. Clique aqui para ver alguns exemplos.

O quadro pode ser substituído por uma Apresentação Audiovisual (formato para PC) em umas das 4 opções abaixo e o nome da agência não deve ser mencionado neste material

- Vídeo em até 2 minutos (formato mpg)
- Apresentação com locução em até 2 minutos e no máximo 10 slides
- PPT sem som, com texto auto explicativo e no máximo 12 slides
- Arquivo em Flash em até 2 minutos

- Em caso de peças on-line, gravá-las no mesmo Pen Drive, com seus eventuais plug-ins, para que possam ser abertas e visualizadas off-line.

Obs.: Pen Drive deverá ser identificado com o nome do case.





ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### Especialidade Digital

Para cada uma das categorias da Especialidade Digital, o formulário de inscrição apresenta instruções detalhadas do material que deve ser entregue. De maneira geral, o seguinte material deve ser entregue:

- Cópia impressa do formulário preenchido juntamente com o compromisso de autenticidade assinado pelos responsáveis da inscrição (consta no formulário de inscrição).
- 1 Pen Drive contendo:
  - A) Quadro de apresentação do case (formato eletrônico, jpeg ou gif, 60 cm por 60 cm), com a imagem da(s) peça(s), o resumo do briefing, estratégia e resultado, em até 100 palavras cada item. O nome da agência não deve ser mencionado neste material. Clique aqui para ver alguns exemplos.

O quadro pode ser substituído por uma Apresentação Audiovisual (formato para PC) em umas das 4 opções abaixo e o nome da agência não deve ser mencionado neste material

- Vídeo em até 2 minutos (formato mpg)
  - Apresentação com locução em até 2 minutos e no máximo 10 slides
  - PPT sem som, com texto auto explicativo e no máximo 12 slides
  - Arquivo em Flash em até 2 minutos
- 
- B) Todas as peças digitais e páginas web devem ser gravadas com seus eventuais plug-ins, para que possam ser abertas e visualizadas off-line através de browser (Internet Explorer, Safari etc.).
  - C) Como alternativa, as peças digitais e páginas web podem ser apresentadas via “print screen” no software Power Point.
  - D) Caso haja citação de peça controle no formulário de inscrição, a mesma deverá ser gravada.

Obs:

- A avaliação das peças digitais não será feita através de URLs.
- Pen Drive deverá ser identificado com o nome do case.”
- Para os cases da categoria Links Patrocinado, não é necessário o Quadro de Apresentação ou audiovisual.



ABEMD  
Associação Brasileira de Marketing de Dados

## 24º PRÊMIO ABEMD 2018

### Normas de preenchimento do formulário de inscrição

Deverão ser respeitadas todas as orientações e solicitações para se processar a inscrição. O preenchimento incorreto ou incompleto, bem como a ausência de material ou de dados, poderá prejudicar a análise do case por parte dos jurados e, conseqüentemente, **comprometer a sua avaliação**.

O nome da agência não será divulgado durante o processo de julgamento. Portanto, é proibido citar a agência na parte 2 do formulário de inscrição, direta ou indiretamente, bem como nos quadros de apresentação.

**ATENÇÃO:** o limite de linhas reservado para as respostas descritivas deverá ser respeitado e não serão aceitos anexos em qualquer hipótese. Se o mesmo for ultrapassado, serão desprezadas as linhas excedentes.

Os cases inscritos que mencionarem o uso de listas deverão informar sua origem e segmento. Deverão, também, apresentar a descrição do banco de dados. O Comitê Executivo do Prêmio ABEMD, no uso das atribuições que lhe foram conferidas, poderá desclassificar os cases cujas informações, ora solicitadas, não sejam disponibilizadas.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição à parte. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. Os cases poderão ser desmembrados para inscrições em separado, sendo permitido inscrever o mesmo case em mais de uma especialidade.

Os cases inscritos nas especialidades Call Center / Contact Center, CRM / Loyalty e Digital deverão empregar **exclusivamente** uma dessas ferramentas (formulários de inscrição específicos).

Caso o trabalho inclua a ferramenta (Call Center / Contact Center, CRM / Loyalty e Digital) apenas como apoio a uma ação de Marketing de Dados, ele deverá ser inscrito como Campanha / Programa.

Os cases inscritos em Call Center / Contact Center e CRM / Loyalty sem campanha de comunicação dispensam a apresentação de peças criativas, mas obrigatoriamente devem apresentar os resultados da ação.