

O QUE INSCREVER

É considerado trabalho de Marketing Promocional e de Live Marketing aquele criado para ativar a compra, o uso, a fidelização ou a experimentação de produtos e serviços.

OS PRÊMIOS

- O júri do Colunistas Promo poderá conceder Diplomas de Ouro, Prata e Bronze nas diversas categorias da premiação.

- Entre os trabalhos premiados com Diplomas de Ouro, poderão ser concedidos os seguintes Grandes Prêmios.

Grande Prêmio de Case de Marketing Promocional.

Grande Prêmio de Evento Promocional.

Grande Prêmio de Ação Promocional.

Grande Prêmio de Material Promocional.

- Para o profissional, empresário e empresa que mais tenham se destacado na região e no período abrangidos pela premiação, a partir de seu histórico e sua contribuição para o desenvolvimento da atividade:

Grande Prêmio de Empresa de Marketing Promocional do Ano.

Grande Prêmio de Empresário de Marketing Promocional do Ano.

Grande Prêmio de Profissional de Marketing Promocional do Ano.

AS CATEGORIAS

PROMO E LIVE

Peças ou estratégias de comunicação que gerem obrigatoriamente uma ação no receptor da mensagem, além da simples aquisição do produto ou serviço diretamente no ponto-de-venda.

CASES PROMOCIONAIS E DE LIVE MARKETING

Projetos de média e longa duração, que envolvem diferentes ações e materiais, permitindo uma análise comparativa entre a situação anterior do mercado e os resultados obtidos.

101 Case de Produto de Consumo

Alimentos, Guloseimas, Bebidas Alcoólicas e Não-Alcoólicas, Medicamentos, Suplementos, Cosméticos, Produtos de Toalete, etc.

102 Case de Bens Duráveis

Bens de Capital e Produtos de Consumo de Uso Duradouro, como Automóveis, Mobiliário, Eletrodomésticos etc.

103 Case de Serviço

Financeiros, Telecomunicações, Médicos etc.

104	Case de Produto ou Serviço Técnico ou Profissional <i>Manutenção de Equipamentos, Softwares para Uso Profissional, Serviços de Entrega, etc.</i>
105	Case de Produto ou Serviço Business-to-Business <i>Inclui Comércio, Indústria e Agropecuária</i>
106	Case de Varejo <i>Obrigatoriamente assinado por empresa de varejo, como rede de lojas, supermercado, shopping etc.</i>
107	Case de Produto Cultural ou de Lazer <i>Exposições, Filmes, Brinquedos, Eletrônicos, Mídia etc.</i>
108	Case Institucional <i>Que reverta em benefício da marca da empresa ou de seus produtos.</i>
109	Case Social ou Comunitário <i>Que, através do envolvimento do público alvo da marca, gere resultados em benefício da comunidade.</i>
110	Case de Endomarketing e Incentivo <i>Que seja voltado para públicos internos ou intermediários ou estimule os usuários a participar de programa contínuo que vise ao atingimento de metas de venda, consumo ou comportamento pré-determinados.</i>
111	Case de Fidelização e Pós-Venda <i>Que reuna ações e materiais que atinjam o público alvo após a venda com o objetivo de fortalecer o seu relacionamento com a marca.</i>
112	Organização de Congressos, Seminários e Afins <i>Todo o conjunto de ações e materiais desenvolvidos para o lançamento, a comunicação e a realização de encontros voltados a reuniões de pessoas com afinidades temáticas ou profissionais para fins de trocas de informações.</i>
113	Organização de Feiras e Exposições <i>Todo o conjunto de ações e materiais desenvolvidos para o lançamento, a comunicação e a realização de exposições de empresas com afinidades temáticas ou profissionais, para fins de promoção ou comercialização de seus produtos e serviços.</i>
EVENTOS PROMOCIONAIS E DE LIVE MARKETING <i>Projetos de curta duração que objetivem reunir o público-alvo em local e datas pré-determinados.</i>	

201	Evento Comercial <i>Que permita a venda local de produto, bem ou serviço.</i>
202	Evento Comunitário <i>Que, através do envolvimento do público alvo da marca, gere resultados em benefício da comunidade.</i>
203	Evento Cultural ou de Lazer <i>Que utilize formas de lazer ou atrativo cultural para atrair ou informar o público alvo.</i>
204	Evento de Endomarketing ou Incentivo <i>Que seja voltado para públicos internos ou intermediários ou estimule os usuários a participar de programa contínuo que vise ao atingimento de metas de venda, consumo ou comportamento pré-determinados.</i>
205	Evento de Inauguração <i>Que reúna o público alvo para a apresentação de novas instalações industriais, comerciais ou culturais.</i>
206	Evento de Lançamento de Produto ou Serviço <i>Que reúna o público alvo para a apresentação de novos produtos ou linhas de produtos ou serviços.</i>
207	Evento Esportivo <i>Que utilize atividades esportivas para atrair ou informar o público alvo.</i>
208	Evento Institucional <i>Que vise exclusivamente a promover a imagem ou o relacionamento da marca junto ao público alvo.</i>
209	Evento Relacionado a Data Comemorativa <i>Que utilize a oportunidade de aniversários, dias santos e datas promocionais para atrair ou informar o público alvo.</i>
210	Evento Social <i>Evento realizado por empresa ou profissional de marketing promocional, mas não necessariamente voltado para clientes corporativos.</i>
211	Evento Técnico <i>Seminários, simpósios, workshops, convenções, treinamento etc.</i>
212	Participação em Feira ou Exposição <i>Conjunto de atividades, estruturas e materiais desenvolvidos durante a participação da empresa em feira ou exposição.</i>
AÇÕES PROMOCIONAIS E DE LIVE MARKETING	

Projetos de curta duração ou abrangência restrita, normalmente realizados sem conhecimento prévio do público-alvo sobre seus locais e/ou datas.

301 Ação de Demonstração ou Amostragem em Ponto-de-Venda

Degustação, distribuição de amostras, folhetos ou demais materiais promocionais em local em que o produto possa ser adquirido pelo público alvo.

302 Ação de Demonstração ou Amostragem Externa

Degustação, distribuição de amostras, folhetos ou demais materiais promocionais em local em que não haja a venda do produto para o público alvo.

303 Ação para Bens Duráveis

Bens de capital e produtos de consumo de uso duradouro, como automóveis, mobiliário, eletrodomésticos etc.

304 Ação de Endomarketing ou Incentivo

Que seja voltada para públicos internos ou intermediários ou estimule os usuários a participar de programa contínuo que vise ao atingimento de metas de venda, consumo ou comportamento pré-determinados.

305 Ação Institucional

Que reverta em benefício da marca da empresa ou de seus produtos

306 Ação para Produto ou Serviço Business-to-Business

Inclui Comércio, Indústria e Agropecuária

307 Ação para Produto de Consumo

Alimentos, Guloseimas, Bebidas Alcoólicas e Não-Alcoólicas, Medicamentos, Suplementos, Cosméticos, Produtos de Toalete, etc.

308 Ação para Produto Cultural ou de Lazer

Exposições, Filmes, Brinquedos, Eletrônicos, Mídia etc.

309 Ação para Serviço

Financeiros, Telecomunicações, Médicos etc.

310 Ação para Produto ou Serviço Técnico ou Profissional

Manutenção de Equipamentos, Softwares para Uso Profissional, Serviços de Entrega, etc.

311 Ação Social ou Comunitária

Que, através do envolvimento do público alvo da marca, gere resultados em benefício da comunidade.

312	Ação para Varejo <i>Obrigatoriamente assinada por empresa de varejo, como rede de lojas, supermercado, shopping etc.</i>
313	Ação em Rede Social <i>Que necessariamente utilize alguma rede social, como Facebook, Google+, etc. como plataforma de desenvolvimento e participação do público alvo.</i>
MATERIAIS PROMOCIONAIS <i>Peças distribuídas gratuitamente para gerar conhecimento ou relacionamento da marca junto ao público alvo ou, no caso de peças de mídia, que obrigatoriamente sejam utilizadas para promover ou apoiar projetos de marketing promocional.</i>	
401	Brinde ou Peça Promocional dirigida a Públicos Internos ou Intermediários <i>Peça distribuída ao público interno ou intermediário do cliente com fins promocionais ou institucionais.</i>
402	Brinde ou Peça Promocional dirigida ao Público Final <i>Peça distribuída ao público final do cliente com fins promocionais ou institucionais.</i>
403	Brinde ou Peça Promocional relativa a Data Comemorativa <i>Natal, aniversário, dia santo, etc.</i>
404	Peça Promocional Interativa <i>Que se utilize exclusivamente de mídia como websites, e-mails, CD-ROM ou celulares, como meio de interação com o público alvo.)</i>
405	Brinde ou Peça Promocional de Empresa de Comunicação <i>Agência de publicidade, empresa de promoções, produtora etc.</i>
406	Personagem Promocional <i>Personagem ou família de personagens utilizados graficamente ou materializados em campanha, evento ou ação promocional.</i>
407	Figurino Promocional <i>Figurino utilizado por receptivo, promotores, atores etc durante evento ou ação promocional.</i>

OS MATERIAIS

Cases, Eventos e Ações devem ser inscrições acompanhados de apresentações, preferencialmente disponibilizadas no Google Docs.

Veja mais sobre como prepará-las e também as suas Peças Gráficas, Materiais Tridimensionais etc. no documento “Materiais a Serem Entregues para Julgamento”.