



FORMULARIO ECHO LATAM 2023

CONSEJO: Conviene preparar tus respuestas en el formulario offline y copiarlas y pegarlas cuando entres en la plataforma. También conviene ir “salvando” el formulario periódicamente mientras lo completas, para evitar perder tu trabajo en la eventualidad de un apagón o un corte del sistema.

Te facilitamos este documento en Word, para que puedas usarlo para consignar tus respuestas, si así deseas.

REPASANDO EL FORMULARIO:

Paso 1 de 5: Título de la inscripción

Título: Nombre de la campaña

Imagen: Tener a mano una imagen en jpg de no más de 2MB para subir

Esta imagen debe ser una muy representativa de tu campaña, ya que se utilizará como fondo de tu inscripción en el caso de ganar.

Paso 2 de 5: elige la/s categoría/s

Tilda la/s categoría/s en que la campaña competirá.

Paso 3 de 5: detalles de la inscripción

Nombre de la campaña: **Indicar**

Nombre de agencia: **Indicar**

Nombre del cliente: **Indicar**

Fechas (La campaña debe haberse iniciado y ejecutada entre 1° de enero de 2022 y la fecha de inscripción): **Tildar la casilla para indicar que se cumple con las fechas**

País donde se ejecutó la campaña: **Indicar**

¿Quién merece crédito en la campaña?: **Aclara qué miembros del equipo han estado involucrados en la preparación de la campaña.**

Describe tu principal oportunidad de mercado (150 palabras): Se trata del POR QUÉ, la razón de la campaña. Incluye datos de apoyo o *insights* para ayudar a entender la dificultad del problema o la nueva oportunidad que motivó la campaña.

Lista los objetivos de la campaña (150 palabras): Se trata del QUÉ, las metas medibles o indicadores clave de performance (*KPIs*) que te propusiste lograr. Cuanto más cuantitativos, ¡mejor! Los jueces se fijarán en cómo cumpliste con estos objetivos en la sección “Resultados” más abajo.

Cuenta tu estrategia (300 palabras): Se trata del CÓMO, aquí narras tu historia. Describe las principales decisiones que tomaste, incluyendo el *targeting*, los canales y las tácticas de interacción. Cuenta los fundamentos y la inspiración sobre la estrategia que elegiste. Todo excepto los aprendizajes derivados de los datos, que se contestarán en la próxima pregunta.

Zambúllete en los datos (300 palabras): Esta es la diferencia entre el ECHO y los demás premios: queremos saber cómo los datos inspiraron tu marketing y tu narrativa. Explica cómo usaste datos para descubrir *insights* importantes que llevaron a tu estrategia única y su Gran Idea creativa.

Ilustra tu solución creativa (300 palabras): Esta es la MAGIA, donde se mezcla la ciencia con el arte. Describe tu pensamiento creativo. Ilumínanos sobre cómo empleaste contenido, imágenes y técnicas innovadoras para dar vida a tu estrategia y tocar los corazones y las mentes de tu audiencia.

Comparte tus resultados (300 palabras) - solo para jueces: Esta es la PRUEBA, la marca del éxito de la campaña. Danos los datos que prueban que cumpliste tus objetivos. Resalta cómo moviste el amperímetro, cambiaste comportamientos o hiciste una diferencia. Si es necesario mantener la confidencialidad de los resultados, se aceptará que se expresen en números índices (pero ésta no es la forma preferida por el jurado).

IMPORTANTE: Cita todas las fuentes para tus resultados, desde los provistos por terceros (como puede ser Google Analytics) a los informados por el cliente. (Para no ocupar demasiadas de las 300 palabras, puedes poner asteriscos e informar las fuentes en la sección de Fuentes más abajo.)

Resume todo (75 palabras): Ésta es la parte DIVERTIDA. Danos un título y un breve resumen que ECHO puede usar cuando destaca tu campaña como un caso de estudio. Cuéntanos su factor ¡“Wow!”

Fuentes de datos: Por favor, anota **todas** las fuentes de los datos que presentaste.

Al inscribirte en los Premios ECHO, nos das el derecho de compartir tu trabajo como un estudio de caso después de que los premios se hayan entregado. Para conservar la integridad de la competencia, podemos pedir validaciones adicionales antes de la decisión final del jurado. Leer el Reglamento Completo en la página correspondiente de echolatam.org.

Paso 4 de 5: Materiales de soporte

Se recomienda armar un Video Case, de no más de 3 minutos de duración. Debe ser subido a Youtube o Vimeo, y debes especificar el link en la inscripción para que podamos descargarlo.

En cuanto a los materiales gráficos que quieras adjuntar, el tamaño máximo permitido del archivo es de 6MB. Tipos de archivos admitidos: jpg, gif, png, pdf, ppt, pptx.

En el caso de que tu campaña resulte ganadora, los organizadores podrían editar (acortar) tu video para proyectar durante la entrega de premios. Si no estás de acuerdo con esto, por favor sube a un Youtube/Vimeo, la reducción del caso que nos autorices a utilizar, que no debe durar más de 30”.

Te recordamos que en ninguno de los materiales gráficos o audiovisuales que presentes, debe figurar el nombre o logo de la agencia.