



## Regulamento “PRÉMIOS marketeer”

### 1. ÂMBITO

A marketeer premeia pelo 3º ano consecutivo o que de melhor se fez na área do Marketing, Publicidade e Comunicação em Portugal. A votação estão 21 categorias, devendo a escolha das marcas ter em atenção o trabalho referente ao ano de 2010.

### 2. CATEGORIAS

**Agências de Branding** – Agências de branding que se destacaram pelas campanhas desenvolvidas e serviços prestados aos seus clientes, capacidade de angariação e manutenção de clientes, inovação e new business.

**Agências de Comunicação** – Agências de comunicação e media relations que se destacaram pelos serviços prestados aos seus clientes, capacidade de angariação e manutenção de clientes, inovação e new business.

**Agências de Meios** – Agências de meios que se destacaram pelos serviços prestados aos seus clientes, capacidade de angariação e manutenção de clientes, volume de investimento, inovação e new business.

**Agências de Publicidade** – Agências de publicidade que se destacaram pelas campanhas desenvolvidas e serviços prestados aos seus clientes, capacidade de angariação e manutenção de clientes, inovação e new business.

**Artes & Cultura** – Entidades que se destacaram pela capacidade de atracção de público, comunicação eficaz, new business e inovação e alargamento da oferta.

**Automóvel** – Empresas que se destacaram no sector automóvel na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Banca** – Empresas que se destacaram no sector da banca e financeiras na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação e mercado-alvo e new business.

**Compromisso Social** – Empresas ou entidades que se tenham destacado pelas suas acções e resultados nas áreas de Sustentabilidade e Responsabilidade Social.

**Desporto** – Empresas e/ou entidades que actuam na organização de eventos desportivos e que se destacaram pelas propostas disruptivas ou pelo lançamento de produtos/serviços que tenham colaborado na afirmação e/ou reforço do Brand.

**Distribuição / Retalho** – Empresas (local/loja que comercializa produtos próprios e/ou de outras marcas) que se destacaram no sector de distribuição/retalho, na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação e mercado-alvo e new business.

**Energia** – Empresas que se destacaram no sector energético na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação e mercado-alvo e new business.

**Eventos e Entretenimento** – Empresas de serviços (Fornecedores) e locais/espacos, que se destacaram pela inovação, alargamento de oferta e comunicação eficaz dos seus eventos.

**Grande Consumo** – Empresas que se destacaram no sector dos produtos destinados ao grande consumo, na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new-business.

**Imobiliário Comercial** – Espacos multi-lojas e/ou de escritórios que se destacaram na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Media** – Empresas que se destacaram no sector dos media, na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Moda e Beleza** – Marcas/empresas que operam nos sectores de moda, cosmética e perfumaria, que se destacaram na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Saúde e Farmacêuticas** – Empresas que se destacaram no sector da saúde e farmacêuticas, na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Seguros** – Empresas que se destacaram no sector dos seguros na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Telecomunicações** – Empresas que se destacaram no sector das telecomunicações, na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Transportes e logística** – Empresas que se destacaram no sector dos transportes e logística na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

**Turismo** – Empresas que se destacaram no sector de turismo na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo e new business.

#### **Marketeer do Ano**

Esta categoria visa distinguir a individualidade que se destacou durante o ano de 2010.

### **3. Fases de Nomeação e Decisão**

A atribuição dos prémios marketeer desenrola-se em cinco fases:

#### **Fase 1:**

Inquérito online para os leitores darem a sua opinião sobre a empresa que gostariam de ver entre os nomeados das 21 categorias. Inquérito online de 09 de Novembro a 25 de Novembro de 2010.

#### **Fase 2: Nomeação**

O apuramento dos nomeados nas diferentes categorias é da inteira responsabilidade da marketeer.

A pré-nomeação será realizada com base na recolha sistemática de informação relativa a acções/estratégias de marketing nos diferentes sectores de actividade, através de diversos meios, directos e indirectos, de informação e com base na opinião dos nossos leitores recolhida no inquérito online.

Anúncio público dos nomes dos nomeados para os Prémios marketeer, a 05 de Janeiro de 2011 no site da marketeer e na edição de Janeiro 2011 da marketeer.

### **Fase 3: Votação**

Apurados os nomeados em cada categoria, dia 05 de Janeiro 2011 começam as votações online para apuramento dos vencedores, no site [www.marketeer.pt](http://www.marketeer.pt).

De modo a assegurar o equilíbrio da votação, o sistema de votação criado para o concurso não permite mais do que um voto por utilizador (leia-se, endereço de e-mail) e por computador.

A contagem dos votos será realizada através de um sistema informático de contagem automática, acompanhada e validada pela equipa marketeer.

Esta fase decorre até 01 de Março de 2011.

Os votos dos leitores foram posteriormente ponderados pelos têm uma preponderância de 50% na decisão final, sendo os restantes 50% obtidos por votação dos membros do Conselho de Fundadores da revista marketeer, constituído por Alberto da Ponte, Francisco Amaral, Hugo Correia Pires, José Villa de Freitas, Luís Filipe Reis, Miguel Sousa Otto, Pedro Pereira da Silva e Ricardo Florêncio.

## **4. CALENDÁRIO**

### **Fase 1 – Votação de nomeados por parte do público**

9 de Novembro 2010 – 25 Novembro de 2010

### **Fase 2 – Elaboração da shortlist para cada categoria pela Redacção e Conselho Editorial da marketeer**

03 de Dezembro – 02 Janeiro 2011

### **Fase 3 – Votação online por parte dos leitores**

05 de Janeiro de 2010 – 01 de Março de 2011

### **Fase 3 – Votação por parte da Redacção e Conselho de Fundadores da marketeer**

05 de Março de 2011 – 31 Março de 2011

### **Fase 4 – Cerimónia de Entrega de Prémios**

2ª semana de Abril de 2011

## **5. PRÉMIOS**

Numa cerimónia promovida pela marketeer e com o apoio de várias entidades patrocinadoras, serão conhecidas as empresas distinguidas com o Prémio marketeer. Aos vencedores de cada categoria será atribuído um troféu representativo da distinção alcançada.