



Regulamento “PRÉMIOS marketer”

1. ÂMBITO

A marketer premeia pelo 5º ano consecutivo o que de melhor se fez na área do Marketing, Publicidade e Comunicação em Portugal.

A votação estão 20 categorias, devendo a escolha das marcas ter em atenção o trabalho referente ao ano de 2012.

2. CATEGORIAS

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

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.

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.

Electrónica de Consumo - Empresas que se destacaram no sector de electrónica de consumo 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.

Arte e Cultura - Entidades que se destacaram pela capacidade de atracção de público, comunicação eficaz, new business e inovação e alargamento da oferta.

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

Grande Consumo Não Alimentar- Empresas que se destacaram no sector dos produtos destinados ao grande consumo não alimentar 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.

Imobiliário - 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.

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.

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.

Universidades e Estabelecimentos de Ensino – Universidades/ Institutos, que se destacaram no sector de ensino, na divulgação objectiva e coerente da sua estratégia, diversificação e inovação de produtos, estratégias, comunicação, mercado-alvo, new business e captação e manutenção de clientes e eventos.

Big Fish

Prémio especial que visa reconhecer uma personalidade ou projeto que se distinguiu por ser inovador, diferente e um exemplo em Portugal e no Mundo.

Marketeer do Ano

Esta categoria visa distinguir a individualidade que se destacou durante o ano de 2012.

3. Fases de Nomeação e Decisão

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

Fase 1: 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.

Anúncio público dos nomes dos nomeados para os Prémios marketeer a 1 de Fevereiro de 2013 no site da marketeer e na edição de Março de 2013 da marketeer.

Fase 2: Votação

Apurados os nomeados em cada categoria, dia 1 de Fevereiro de 2013 começam as votações online para apuramento dos vencedores, no site 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 15 de Abril de 2013.

Os votos dos leitores serão posteriormente ponderados, pelo que 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, César Branco, 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 – Elaboração da shortlist para cada categoria pela Redacção e Conselho Editorial da marketeer

05 de Novembro – 06 Janeiro 2012

Fase 2 – Votação online por parte dos leitores

1 de Fevereiro de 2012 – 15 de Abril de 2013

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

1 de Fevereiro de 2012 – 15 de Abril de 2013

Fase 4 – Cerimónia de Entrega de Prémios

23 de Maio de 2013

5. PRÉMIOS

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