



2º Prêmio ABC Influencers.

Regulamento de Participação.

ABCCOM Marketing Community

27 de Julho de 2021.



Regulamento - 2º Prêmio ABC Influencers.

1. O Prêmio

1.1 > O **2º Prêmio ABC Influenciadores** é uma realização da Comunidade **ABCCOM**, uma comunidade de marketing e comunicação para empresas e profissionais que atuam neste setor. Trata-se da principal premiação da região do Grande ABC, com foco no mercado de marketing e comunicação, por meio do qual cases, campanhas, influenciadores e profissionais especializados do setor são premiados por sua criação e atuação dentro do mercado de marketing digital e marketing de influência em nível nacional.

1.2 > O **2º Prêmio ABC Influenciadores** é composto por dois blocos: sendo o primeiro de Melhores Influenciadores e o segundo de Cases & Campanhas.

1.3 > É obrigatório que cada case/campanha inscrito seja de um(a) **INFLUENCIADOR(A)** da região responsável pela inscrição. Entende-se por **Influenciador(a) da região**, o influenciador(a) que tem sua sede e atuação em uma das setes cidades do **Grande ABC**: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires ou Rio Grande da Serra.

1.4 > Somente poderão ser inscritos cases/campanhas e peças que tenham sido realizadas/veiculadas de **1º de Junho 2020 a 31 de Maio de 2021**.

1.5 > Os influenciadores vencedores terão permissão para divulgar suas conquistas da premiação na mídia especializada, após a divulgação oficial pelo **Portal ABC da Comunicação**, inclusive utilizando a marca do Prêmio.



2. Da Participação

2.1 > Poderão participar do Prêmio apenas os influenciadores, maiores de dezoito anos, **comprovadamente** sediados em uma das sete cidades que compreendem a região do Grande ABC: Santo André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires e Rio Grande da Serra.

3. Blocos e Categorias

3.1.1 > Bloco 1: Melhores Influenciadores

Os melhores influenciadores serão escolhidos por meio de voto popular, por meio de um sistema online aberto de votação.

O influenciador que quiser participar deste bloco deverá confirmar seu interesse dentro do sistema de cadastro no momento em que estiver cadastrando o seu perfil. É importante certificar-se da categoria cadastrada, pois uma vez escolhida a categoria não poderá ser alterada após o início da votação popular.

A votação popular terá duas fases.

Na primeira fase todos os influenciadores cadastrados que confirmarem sua participação estarão concorrendo ao **Prêmio de Melhor Influenciador** na respectiva Categoria escolhida.

A votação será aberta. O internauta pode votar quantas vezes quiser, respeitando apenas o processo de comprovação de não uso de robôs. Ao final da primeira fase, os três influenciadores mais votados irão para a segunda fase de votação.

A segunda fase de votação também será popular e aberta, seguindo os mesmos requisitos e processos da etapa um. Neste caso, estarão concorrendo apenas os três mais votados da primeira fase.

Os três finalistas deverão estar presentes na cerimônia de entrega no prêmio, na qual será revelado o vencedor.

Seguindo os preceitos do Prêmio, a dinâmica terá apenas um vencedor por categoria, escolhido a partir do voto popular e voto técnico. Os vencedores receberão um troféu de reconhecimento.

3.1.2 > Bloco 1: Melhores Influenciadores | Categorias

As categorias deste bloco são as seguintes:

- 1. Moda & Estilo:** Se você publica look do dia, vários looks para uma peça, faz provador em loja, dá dicas estilo, fala sobre moda evangélica, Plus size, é expert em tendências e design de moda essa categoria é para você. Essa categoria também é dedicada às influenciadores que atuam profissionalmente como consultoras de imagem e estilo, expert em coloração pessoal, etc.
- 2. Beleza:** Seu assunto principal é skin care, lançamento de produtos de beleza, cosméticos, receitas caseiras, cabelos, transição capilar, dicas de make, tutorial de maquiagem, entre outros assuntos.
- 3. Decor & Casa:** Se você mostrar o dia a dia da sua casa ou do seu apê, dá dicas de decoração, onde comprar móveis e objetos, DIY (Faça você mesmo), donas de casa que falam sobre a rotina diária, limpeza da casa e organização.



4. **Maternidade e Família:** Influenciadores (pais e mães) que compartilham dicas de como criar filhos, passeios com crianças, educação, viagens de família, maternidade e paternidade real.
5. **Saúde, bem-estar & Fitness:** médicos, psicólogos, nutricionistas, dentistas, especialistas em cuidados com a saúde e qualidade de vida. Perfis de influenciadores que compartilham um lifestyle fitness também se enquadram nesta categoria.
6. **Gastronomia & Viagens:** Chefs de cozinhas, culinaristas, influencers especializados em comida ou em comer bem, que dão dicas de restaurantes, pessoas que cozinham por prazer e por aí vai. Nesta categoria também participam influenciadores que dão dicas de viagens.
7. **Perfis Profissionais:** aqui concorrem os perfis que compartilham conteúdo sobre seu conhecimento, sejam dicas de marketing digital, vendas, comunicação, gestão, empreendedorismo, etc. Jornalistas e apresentadores de TV também se enquadram nesta categoria.
8. **Revelação do Ano:** Na primeira etapa o público poderá indicar os perfis que acreditam ser a revelação do ano no quesito influência digital na região. Na segunda etapa da votação, o júri técnico escolherá o vencedor de acordo com análises de métricas e conteúdos.

3.2 > Bloco 2: Campanhas/Cases/Estratégias

Neste bloco qualquer influenciador, marca ou agência poderão inscrever seus cases/projetos & campanhas seguindo as seguintes categorias:

1. **MELHOR CAMPANHA COM NANO INFLUENCIADORES:** Nesta categoria poderão ser inscritos trabalhos realizados com (ou por) influenciadores com até 10 (dez) mil seguidores, independente do número de influenciadores e do tamanho da campanha.

➔ Critérios de Avaliação

- ✓ Número de seguidores dos influenciadores participantes na época da veiculação da campanha;
- ✓ Mídias Sociais Utilizadas;
- ✓ Qualidade do conteúdo produzido x nível de informação da campanha;
- ✓ Criatividade;
- ✓ Resultado de retorno para marca de acordo com objetivo da campanha (alcance, visibilidade, engajamento, vendas, etc.)

➔ Formulário Específico da Categoria

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Quais mídias foram utilizadas na campanha?
- ✓ Qual foi o objetivo da campanha?



- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Imagens (até 10 imagens);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embeded Youtube) - opcional.

2. MELHOR EVENTO PRESENCIAL: Nesta categoria poderão ser inscritos eventos realizados com a presença física de influenciadores digitais, podendo ser lançamento de produtos ou serviços, inaugurações, comemorações de aniversário da marca, etc.

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Local e tamanho do evento;
- ✓ Coerência da proposta do evento com a realização do mesmo;
- ✓ Criatividade no desenvolvimento de ações para os influenciadores (convite, brindes, decorações, ativações, etc.)

➔ **Formulário Específico da Categoria**

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Local do Evento;
- ✓ Tamanho e quantidade de participantes do evento;
- ✓ Objetivo do Evento;
- ✓ Ações que foram desenvolvidas para os influenciadores;
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Imagens (até 10 imagens);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embeded Youtube) - opcional.



3. MELHOR EVENTO DIGITAL: Nesta categoria poderão ser inscritos eventos realizados de forma virtual com a presença de influenciadores digitais tanto como expectadores ou como convidados (palestrante), podendo ser lançamento de produtos ou serviço, inaugurações, comemorações de aniversário da marca e etc.

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Coerência da proposta do evento com a realização do mesmo;
- ✓ Criatividade no desenvolvimento de ações para os influenciadores (convite, brindes, ações online, etc.)

➔ **Formulário Específico da Categoria**

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Qual o objetivo do evento?;
- ✓ Descreva brevemente como foi o evento.
- ✓ Quais ações foram realizadas para os influenciadores;
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Imagens (até 10 imagens);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embedded Youtube) - opcional.

4. MELHOR CAMPANHA DE SEEDING/PRESS KIT: Nesta categoria está permitida a inscrição de cases onde a marca tenha enviado algum presente ou Press kit para o influenciador, sem remuneração envolvida.

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Criatividade na produção do Press Kit;
- ✓ Coerência da proposta da campanha com o Press kit desenvolvido;
- ✓ Seleção de influenciadores que tenham fit com a marca;
- ✓ Resultado de retorno para a marca de acordo com o objetivo da campanha (alcance, visibilidade, engajamento, vendas, etc.)



- ✓ *Obs.: caso queiram enviar o Press kit físico junto, será um bônus, caso contrário precisarão enviar fotos do que foi enviado aos influenciadores, com todos os detalhes, incluindo a carta (caso a tenha), para analisarmos o conteúdo da copy.*

➔ **Formulário Específico da Categoria**

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Qual a composição do Press Kit e porque estes itens foram escolhidos?
- ✓ Qual o perfil de influenciador que foi escolhido para a ação?
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Imagens (até 10 imagens);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embedded Youtube) - opcional.

5. MELHOR VÍDEO: Nesta categoria serão aceitos cases de vídeos produzidos para divulgação de campanhas com influenciadores, podendo ser de eventos, de conteúdo para mídias sociais, etc.

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Criatividade;
- ✓ Qualidade Visual;

➔ **Formulário Específico da Categoria**

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Qual foi o roteiro do vídeo?
- ✓ Qual era o objetivo do vídeo?
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);



- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embeded Youtube) - **obrigatório**.

6. MELHOR FOTOGRAFIA: Nesta categoria poderão ser inscritos cases de campanhas fotográficas realizadas com influenciadores digitais, podendo ser fotografia de eventos, campanhas editoriais ou conteúdo para mídias sociais.

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Criatividade;
- ✓ Qualidade Visual;

➔ **Formulário Específico da Categoria**

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Qual era o objetivo com estas fotografias/imagens?
- ✓ Qual o estilo de fotografia utilizado?
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Imagens (até 10 imagens);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embeded Youtube) - opcional.

7. MELHOR CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DE E-COMMERCE: Nesta categoria serão aceitos cases de e-commerces que utilizaram influenciadores digitais para divulgação da marca, site ou produtos.

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Seleção de influenciadores que tenham festa com a marca;
- ✓ Resultado de retorno para marca de acordo com o objetivo da campanha (alcance, visibilidade, engajamento, vendas, etc.)

➔ **Formulário Específico da Categoria**



- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embeded Youtube) - opcional.

8. MELHOR PERFIL DE MARCA: Qualquer marca do ABC paulista pode ser inscrita nesta categoria. Aqui os jurados avaliarão o perfil da marca no Instagram e decidirão em comum acordo, qual o melhor perfil no sentido da estratégia digital. Serão avaliados pontos como: qualidade visual (fotográfica e de vídeo), coerência, conteúdo, copy, informações básicas, experiência do usuário, interação e engajamento)

➔ **Critérios de Avaliação**

- ✓ Qualidade visual;
- ✓ Conteúdo/Copy;
- ✓ Experiência do usuário

➔ **Formulário Específico da Categoria**

- ✓ O @ dos influenciadores participantes;
- ✓ Relatório de métricas das redes sociais (antes e depois da campanha, número de seguidores, likes dos posts, comentários, engajamentos e acessos ao site, caso tenha sido redirecionado ao e-commerce);
- ✓ Resultados das campanhas (relatório geral da campanha, com relação de divulgação e vendas);
- ✓ Material fotográfico (anexar prints do conteúdo dos influenciadores e fotos/imagens da campanha, caso exista);
- ✓ Links (opcional);
- ✓ Link para videocase (embeded Youtube) - opcional.



3.3 > Comitê do Júri

Comitê do Júri do 2º Prêmio ABC Influenciadores - Os membros do comitê foram responsáveis pela definição das categorias, critérios de avaliação e indicação de profissionais que pudessem compor o júri de avaliação. Além disso, o comitê escolhe um dos seus representantes para assumir uma cadeira de vice-presidência junto ao Comitê Geral do Júri. Participaram deste comitê:

- ★ **Suellen Gargantini** - Agência Sugarlab & Co. **(Presidente do Comitê)**.
- ★ **Maria Cláudia Aravecchia Klein** - Revista Vida Prática. **(Vice Presidente do Comitê)**.
- ★ **Thaís Thomaz** - Magazine Luiza.
- ★ **Thaira Ferro** - Pinterest.
- ★ **Júlia Martins** - Influencemy.me
- ★ **Gabriela Bacelar** - Squidit
- ★ **Flávia Tegão** - Shopping ABC
- ★ **Beatrice Castro** - Agência Pippe.

Comitê Especial do 2º Prêmio ABC Influencers - O comitê especial é formado por um Padrinho/Madrinha do Comitê, um professor da área e um profissional de renome. O objetivo deste comitê é que ele possa permanecer na sala de julgamento por todo o tempo, auxiliando desta forma no julgamento do comitê regular.

- ★ **Professora** - Helena Sordili (Anhembi Morumbi)
- ★ **Padrinho** - Felipe Kino (Agência Gaiah)
- ★ **Profissional** - Raquel Sodré (FEIMI Startup e Pólen)

4. Inscrições | Composição e Período de Inscrição de Campanhas e Cases

4.1 > As inscrições de **Cases & Campanhas** para o **2º Prêmio ABC Influenciadores** poderão ser feitas das 13h do dia **28 de Julho de 2021** às 23h59 do dia **26 de Setembro de 2021**.

As inscrições de campanhas e cases só serão validadas a partir do momento da **confirmação do pagamento da taxa da inscrição do mesmo**. É possível realizar a inscrição do case e efetuar o pagamento na sequência para garantir a inscrição e seguir editando o case até a data limite do período de inscrições da etapa correspondente.

4.2 > A inscrição será composta obrigatoriamente por:

> Ficha cadastral completa do influenciador(a) dentro do marketplace da comunidade.



- > Apresentação e justificativa da campanha.
- > Pranchas serão formadas automaticamente pelo sistema.
- > Link para videocase/making of (opcional)
- > Carta de autorização de participação.

4.3 > Caso o **Influenciador(a)** participante inscreva mais de um case (na mesma categoria ou em categorias diferentes), será seguido o mesmo procedimento acima mencionado, porém pulando a etapa de cadastramento da empresa, o qual já estará efetivado e será acessado por meio de login e senha.

O conteúdo da justificativa das campanhas deve obedecer aos itens abaixo:

1. Categoria.
2. Cliente.
3. Marca/Produto.
4. Segmento da Marca.
5. Nome da Campanha.
6. Objetivo da Campanha.
7. Descritivo da Campanha.
8. Tempo de Duração.
9. Quantidade de influenciadores participantes.
10. Resultados.
11. Canais utilizados.
12. Vídeo (opcional).
13. Links.
14. Carta de anuência.
15. Imagens (Até 10 imagens).

4.4 > No ato da inscrição é obrigatório o preenchimento do formulário de cada case para que possa ser formada a prancha final.

4.5 > A inclusão de um videocase ilustrativo da campanha no ato da inscrição é opcional. O **influenciador(a)** deverá anexar o referido vídeo à inscrição como um complemento para a análise do júri. O vídeo deverá ter no



máximo **90 segundos** de duração e ser postado no YouTube (www.youtube.com) informando seu respectivo link no campo adequado da inscrição online. **Os vídeos com duração superior a 90 segundos serão desclassificados.**

4.6 > Os cases e campanhas inscritos deverão ter sido criados, implementados, veiculados e finalizados entre **1º de Junho de 2020 e 31 de Maio de 2021.**

4.7 > Uma mesma marca ou campanha (com o mesmo case ou cases diferentes) poderá ser inscrita pelo mesmo influenciador(a) em categorias diversas devendo, obrigatoriamente, **ter objetivos e justificativas distintos para cada inscrição, condizentes com cada categoria. O case/campanha inscrito em mais de uma categoria que apresentar argumentos iguais ou semelhantes poderá ser desclassificado.**

4.8 > São critérios desclassificatórios:

- (i) Cases inscritos que não tenham autorização;
- (ii) Campanhas criadas, implementadas ou finalizadas fora do período estipulado neste regulamento (1º de Junho de 2020 a 31 de Maio de 2021);
- (iii) Utilizar argumentação descritiva igual ou semelhante para um mesmo case/campanha inscrito em categorias distintas. Para cada categoria na qual o case estiver inscrito os conteúdos, objetivos e justificativas deverão ser, obrigatoriamente, diferentes e condizentes com a mesma;
- (iv) Cases que tiverem arquivos, pranchas ou vídeos fora dos formatos especificados neste regulamento;
- (v) Inscrições não concluídas, não pagas ou pagas fora do prazo de vencimento do boleto emitido;

4.9 > A inscrição de um case/campanha somente será válida se a mesma for efetuada dentro do prazo de inscrições mencionado no item 4.1 deste regulamento e ainda se for devidamente paga dentro do prazo de vencimento do boleto emitido.

4.10 > Somente serão aceitas inscrições que atenderem às condições definidas neste regulamento.

4.11 > Nenhum valor de inscrição pago será devolvido em caso de desclassificação da campanha/case concorrente por qualquer questão disposta neste regulamento ou por desistência da empresa.

5. Taxas de Inscrição

5.1 > Os valores abaixo contemplam a inscrição de cada case no **2º Prêmio ABC Influenciadores** e deverá ser pago dentro do período de inscrições:

> Valor por cada case/campanha inscrito:

- **Para Influenciadores Filiados (Mantenedoras ou Associadas) da Comunidade de Marketing ABCCom:** R\$ 300,00 (trezentos reais) por case/categoria.



- **Para Influenciadores não associadas à Comunidade:** R\$ 400,00 (quatrocentos reais) por case/categoria.

> Tabela de Descontos

A tabela progressiva de descontos na inscrição de cases é válida **somente para filiados da comunidade ABCCOM** e tem as seguintes regras.

Número de Cases	Valor Unitário	Parcelamento
até 10 cases inscritos	R\$ 300,00	2x
de 11 a 20 cases inscritos	R\$ 280,00	2x
de 21 a 30 cases inscritos	R\$ 260,00	3x
acima de 31 cases	R\$ 240,00	3x

5.2 > O pagamento fora do prazo de vencimento do boleto emitido, implicará na desclassificação da campanha.

5.3 > As indicações/inscrições de influenciadores para concorrer no **Bloco 1 de Melhores Influenciadores são isentas de taxa de inscrição.**

6. Comissão Julgadora

6.1 > A avaliação e julgamento dos cases/campanhas do **2º Prêmio ABC Influenciadores** será feita por um júri formado por profissionais de mercado das mais diversas áreas de marketing e comunicação e marketing de influência e professores de universidades da região e do Estado.

6.2 > Os componentes do júri serão indicados pela diretoria da Comunidade ABCCOM e pelos Comitê do Setor.

6.3 > Os jurados não terão o direito de votar (quando for o caso) em seus próprios trabalhos ou em quaisquer outros que demonstrarem interesse adquiridos, sendo casos como este acompanhados pelo líder do júri e pela auditoria.

6.4 > O julgamento na fase 2 do Comitê do Júri do Prêmio poderá ser feito de forma OnLine ou de forma presencial de acordo com os protocolos de segurança do Estado de São Paulo.

6.5 > O julgamento ocorrerá no dia **5 de Novembro de 2021.**

6.6 > O julgamento será acompanhado por um auditor independente que, além de ser o responsável pelas planilhas de julgamento, também cuidará da guarda dos resultados até a cerimônia de premiação.



6.7 > Os jurados reservam-se o direito de não aceitar qualquer inscrição que for por eles considerada, na sua descrição exclusiva, violadora de qualquer lei relevante ou do Código de Ética da ABA, ABRADI, AMPRO, APP, ABAP e Conar. Neste caso, não haverá reembolso do valor da inscrição.

6.8 > A entrega dos prêmios para os finalistas ocorrerá em uma cerimônia de premiação, que acontecerá no dia **9 de Dezembro de 2020**, em local a ser definido, quando serão revelados os prêmios OURO, PRATA e BRONZE em cada categoria. Os detalhes do evento, bem como a aquisição de convites para o mesmo, serão divulgados no Portal do **ABC da Comunicação**.

6.9 > Caso, por motivos de força maior, não seja possível realizar o evento presencial, a cerimônia de premiação será realizada de forma virtual/online na mesma data citada acima.

7. Critérios de Avaliação

7.1 > Os cases/campanhas inscritos serão avaliados segundo quatro critérios básicos: estratégia, conceito, execução e resultados, além dos critérios específico de cada categoria.

Estratégia: qual foi a estratégia desenvolvida para alcançar os objetivos de marketing e comunicação e por quê? A estratégia foi pensada para a marca e o público-alvo? Quais as perspectivas foram descobertas e como elas ajudaram na estratégia? Aqui serão consideradas adequação, relevância e qualidade do pensamento estratégico.

Conceito: Dado os objetivos, quão forte e relevante é o conceito? É forte para a marca e o público-alvo? Como o case/campanha foi planejado? Esta é uma ideia original? Neste quesito serão considerados originalidade, criatividade, ineditismo e impacto geral do conceito.

Execução: Quão bem foram executados todos os elementos e etapas da campanha? Qualidade, conceito criativo e programa de implementação? Que problemas foram enfrentados e superados, com consumidores, equipes e força de vendas? Como a campanha se destacou? Teve forte presença no mercado? Serão consideradas qualidade, complexidade e criatividade durante a execução. Quais canais foram utilizados pelo influenciador? Qual relevante e adequado foi a sua atuação dentro da campanha?

Resultados: Explicar os resultados da campanha usando o máximo de detalhes possíveis. Quão bem a campanha se saiu diante dos objetivos estabelecidos? Foram dados padrões verossímeis para dar contexto à força dos resultados? Se existem resultados confidenciais, qualifique-os, indique-os ou descreva-os com o máximo de detalhes possíveis. Apresentar os números das redes sociais e seu respectivo engajamento.

7.2 > Os cases/campanhas concorrentes receberão pontos para cada critério, conforme a tabela:

Fraco: 1 a 2 pontos.

Insuficiente: 3 a 5 pontos.

Boa: 6 a 8 pontos.



Excelente: 9 a 10 pontos.

7.3 > As campanhas que obtiverem as **cinco** maiores médias de pontos farão parte do **shorlist** e serão avaliadas novamente pelo júri que decidirá se todas deverão ser premiadas, em função da qualidade dos componentes da campanha, conforme critérios mencionados acima (item 7.1). Sua colocação entre os finalistas, ou seja, OURO, PRATA e BRONZE, será definida não somente pela pontuação recebida na fase 1 (um) online mas também levando em conta os critérios estabelecidos no júri presencial com a participação de todo o comitê do júri. **Os cases somente serão conhecidos durante a cerimônia de premiação.**

7.4 > Em caso de empate o júri decidirá qual campanha é a melhor, reavaliando as campanhas em questão sob os mesmos critérios mencionados no item 7.1. Poderemos ter mais de um finalista na mesma categoria sendo premiados com OURO, PRATA ou BRONZE. Também poderemos ter categorias onde não haja premiação com OURO ou PRATA, caso o júri entenda que a qualidade das campanhas inscritas não é condizente com tais prêmios.

7.5 > Serão considerados vencedores e terão direito a receber prêmios de OURO, PRATA e BRONZE, as empresas responsáveis pelas inscrições dos cases.

7.6 > O comitê do Júri é formado por: Suellen Gargantini (Presidente), Maria Cláudia Klein (Vice Presidente), Luciano Bonetti (CEO da Comunidade ABCCOM), Colunistas do Portal ABC da Comunicação, além dos profissionais apresentados neste regulamento, bem como os profissionais de marketing de influência que fazem parte do GT de Influenciadores da comunidade **ABCCOM**.

7.7 > A decisão do júri é soberana e não estará sujeita, em hipótese alguma, a recursos ou qualquer outro procedimento similar. Os resultados serão auditados por empresa competente para tal.

8. Votação Blocos 1 - Melhores Influenciadores e 2 - Cases & Campanhas

8.1 > A votação do **Bloco 1 MELHORES INFLUENCIADORES** será aberta e popular e será feita por sistema online de acordo com o item 3.1.1 deste regulamento. A votação seguirá o seguinte cronograma:

- Dia 28 de Julho - Início do Cadastramento de Influenciadores que desejam concorrer ao Prêmio.
- Dia 8 de Agosto - Último dia para cadastramento do influenciador que deseja concorrer ao Prêmio deste Bloco
- Dia 11 de Agosto - Início da Votação Popular Fase 1
- Dia 12 de Setembro - Final da Votação Popular Fase 1
- Dia 15 de Setembro - Início da Votação Popular Fase 2 Final
- Dia 24 de Outubro - Final da Votação Popular Fase 2 Final



8.2 > A votação on line do **Bloco 2 de Cases & Campanhas** terá o seguinte cronograma:

- Dia 28 de Julho - Início das Inscrições de Cases
- Dia 26 de Setembro - Final das Inscrições de Cases
- Dia 30 de Setembro - Início da Votação Online de Cases (Júri online)
- Dia 24 de Outubro - Final da Votação Online de Cases (Júri online)
- Dia 5 de Novembro - Encontro oficial do comitê.

9. Considerações Gerais

9.1 > Para informações adicionais ou esclarecimentos, procurar a **Comunidade ABCCOM** pelo telefone **(11) 9.6669-7684** ou pelo email premioabc@abcdacomunicacao.com.br

9.2 > Os influenciadores participantes da premiação concederão à **Comunidade ABCCOM** o direito **de publicar e comercializar** os cases inscritos e seu respectivo conteúdo. Em ambos os casos, sem qualquer pagamento as empresas e **sem necessidade de uma autorização exclusiva**.

9.3 > Todas as inscrições serão de propriedade física da **Comunidade ABCCOM** imediatamente após suas confirmações como inscritas, ficando subentendido que as empresas responsáveis pelos cases inscritos concordam inteiramente com essa condição. **Não há responsabilidade por perda ou dano dos arquivos**.

9.4 > A participação implicará na completa aceitação das condições deste regulamento. Qualquer situação não prevista ou divergências serão decididas, de forma soberana e irrecorrível, pela comissão organizadora do evento e diretoria da **Comunidade ABCCOM**.

9.5 > Ao final do evento a **Comunidade ABCCOM** publicará um anuário digital com os cases e campanhas vencedoras do **2º Prêmio ABC Influenciadores**, com as indicações de OURO, PRATA e BRONZE.



Calendário Resumido - Prêmio ABC Influencers - MELHORES INFLUENCIADORES

DATA	ATIVIDADE	OBSERVAÇÃO
27 de Julho	Lançamento do Prêmio ABC INFLUENCERS	Presencial e Online
28 de Julho	Início do Período Inscrições dos Influenciadores	Gratuito
8 de Agosto	Fim do Período das Inscrições dos Influenciadores	
11 de Agosto	Início da Votação - Fase 1	Popular
12 de Setembro	Fim da Votação - Fase 1	Online
15 de Setembro	Início da Votação - Fase 2	Popular
24 de Outubro	Fim da Votação - Fase 2	Online
9 de Dezembro	Festa do Prêmio ABC Influencers	Presencial

Calendário Resumido - Prêmio ABC Influencers - CASES & CAMPANHAS

DATA	ATIVIDADE	OBSERVAÇÃO
27 de Julho	Lançamento do ABC Influencers	Presencial e Online
28 de Julho	Início do Período de Inscrição de CASES	A partir das 13h pelo sistema do prêmio
26 de Setembro	Fim do Período de Inscrições de CASES	até 23h59
30 de Setembro	Início da Votação Online FASE 1	Jurados online
24 de Outubro	Fim do Período de Votação Online Fase 1	Jurados online
5 de Novembro	Encontro Oficial do Comitê do Júri	Definição das Premiações
9 de Dezembro	Cerimônia de Entrega do Prêmio ABC 2021	

Comissão Organizadora do 2º Prêmio ABC Influenciadores | Comunidade ABCCom