

Abradi

REGULAMENTO PRÊMIO ABRADI 2025

1. Apresentação

Para comemorar o #0404 Digital Day, reposicionamos o Prêmio Abradi, com o objetivo de valorizar ainda mais os profissionais digitais que, muitas vezes, não tiveram a chance em premiações tradicionais. Além dos profissionais sempre reconhecidos pelo projeto, a novidade em 2025 é a participação de agências em 6 categorias exclusivas.

Temos como objetivo:

- Reconhecer Talentos: Valorizar profissionais e agências que se destacam no marketing e comunicação digital.
- Fomentar Boas Práticas: Destacar cases inovadores e inspiradores para o mercado.
- Impulsionar Visibilidade: Ampliar o reconhecimento de projetos e profissionais no setor.
- Incentivar Inovação: Premiar estratégias criativas e disruptivas que moldam o futuro do setor.

O prêmio é para todos os profissionais, agências e empresas do mercado digital.

2. Inscrição

2.1 – Período de inscrição: 02/12/2024 à 14/02/2025

2.2 – Documentos necessários para realizar a inscrição: Para o cadastro do projeto o participante deverá reunir as seguintes informações do case/projeto: Título, Resumo do Case ou Projeto, Objetivos, Soluções e Estratégias Implementadas, Resultados Obtidos e Materiais de apoio. É obrigatório preencher as informações solicitadas, respeitando o limite de até 500 caracteres. O não cumprimento das etapas descritas resultará na desclassificação.

Um mesmo case não pode ser inscrito em mais de uma categoria.

2.3 – Como se inscrever: Basta acessar o link:

<https://www.sympla.com.br/evento-online/premio-abradi-inscricoes-de-agencias-e-profissionais/2748629>

2.4 – Valores de inscrições de Agências

2.4.1 – Inscrição de Agência Associada à Abradi: R\$ 195,00 (cento e noventa e cinco reais).

2.4.2 – Inscrição de Agência NÃO Associada à Abradi: R\$ 495,00 (quatrocentos e noventa e cinco reais)

2.5 – Valores de inscrições de Profissionais

2.5.1 – Inscrição de Profissional Associado à Abradi: R\$ 99,00 (noventa e nove reais).

Abradi

2.5.2 – Inscrição de Profissional NÃO Associado à Abradi: R\$ 165,00 (cento e sessenta e cinco reais)

3. Categorias da Premiação e Critérios de Avaliação

Cada participante será avaliado em duas etapas. Na primeira etapa, o número global de inscritos será julgado por um comitê de diretores da Abradi, o qual será composto por, no mínimo, 3 membros da diretoria por categoria. Já na segunda etapa, para definição do vencedor, entre os três finalistas da etapa anterior, haverá um comitê de no mínimo 4 executivos convidados do mercado. Por fim, um prêmio especial Votação Popular premiará, entre os finalistas de todas as categorias, 1 profissional e 1 agência. Essa ação acontecerá por meio de uma votação aberta pela internet.

Desde já fica consignado que diretores da Abradi serão impedidos de votar em categorias onde suas agências e/ou colaboradores estiverem concorrendo.

Cada jurado escolherá a agência e/ou profissional que considerar mais destacado, de acordo com os critérios estabelecidos abaixo:

3.1. – Categorias para profissionais

3.1.1 – Cientista de dados (4 critérios)

Análise precisa e insights estratégicos: a profundidade e precisão das análises de dados e a capacidade de gerar insights valiosos para a tomada de decisões.

Uso inovador de algoritmos: avaliação da utilização de algoritmos de forma criativa para resolver problemas complexos.

Capacidade de prever tendências: habilidade em utilizar dados históricos para prever comportamentos futuros, ajudando a empresa a se antecipar ao mercado.

Impacto nas tomadas de decisão: como as análises de dados contribuíram para decisões estratégicas que impulsionaram o sucesso do negócio.

3.1.2 – Customer Experience (3 critérios)

Engajamento e satisfação do cliente: nível de envolvimento e contentamento dos clientes com a marca, produtos ou serviços.

Capacidade de resolver problemas de forma eficaz: agilidade e eficiência em solucionar problemas e gerenciar crises de forma proativa.

Inovação no atendimento: utilização de novas tecnologias, processos ou abordagens que melhoram a experiência do cliente.

Impacto na fidelização: como o atendimento ao cliente contribuiu para a retenção e fidelização a longo prazo.

3.1.3 – Designer UX/UI (3 critérios)

Inovação no design: análise da aplicação de tendências de design inovadoras e criativas, diferenciando-se da concorrência.

Acessibilidade: verificação de como o design atende a diferentes tipos de usuários, incluindo pessoas com deficiências.

Abradi

Experiência do usuário: A quão satisfatória é a experiência de interação com o produto ou serviço, incluindo a funcionalidade e o fluxo de navegação.

3.1.4 – Diretor de arte (3 critérios)

Estética visual: será analisada a harmonia, uso de cores, tipografia e design geral das peças criadas.

Inovação: capacidade de desenvolver conceitos que se destaquem pela originalidade e diferenciação no mercado.

Consistência com a identidade da marca: a habilidade de manter a identidade visual e os valores da marca em diversas peças diferentes.

3.1.5 – Gestor de Projetos (4 critérios)

Liderança na execução de projetos: capacidade de coordenar equipes e liderar projetos do início ao fim, garantindo comunicação eficaz e foco nos resultados.

Cumprimento de prazos: avaliação da eficiência no cumprimento dos prazos estabelecidos.

Gestão eficiente de equipes e recursos: capacidade de alocar e gerenciar recursos humanos e materiais de maneira otimizada.

Entrega de resultados acima do esperado: o quão bem os projetos finalizados superaram as expectativas iniciais, seja em termos de qualidade ou impacto.

3.1.6 – Gestor de Growth (3 critérios)

Desenvolvimento e execução de estratégias de crescimento escaláveis: capacidade de criar e implementar estratégias que resultem em crescimento contínuo e sustentável.

Inovação em métodos de aquisição e retenção de clientes: avaliação de técnicas criativas para atrair e reter clientes, aumentando a base de usuários e clientes fiéis.

Performance em métricas de crescimento: resultados mensuráveis em métricas-chave, como aumento de receita, usuários, clientes e engajamento.

3.1.7 – Gestor de Mídia/Tráfego (3 critérios)

Estratégia de alocação de recursos: como o profissional distribui e otimiza o orçamento entre diferentes canais de mídia para maximizar resultados.

Resultados em ROI/ROAS: avaliação do retorno sobre investimento (ROI) e retorno sobre gasto de anúncios (ROAS) nas campanhas executadas.

Domínio de ferramentas de mídia paga: avaliar o conhecimento profundo no uso de plataformas como Google Ads, Facebook Ads e outras para a gestão eficiente das campanhas.

3.1.8 – Programador (4 critérios)

Qualidade de código: legibilidade, organização e clareza do código desenvolvido.

Inovação técnica: avaliação de soluções técnicas inovadoras aplicadas ao projeto, como uso de novas linguagens, frameworks ou abordagens.

Abradi

Eficiência nas soluções desenvolvidas: aqui, será contado se o desempenho do código é eficiente em termos de velocidade, uso de recursos e escalabilidade.

Capacidade de integração de tecnologias: habilidade de combinar diferentes sistemas e tecnologias em um único projeto, garantindo compatibilidade e funcionalidade.

3.1.9 – Redator/Copywriter (5 critérios)

Inovação: grau de inovação na criação de textos, bem como a capacidade de sair do óbvio e propor novas abordagens criativas para comunicar a mensagem.

Clareza: os textos precisam ser objetivos e de fácil compreensão, independentemente do público-alvo.

Persuasão: habilidade do redator de influenciar o público, levando-o a uma ação específica, seja compra, adesão ou outro tipo de comando.

Adequação ao público-alvo: será considerado se o texto está alinhado com o perfil e as expectativas do público para o qual foi criado.

Domínio técnico da linguagem: uso correto da gramática, ortografia e estilo, além da fluidez e naturalidade do texto.

3.1.10 – Social Media (5 critérios)

Gestão de comunidades: habilidade de construir e manter uma comunidade engajada, como é feita a interação com os seguidores e se a linguagem utilizada corresponde às personas.

Crescimento de seguidores: crescimento do número de seguidores e o alcance das publicações nos perfis trabalhados.

Engajamento nas plataformas: qual é o nível de interação com os conteúdos, como curtidas, compartilhamentos, comentários e respostas.

Originalidade de conteúdo: como a criação de conteúdos criativos e inovadores se destacam nas redes sociais.

Expertise em plataformas: qual é o nível de conhecimento em diferentes plataformas (Instagram, Facebook, TikTok etc), com base nos resultados apresentados.

3.2. – Categorias para agências

3.2.1 – Melhor case de CRM (4 critérios)

Estratégias de segmentação e personalização: capacidade de segmentar clientes e oferecer experiências personalizadas com base em dados.

Impacto na retenção de clientes: resultados em termos de retenção, fidelização e satisfação dos clientes.

Integração de tecnologias de CRM: uso eficiente de ferramentas e plataformas para a gestão de relacionamento com o cliente.

Resultados mensuráveis em fidelização: Aumento de clientes recorrentes, satisfação e lealdade à marca.

Abradi

3.2.2 – Melhor case de digital branding (2 critérios)

Desenvolvimento de identidade digital: avaliação do processo de criação e fortalecimento da identidade visual e verbal da marca no ambiente digital, considerando a justificativa do design para a definição do projeto final.

Impacto no reconhecimento da marca: avaliaremos como o público reagiu à marca, considerando os comentários e nível de aceitação.

3.2.3 – Melhor case de E-commerce (4 critérios)

Usabilidade da plataforma: análise da qualidade da experiência de navegação, verificando se as páginas são intuitivas, além do processo de compra na loja virtual.

Inovação nas estratégias de vendas: criatividade nas ofertas, promoções e estratégias de engajamento que impulsionaram as vendas.

Resultados de conversão: medição do aumento nas taxas de conversão, vendas e ticket médio.

Experiência de compra do cliente: avaliação da jornada do cliente, desde a descoberta do produto até a finalização da compra e pós-venda.

3.2.4 – Melhor case de uso de Inteligência Artificial (4 critérios)

Implementação criativa e eficiente da IA: se o uso inovador da IA para resolver desafios do negócio foi feita de forma eficiente para gerar mais resultados.

Resultados obtidos com a solução: a qualidade dos resultados alcançados após a aplicação da IA, como aumento de produtividade, precisão ou receita.

Inovação no uso da tecnologia: se a aplicação da IA em um contexto empresarial gera valor real para o cliente.

Impacto no mercado: como a solução de IA influenciou o mercado ou setor em que foi aplicada.

3.2.5 – Melhor estratégia de marketing digital (4 critérios)

Abordagem inovadora: capacidade de criar uma estratégia original e eficaz, diferenciando-se no mercado.

Uso eficiente de diferentes canais digitais: o quão bem os canais como redes sociais, e-mail, SEO, entre outros, foram usados em conjunto para maximizar os resultados.

Resultados em métricas de branding e conversão: a eficácia da estratégia em aumentar o reconhecimento da marca e gerar conversões.

Impacto no crescimento da marca: como a estratégia ajudou a expandir a marca, seja em alcance, engajamento ou faturamento.

3.2.6 – Melhor case de responsabilidade social (4 critérios)

Impacto social gerado: avaliação do alcance e profundidade das ações realizadas em prol de causas sociais.

Abradi

Inovação na abordagem de responsabilidade corporativa: uso das estratégias criativas para promover responsabilidade social dentro do ambiente corporativo.

Contribuição para causas sociais: medição do valor agregado à sociedade, com foco em ações concretas e mensuráveis.

Alinhamento com os valores da empresa: como as ações de responsabilidade social refletem os valores e a cultura da organização.

4. Seleção de finalistas

4.1 – O comitê julgador será divulgado a partir de 15 de fevereiro de 2024.

4.2 – Nesta avaliação o comitê julgador irá gerar a lista com os 3 finalistas de cada categoria que irão para a votação do júri técnico e votação do prêmio especial “Votação Popular”.

4.3 – A seleção vai acontecer de 20/02/2025 à 27/02/2025.

4.4 – A apuração será sigilosa, de responsabilidade do presidente da Abradi e a quem mais porventura este determinar.

5. Votação para vencedores

Os finalistas serão avaliados por um comitê de no mínimo 4 executivos, que definirão os vencedores por categoria.

5.1 – O comitê julgador será divulgado a partir de 15 de fevereiro de 2024.

5.2 – Nesta avaliação o comitê julgador irá gerar a lista de vencedores, 1 profissional e 1 agência por cada categoria.

5.3 – A apuração será sigilosa, de responsabilidade do presidente da Abradi e a quem mais porventura este determinar.

5.4 - A seleção vai acontecer de 04/03/2025 à 24/03/2025.

6. Prêmio especial “Votação Popular”

Adicionalmente à votação do júri técnico, os finalistas participarão de uma votação popular, que elegerá 1 vencedor entre os profissionais e 1 entre as agências.

6.1 – A divulgação da lista de finalistas, do sistema de votação para o público e da data de votação será de 04/03/2025 à 24/03/2025.

6.2 – Serão válidos apenas 2 votos por pessoa/CPF, um para profissional e outro para agência. Adicionalmente, validados por IP ao final da votação.

7. Cerimônia de premiação

A cerimônia de entrega dos troféus será dia 04/04/2025, no Dia do Profissional Digital em São Paulo. Local à definir

8. Divulgação dos vencedores

Abradi

A divulgação dos vencedores será realizada em uma cerimônia a ser realizada no dia 04/04/2025, o local ainda será definido e avisado com antecedência. Após esta data os vencedores serão divulgados no site do prêmio e nos veículos de comunicação digital que cobrirem o prêmio.

9. Condições Gerais

9.1 – Desclassificação

O participante poderá ser desclassificado caso seja comprovado o fornecimento de informações falsas, fraudulentas ou que não atendam aos requisitos estipulados no regulamento. Além disso, o descumprimento das regras de inscrição, como prazos ou critérios de elegibilidade, também poderá resultar em desqualificação.

9.2 – Situações Extraordinárias

Em casos de situações imprevistas, como força maior ou questões operacionais, a organização do prêmio poderá adiar ou cancelar o evento, reembolsando os inscritos dos valores pagos. Quaisquer alterações serão comunicadas aos participantes com antecedência.

9.3 – Resolução de Dúvidas e Disputas

Caso surjam dúvidas sobre o regulamento ou eventuais disputas durante o processo de avaliação, a organização se reserva o direito de tomar decisões finais. As questões serão analisadas de forma transparente e com o objetivo de garantir a integridade e o bom andamento do prêmio.

9.4 – Cancelamento de categorias

Poderão deixar de ser premiadas uma ou mais categorias, caso não seja atingido o mínimo de 5 inscrições ou as mesmas não tenham apresentado os requisitos mínimos necessários de inscrição. Nesta ocasião, os inscritos serão reembolsados por esse cancelamento de categoria.