

## **31º PRÊMIO ABEMD 2025 - REGULAMENTO**

Leia atentamente este regulamento.  
Ele será importante para todo o seu processo de inscrição.

### **Inscrições**

Serão aceitas para o 31º PRÊMIO ABEMD 2025, inscrições de cases de Marketing de Dados não inscritos anteriormente nesta premiação e que tenham seus resultados apurados até a data final das inscrições.

**O prazo de encerramento das inscrições será no dia 30 de março de 2025.**

A inscrição no Prêmio ABEMD poderá ser feita tanto pela agência (desde que tenha a aprovação do cliente, conforme atestado que consta no formulário de inscrição e sujeito à conferência da ABEMD, caso o cliente não assine) quanto pelo próprio cliente ou usuário.

**A premiação será destinada à empresa que efetuou a inscrição.**

### **Valor da taxa de inscrição para o 31º PRÊMIO ABEMD 2025**

#### **1º Lote:**

**Período de 07/10/2024 a 09/12/2024**

**Associado ABEMD: R\$ 2.035,00** (Dois mil e trinta e cinco reais)

**Não Associado ABEMD: R\$ 2.875,00** (Dois mil oitocentos e setenta e cinco reais)

**Taxa de Finalista: R\$ 7.935,00 (Incluindo 01 convite + troféu)**

#### **2º Lote:**

**Período de 10/12/2024 a 09/02/2025**

**Associado ABEMD: R\$ 2.110,00** (Dois mil cento e dez reais)

**Não Associado ABEMD: R\$ 2.980,00** (Dois mil novecentos e oitenta reais)

**Taxa de Finalista: R\$ 8.855,00 (Incluindo 01 convite + troféu)**

#### **3º Lote:**

**Período de 10/02/2025 a 30/03/2025**

**Associado ABEMD: R\$ 2.290,00** (Dois mil duzentos e noventa reais)

**Não Associado ABEMD: R\$ 3.235,00** (Três mil duzentos e trinta e cinco reais)

**Taxa de Finalista: R\$ 9.775,00 (Incluindo 01 convite + troféu)**

### **Valores estimados Festa Prêmio ABEMD**

**Convite para a Festa: R\$ 900,00**

**Troféu extra: R\$ 900,00**

O pagamento das taxas de inscrição e finalista, deverá ser efetuado através de boleto bancário ou pix, conforme instruções constantes quando do envio do faturamento, sendo que todas as taxas deverão ser quitadas até o dia 31/08/2025, impreterivelmente.

**Observação: Caso haja desistência ao longo do processo durante a inscrição, será devolvido 30% do valor pago. A falta de pagamento da Taxa de Finalista desclassificará automaticamente o case inscrito.**

As instruções para a inscrição estão detalhadas no formulário de inscrição on-line disponível no hotsite do Prêmio.

Todas as empresas que se inscreverem deverão enviar um vídeo de 30 a 60 segundos, formato horizontal, mencionando os motivos que as levaram a efetuar a inscrição, bem como preencher o “Termo de Cessão de Uso de Imagem” disponível no hotsite do Prêmio.

### **Especialidades dos cases inscritos**

Os cases poderão ser inscritos nas seguintes especialidades:

Especialidade Customer Success / Customer Experience

Especialidade Interactive

Especialidade CRM / Data Driven

Especialidade Digital

Especialidade Innovation

Especialidade Acessibilidade

Especialidade ESG

Especialidade Uso Criativo de Dados

Cada especialidade possui suas características específicas, tendo por isso critérios de avaliação distintos.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição individual. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. É permitido a inscrição do mesmo case em mais de uma especialidade.

O Comitê Executivo do Prêmio tem autonomia também para definir novas especialidades e ajustar as existentes ou ainda reclassificá-las, sempre com o objetivo de garantir o equilíbrio e andamento adequado do julgamento.

### **Júri, Critérios de Avaliação/Notas e Julgamento**

O júri é composto por cerca de 40 jurados – renomados profissionais de agências, anunciantes e fornecedores usuários de Marketing de Dados.

É dividido em grupos específicos para cada especialidade sob a direção da presidente da ABEMD.

É vedada aos integrantes do júri a atribuição de notas aos cases das empresas/grupos aos quais representem.

Caberá a cada jurado a responsabilidade de atribuir notas para os critérios estabelecidos para cada especialidade, conforme abaixo:

### **Especialidade Interactive**

- Subcategoria Campanha – Estratégia (Peso 1,5), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 3);
- Subcategoria Programa – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 2,5);
- Subcategoria Mala Direta – Estratégia (Peso 1,5), Criação (Peso 2,5) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Ação de Comunicação – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 3) e Resultado (Peso 1);
- Subcategoria Ação de Interação – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 3) e Resultado (Peso 1).

### **- Especialidade Customer Success / Customer Experience**

- Subcategoria Atendimento ao Consumidor/SAC – Estratégia (Peso 1,5); Resultado (Peso 2) e FCR (First Call Resolution) (Peso 2,5);
- Subcategoria Televendas – Estratégia (Peso 2,5) e Resultado (Peso 3,5);
- Subcategoria Cobrança/Recuperação de Crédito – Estratégia (Peso 2) e Resultado (Peso 4).

### **Especialidade CRM / Data Driven**

- Subcategoria com Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 1,5), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2,5);
- Subcategoria sem Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 2,5) e Resultado (Peso 3,5).

### **Especialidade Digital**

- Subcategoria Ações Digitais – Campanhas – Estratégia (Peso 1,5), Execução (Peso 1), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Ações Digitais – Mídia e SEO – Estratégia (Peso 1,5), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1) e Resultado (Peso 2)
- Subcategoria E-mail Marketing – Estratégia (Peso 1,5), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Canais Sociais – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Influenciadores – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Estratégia de Conteúdo – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Plataformas Digitais – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 2), Criação (Peso 1) e Resultado (Peso 2);

- Subcategoria Games – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2).

#### **Especialidade Innovation**

Estratégia (Peso 2), Execução (Peso 1) e Resultado (Peso 3) para todas as subcategorias.

#### **Especialidade Acessibilidade**

Estratégia (Peso 2), Execução (Peso 2,5) e Resultado (Peso 1,5).

#### **Especialidade ESG**

- Subcategoria Projetos Sociais e de Sustentabilidade – Estratégia (Peso 2), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 1);

- Subcategorias Comunicação Interna e Comunicação Corporativa – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 2,5) e Resultado (Peso 1,5).

#### **Especialidade Uso Criativo de Dados**

- Premiação multicategoria, onde todos os jurados, ao finalizar o julgamento, indicam um ou mais cases que tenham um uso criativo e inovador de dados. Os indicados formam o ranking da categoria.

A nota média de cada case é obtida da seguinte forma: primeiramente é calculada a média ponderada das notas de cada jurado nos critérios estabelecidos em sua especialidade, conforme acima. Em seguida, a soma das médias ponderadas é dividida pelo número de jurados que julgou o case.

#### **ATENÇÃO:**

Os dados relativos aos resultados do case inscrito serão mantidos restritos ao júri que o analisou. Isoladamente, nenhum desses dados poderá ser divulgado pela ABEMD, conforme termo de confidencialidade assinado pelo Comitê Executivo do Prêmio no final deste regulamento.

#### **Premiação**

Finalizados os trabalhos e eleitos os cases que ganhadores, caberá a Diretoria da ABEMD, a escolha dos prêmios: Criação, Grand Prix, Agências do Ano, Cliente do Ano; O Melhor dos Melhores em Interactive; Customer Success/Customer Experience; CRM/Data Driven; Digital; Innovation; Acessibilidade e ESG, tendo a prerrogativa de decidir por quaisquer outros que julgarem oportuno.

Serão atribuídos troféus Prêmio ABEMD Ouro, Prata ou Bronze, obedecendo à ordem das médias alcançadas, independente da especialidade.

Os critérios de desempate serão: primeiro a maior média alcançada no critério de Resultados, se necessário for, seguirá a disputa pelo critério da maior média de Estratégia e por último, em caso de novo empate, a maior média de Criação.

As empresas finalistas serão comunicadas pela ABEMD, ocasião em que deverão fazer o pagamento da Taxa de Finalista por case, que lhes dará direito à confecção do respectivo troféu e 01 convite para a Festa de Premiação.

As empresas vencedoras que desejarem outros exemplares do troféu recebido, poderão

encomendá-los diretamente junto à ABEMD.

### **Prêmios Especiais**

**Grand Prix** - o premiado com o Grand Prix 2025 será o case referendado pela Diretoria do Prêmio ABEMD entre os cases de maior média nas especialidades que tem o critério criação. Eventualmente poderão ser avaliados outros cases de outras categorias. Pontuação Grand Prix: 60 pontos.

**Prêmio Criação** - o premiado será escolhido entre os cases finalistas com as maiores médias no critério Criação. Esses julgados nas categorias: Interactive e Digital.

**O Melhor dos Melhores em Interactive** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Interactive” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 20 pontos.

**O Melhor dos Melhores em Customer Success / Customer Experience** – o premiado como “O Melhor dos Melhores em Customer Success / Customer Experience” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por premiação: 60 pontos; sendo: Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 20 pontos.

**O Melhor dos Melhores em CRM/Data Driven** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em CRM/Data Driven” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 20 pontos.

**O Melhor dos Melhores em Digital** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Digital” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 30 pontos.

**O Melhor dos Melhores em Innovation** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Innovation” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 30 pontos.

**O Melhor dos Melhores em Acessibilidade** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Acessibilidade” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 30 pontos.

**O Melhor dos Melhores em ESG** - o premiado como “O Melhor dos Melhores em ESG” será o case de maior média na especialidade.

Pontuação por Premiação: 60 pontos; sendo: Criação - 60 pontos; Ouro - 40 pontos; Prata - 30 pontos; Bronze - 30 pontos.

**Agência do Ano** - receberá o prêmio Agência do Ano aquela que somar o maior número de pontos, conforme o seguinte critério por premiação na sua especialidade.

Em caso de empate para o prêmio Agência do Ano, vence a disputa a agência que ganhou o Grand Prix, O Melhor dos Melhores em Interactive; Customer Success / Customer Experience, CRM/Data Driven ou em Digital. Fora essa possibilidade, em caso de novo empate, vence a disputa a agência com o maior número de troféus Ouro; Prata; Bronze e maior número de inscrições no Prêmio ABEMD 2025, respectivamente.

### **Determinações Gerais**

Todo o material dos cases finalistas do Prêmio passará a fazer parte da ABEMD, servindo como referência a todos os associados e podendo ser reproduzido pela ABEMD, por qualquer meio, para divulgação interna ou externa.

A divulgação dos cases será baseada no texto elaborado pela agência/cliente, que será solicitado pela ABEMD. Caso este case não seja enviado no prazo estabelecido, à ABEMD tem total liberdade para editar e utilizar os textos enviados no formulário de inscrição do case.

As decisões do júri do 31º PRÊMIO ABEMD são irrecorríveis. Os casos omissos neste regulamento serão decididos pela Diretoria da ABEMD/Prêmio que aquele integra, dependendo de sua natureza.

Para mais informações, nos contate pelo nº (11) 9 9166-3825 ou mande um e-mail para [premio@abemd.org.br](mailto:premio@abemd.org.br)

**ATENÇÃO:** Este regulamento e a ficha de inscrição on-line poderão sofrer alterações para aprimoramento. Caso ocorra alguma correção, a ABEMD informará diretamente a todas as empresas concorrentes, bem como publicará as alterações no site oficial do 31º Prêmio ABEMD.

### **Material para Inscrição**

Para participar do Prêmio, os materiais deverão ser anexados a Ficha de Inscrição disponível no hot site do Prêmio **até o dia 15/04/2025**.

### **Normas de preenchimento da ficha de inscrição**

Deverão ser respeitadas todas as orientações e solicitações para se processar a inscrição. O preenchimento incorreto ou incompleto, bem como a ausência de material ou de dados, poderá prejudicar a análise do case por parte dos jurados e, consequentemente, **comprometer a sua avaliação**.

**O nome da agência não será divulgado durante o processo de julgamento.** Portanto, é proibido citar a agência, direta ou indiretamente, a partir do passo “Identificação do Case” da ficha de inscrição, bem como nos quadros de apresentação.

Os cases inscritos que mencionarem o uso de listas deverão informar sua origem e segmento. Deverão, também, apresentar a descrição do banco de dados. O Comitê Executivo do Prêmio, no uso das atribuições que lhe foram conferidas, poderá desclassificar os cases cujas informações, ora solicitadas, não sejam disponibilizadas.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição individual. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. Os cases poderão ser desmembrados para inscrições em separado, sendo permitido inscrever o mesmo case em mais de uma especialidade.

Os cases inscritos nas especialidades Customer Sucess/Customer Experience, CRM/Data Driven e Digital deverão empregar **exclusivamente** uma dessas ferramentas.

Caso o trabalho inclua a ferramenta (Customer Sucess/Customer Experience, CRM/Data Driven e Digital) apenas como apoio a uma ação de Marketing de Dados, ele deverá ser inscrito como Interactive.

Os cases inscritos em Customer Sucess/Customer Experience e CRM/Data Driven sem campanha de comunicação dispensam a apresentação de peças criativas, mas obrigatoriamente devem apresentar os resultados da ação.

### **Termo de Confidencialidade**

Pelo presente instrumento, a ABEMD – Associação Brasileira de Marketing de Dados, entidade realizadora/organizadora do Prêmio ABEMD 2025, em sua 31ª edição, compromete-se a manter total sigilo sobre as informações relativas a “Resultados Numéricos” referentes aos cases inscritos, seja na forma verbal, escrita, ou qualquer outra, sendo, a partir de agora, classificadas como “informações sigilosas”. O uso das mesmas será exclusivamente para análise do case, posto que são fundamentais à sua compreensão e consequente julgamento.

Para os cases vencedores, a agência/cliente autorizará a divulgação dos dados que julgar conveniente, através de um resumo feito pelo responsável da inscrição (agência/cliente).

A ABEMD fica autorizada a divulgar todas as informações relativas aos cases inscritos, excetuando-se as classificadas neste termo como “informações sigilosas”.

São Paulo, 01 de outubro de 2024.

Boa sorte!