

CATEGORÍA MEJOR CONVENCIÓN



2026
21ª Edición

Se premiará una reunión interna de empresa, con el objetivo de informar, formar, crear equipo y/o motivar, hacer vivir el espíritu y los valores de la empresa (convención de ventas, reunión de ciclo...). Se dirige a sus empleados, aunque se pueden aceptar otros stakeholders como, por ejemplo, sus distribuidores.

CRITERIOS DE VALORACIÓN:

ESTRATEGIA: Adecuación al cliente, su identidad, valores, estrategia y objetivos; entendimiento de / adecuación al público objetivo y sus características; inteligencia de la acción; capacidad del evento de ir más allá de su día D (generando contenidos, teniendo presencia digital, generando datos e inteligencia, conectando con otras acciones de la entidad...).

CREATIVIDAD: Carácter sorprendente, emocionante del evento, de su concepto creativo, de sus aplicaciones (actividades, comunicación del evento, estética, decoración, tecnología, animaciones, formatos de sesiones...) y de la forma de combinarlas.

PRODUCCIÓN: Complejidad y calidad de la puesta en escena, de la producción técnica, de la coordinación logística, de la gestión de proveedores; calidad e innovación de la dimensión digital de la experiencia y de su posible difusión.

IMPACTO / RESULTADOS: Capacidad del evento de impactar al público y cambiar su comportamiento; calidad de la experiencia y satisfacción de los participantes; retorno (idealmente aportando elementos de medición) y cambios de comportamientos conseguidos; testimonios del cliente. Se tendrá en cuenta la responsabilidad de la acción: su producción sostenible, su propósito, su capacidad de mejorar el planeta y la sociedad.

REQUISITOS Y CONSEJOS:

ACONSEJAMOS LEER LAS BASES COMPLETAS

- ▶ El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de la caja delimitada y deberá respetar la tipografía. Recomendamos leer bien las bases, consejos y criterios de valoración para aportarles respuestas.
- ▶ La candidatura se presenta de manera anónima. Recuerda eliminar nombre e imagen de tu agencia del vídeo y fotografías.
- ▶ Se aconseja relacionar el evento con la situación de partida, el público, los objetivos, la estrategia, la marca, y demostrar cómo todo el evento cumple estos objetivos.
- ▶ Si puedes demostrar los resultados, mejor. Si tienes elementos que acrediten el impacto, no dudes en aportarlos integrados en las cajas de texto (clipping, testimonios del cliente...).
- ▶ ¡No vendas! No escribas: "dejamos a los asistentes con la boca abierta"... Céntrate en los hechos, preséntalos de manera positiva, pero sin sobrevender. Un lenguaje demasiado promocional no es positivo.
- ▶ Asegura con el cliente que tengas la autorización para presentar / difundir este proyecto.
- ▶ Y una obviedad a menudo olvidada: comprueba que no haya errores y cuida el diseño/ presentación. Repasa bien tu candidatura antes de enviarla.

NOMBRE DEL EVENTO

AGENCIA(S) ORGANIZADORA(S)
(se ocultará durante la votación)

CLIENTE

LUGAR / FECHA DEL EVENTO

CATEGORÍAS ADICIONALES

(en el caso de presentar el mismo evento en otras categorías)

RECUERDA: un mismo evento no puede presentarse a más de una categoría de "Mejor evento" pero sí a tantas como considere de "Mejor componente".

BRIEFING: CONTEXTO Y OBJETIVOS
(limitado a 650 caracteres con espacios)

*El texto de esta ficha no deberá sobrepasar el tamaño de las cajas delimitadas y deberá respetar la tipografía.

CREATIVIDAD Y CONCEPTO CENTRAL DEL EVENTO
(limitado a 300 caracteres con espacios)

DESARROLLO DE ESTE CONCEPTO EN EL EVENTO:
DESCRIPCIÓN DEL EVENTO
(limitado a 1000 caracteres con espacios)

IMPACTO / RESULTADOS / COMENTARIOS DEL CLIENTE
(limitado a 500 caracteres con espacios)

¿LISTO?

Ahora, adjunta este documento en un WeTransfer o equivalente junto al formulario de inscripción, las fotografías (entre 2 y 10) y el vídeo de máximo 3 minutos. premios@eventoplus.com