



Bases Premios Inspirational 2016

Los Premios Inspirational reconocerán aquellas campañas, proyectos y empresas que el Jurado considere más inspiradoras para el sector de la comunicación y publicidad en entornos digitales.

Se considerará “inspiradora” aquella campaña, proyecto o marca comercial cuya aportación en términos de creatividad, innovación, eficacia o notoriedad sirva de referencia para agencias, anunciantes y sector en general, valorándose estos aspectos comunes para todas las categorías:

- Que hayan marcado un nuevo camino o roto esquemas de forma destacada en la industria digital,
- Que hayan definido nuevas tendencias para el sector interactivo.
- Que hayan impulsado de forma sobresaliente la comunicación en medios digitales.

El ámbito geográfico de las candidaturas que opten a los Premios Inspirational es estrictamente español, ya que su objetivo es premiar y potenciar las mejores iniciativas de nuestro país.

Se podrán inscribir todas aquellas campañas, proyectos o empresas que hayan hecho su lanzamiento desde el 1 de septiembre de 2015 hasta el 14 de octubre de 2016.

La inscripción se realizará a través del formulario de inscripción habilitado en la página web <http://inspirationalfestival.com/>. Será necesario una descripción del caso, su URL y una imagen o board explicativo del mismo. Para las categorías de audio o video, se podrán adjuntar las piezas correspondientes. La organización recomienda completar la inscripción con un video-caso de la campaña candidata de 2 minutos de duración máxima y 15 megas de peso. En caso de que la campaña resulte ganadora de un oro, se solicitará un segundo video de máximo 1 minuto de duración y 10 megas de peso para proyectarse en la gala.

Existirán diez categorías a premiar, de las cuales las cuatro primeras recibirán Premios de Oro, Plata y Bronce. De la quinta a la décima se entregará un único premio de Oro por categoría.

De entre las cinco primeras categorías se otorgará el “Gran Prix Inspirational”, si el jurado así lo considera, a cualquiera de las acciones premiadas en cualquiera de las categorías anteriores.

Las fechas y el proceso de votación es el siguiente:

- Plazo para registro de campañas: del 1 de septiembre al 14 de octubre.
- Elección de la Lista Corta por parte del Jurado: del 24 de octubre al 4 de noviembre.
- Elección de ganadores en reunión presencial del Jurado: 14 y 15 de noviembre.

El precio de las inscripciones para los socios de IAB es de 280€ por pieza y categoría, y de 350€ en el caso de las empresas no asociadas, excepto para la **categoría de Eficacia en comunicación digital cuyo precio será de 600€ para socios de IAB y de 720€ para no socios.**

La categoría de Eficacia en comunicación digital no tendrá descuento ni por volumen ni por plazo de inscripción

Si las piezas son inscritas antes del 30 de septiembre, se realizará un descuento del 30%.



Categorías:

1. Publicidad digital

- 1.1. Display & programática** Piezas de comunicación desarrolladas bajo los formatos estándar orientados a paid media y performance, incluyendo banners, retargeting, social ads, e-mailing, video online...

<https://vimeo.com/126519310>

- 1.2. Audio Online:** Piezas de comunicación de audio específicamente concebidas para entornos digitales, en las que se aproveche de forma clara y demostrable las ventajas y diferencias del medio digital tales como la interacción o la personalización de los mensajes.

<https://www.youtube.com/watch?v=r9Ulr0oCgA>

- 1.3. Exterior digital e instalaciones:** Campañas en soportes de exterior (Digital signage, touchscreen, instalaciones físicas...) donde la tecnología juegue un papel crucial para la creatividad.

<https://www.youtube.com/watch?v=BoFbHTrZ100>

- 1.4. Campañas digitales:** Campañas de comunicación formadas por dos o más piezas interactivas exclusivamente diseñadas y ejecutadas para su difusión en medios y soportes digitales.

<https://www.youtube.com/watch?v=SrP8JSfXKZE>

- 1.5. Campañas transmedia:** Campañas de comunicación en las que la idea tenga como centro el medio digital, y se apoyen en otros medios, formatos o soportes para llevarse a cabo, siendo imprescindible la parte digital para su ejecución.

<https://vimeo.com/148786011>

2. Contenidos digitales

- 2.1. Video online:** Piezas individuales de contenido audiovisual creadas para marcas y concebidas para su viralización exclusiva en entornos digitales

<https://www.youtube.com/watch?v=PnDgZuGlhHs>

- 2.2. Branded content :** Contenido original producido, distribuido y dinamizado por una marca a través de plataformas digitales (Mini documentales, cortometrajes, webseries, programas de radio , TV on Line, contenido editorial...)

<https://www.youtube.com/watch?v=vIHZMDu9Bkw>

- 2.3. Formatos especiales:** Piezas de contenido de marca específicamente concebidas para entornos digitales y sociales tales como gifs, cinemagraphs, vines, video interactivo, video 360...

<https://www.youtube.com/watch?v=dO5OTCxGCto>



- 2.4. Gaming:** Contenido original hecho por una marca donde se busque la participación y el entretenimiento a través de mecánicas lúdicas como juegos, apps y demás formatos.

<https://vimeopro.com/henanx/showreel/video/147095358>

3. Social Media

- 3.1. Mejor campaña en rrss:** Se premiarán aquellas campañas de comunicación que hayan sido exclusivamente creadas para su difusión en redes sociales a través de cualquier tipo de medio, formato o soporte compatible.

<https://www.youtube.com/watch?v=RPdnpO983JY>

- 3.2. Mejor canal de marca:** Se reconocerán los mejores canales de marca en redes sociales, ya sea en Facebook, Instagram, twitter o cualquier red compatible, que permita la creación de este tipo de canales, y que destaquen por su creatividad, innovación y la calidad de sus contenidos.

<https://www.facebook.com/MamaLucchetti/?fref=ts>

- 3.3. Mejor uso de una red social:** Se premiarán ideas cuya base sea el uso de una red social (facebook, instagram, vine, twitter, spotify, snapchat...) de una forma innovadora aprovechando sus características, funcionalidades o comportamientos del consumidor en ellas.

<https://www.youtube.com/watch?v=PzejDAjoSlc>

- 3.4. Mejor uso del real time :** Se premiarán ideas de comunicación cuya base sea la utilización de un acontecimiento sucede en internet en tiempo real de una forma innovadora y en beneficio de una marca.

<https://www.youtube.com/watch?v=bcuiqSIFHy0>

- 3.5. Mejor uso de influencia y prescripción:** Se premiarán acciones de comunicación en las que el uso de influencers o prescriptores de una forma diferente e innovadora (YouTubers, Instagramers, Bloggers, Viners...)

<https://vimeo.com/117333179>

4. Tecnología/ User experience

- 4.1. Web sites:** Microsites, web de marca, plataformas, ecommerce...tanto en desktop como en mobile, que destaquen por su experiencia de usuario, diseño de interfaz, estructura de contenidos y desarrollo tecnológico.

<https://www.youtube.com/watch?v=3e3AB-rwBRk>

- 4.2. Mobile apps :** Aplicaciones desarrolladas para marcas, cuyo uso es exclusivo es para dispositivos móviles o tablets. Se valorará la utilidad, el uso y aprovechamiento de las posibilidades del dispositivo (geolocalización, sensor de movimiento, táctil...) así como su experiencia de usuario, diseño de interfaz, estructura de contenido y desarrollo tecnológico.

<https://www.youtube.com/watch?v=729NcYMAT1M>



- 4.3. Dispositivos conectados:** Objetos cotidianos conectados a Internet (Wearables, Internet de las cosas, beacons ...) que hayan sido desarrollados para una marca comercial. Se valorará la utilidad, la experiencia de usuario, el diseño de interfaz y la innovación en el desarrollo tecnológico.

<https://www.youtube.com/watch?v=IzNttbLeq9E>

- 4.4. Realidad Virtual / Realidad aumentada:** Acciones o campañas de comunicación que empleen forma innovadora tecnologías de realidad virtual o realidad aumentada con el objeto de desarrollar una experiencia sensorial única con el usuario.

<https://www.youtube.com/watch?v=iBFHXlcfk5E>

- 4.5. Data Science:** Se premiarán ideas de comunicación o negocio en las que se demuestre que el uso creativo de los datos o la inteligencia artificial ha sido crítico para la ejecución de una acción de comunicación digital (data driven insight, data storytelling, social data, real time data, dashboards, data visualization...)

<https://www.youtube.com/watch?v=FsOAh3i4Ujg>

5. Eficacia en comunicación digital.

Campañas digitales que demuestren su eficacia en base a los objetivos planteados por el anunciante. (Ver bases específicas en anexo I)

<https://www.youtube.com/watch?v=tOBHmoUNCKo>

6. **Startups** (Ver bases específicas en la web)
7. **Jóvenes talentos digitales.** (Ver bases específicas en la web)
8. **Agencia del año** (Agencia más premiada en el Festival Inspirational en base al sistema de puntos establecido en el anexo II)
9. **Anunciante del año** (Anunciante más premiado en el Festival Inspirational en base al sistema de puntos establecido en el anexo III)
10. **Gran Premio Inspirational** (Premio que se otorga al ganador de entre todos los oros de la categoría 1 a la 4)

En todas las categorías se entregan oro, plata y bronce, hasta la categoría 4 incluida. A partir de la categoría 5 se entrega únicamente oro.



Anexo I : Bases específicas Eficacia en comunicación digital

Este premio pretende ser un Reconocimiento Especial a aquella campaña o acción de Comunicación Digital que destaque por los resultados obtenidos sobre el resto de piezas, casos, campañas o acciones presentadas en cualquiera de las 4 categorías que conforman los Premios Inspirational:

- Publicidad Digital
- Contenidos Digitales
- Social Media
- Tecnología/ User Experience

Siendo que en cada una de estas categoría se inscriben piezas de naturaleza muy disitinta, y que los criterios de medición pueden ser muy diferentes, el jurado valorará por encima de todo el retorno que ha supuesto para el anunciante su implementación frente a la inversión realizada.

Para poder valorar correctamente la contribución en el negocio que hayan conseguido, se deberá adjuntar un documento de word que detalle brevemente la descripción del proyecto cubriendo los siguientes apartados (500 palabras máximo):

- Objetivos (negocio + marca + medios)
- Inversión (producción + medios + otros)
- Impacto (KPI´s marca + negocio + medios)
- Retorno (Valoración económica del alcance y/o la conversión en negocio)

La descripción del proyecto en términos de Estrategia, Idea y Ejecución queda fuera de la descripción que aquí se solicita. Sólo se incluirán los datos que afecten al coste y el retorno de la acción, de tal manera que el jurado pueda correlacionarlos correctamente con los objetivos planteados.

Los datos presentados deberán estar avalados por fuentes de medición contrastables en el mercado.

Para aquellas marcas que no quieran hacer públicos los datos aportados, bastará con que especifiquen el carácter confidencial de los mismos: su uso quedará restringido -única y exclusivamente- para los miembros del jurado que tendrán que evaluar la candidatura presentada.

Todas las fichas deberán ser enviadas selladas y firmadas por la agencia y el cliente

Anexo II

La puntuación para elegir la agencia del año se basará en la siguiente puntuación

- Oro: 10 puntos
- Plata: 6 puntos
- Bronce: 3 puntos
- Shortlist 1 punto

Anexo III

La puntuación para elegir el anunciante del año se basará en la siguiente puntuación

- Oro: 10 puntos
- Plata: 6 puntos



- Bronce: 3 puntos
- Shortlist 1 punto