

Critérios de avaliação dos Prémios Eficácia 2017

1. Retorno

Avalia o nível de retorno do investimento realizado em comunicação, a sua explicação e justificação. Devem ser utilizados indicadores de negócio que demonstram o nível de retorno obtido. Caso não sejam apresentados indicadores quantitativos, essa opção deve ser explicada, devendo o concorrente apresentar indicadores de ordem qualitativa, que justifiquem a convicção de um bom nível de retorno.

2. Dificuldade

Avalia o grau de dificuldade que a ação de comunicação deve resolver (competitividade do mercado, maturidade do produto, indiferenciação, etc.).

3. Inovação

Avalia o grau de inovação que supõe a solução adoptada e muito especialmente as novas ideias criativas.

4. Demonstração

Avalia a irrefutabilidade com que o caso prova o efeito conseguido, pela comunicação, no negócio do cliente.

5. Medição

Avalia a qualidade e a inovação das ferramentas de medição utilizadas para demonstrar os efeitos da comunicação.

6. Meios

Avalia a explicação da utilização dos meios de comunicação empregues, assim como a demonstração dos efeitos que essa utilização teve na comunicação.

7. Apresentação

Avalia a qualidade da redação, da estrutura e da apresentação do caso.