

Arranca el plazo de inscripción para los Premios amdia 2015

El próximo **20 de noviembre será la fecha límite para inscribirse en los Premios amdia 2015**, unos galardones que entrega amdia con el fin de reconocer a los casos argentinos que destacaron en el Marketing Directo e Interactivo de la Argentina.

Se trata de unos premios que **cuentan con reconocimiento a nivel internacional para el ranking mundial 'The Big Won Report'**, y son elegidos por un "jurado formado por **profesionales especializados** convocados por amdia, provenientes tanto de agencias de marketing directo e interactivo como de empresas anunciantes".

Este año siguiendo el modelo implantado en la pasada edición, **seguirá habiendo un jurado virtual** que se será encargado de seleccionar una 'short list' de entre todos los casos presentados, que serán evaluados por el jurado presencial.

La agencia que desarrollo el caso podrá inscribirse en los premios si cuenta con la aprobación de la propia empresa cliente o usuario del programa de marketing directo.

Las **categorías en las que podrán participar las empresas** son las siguientes: Campañas de Marketing Directo, Programas de Marketing Directo, Internet Campañas y Programas, Contact Centers, Database Marketing, Email Marketing y Mobile.

Mecánica de Inscripción

Las inscripciones deberán realizarse a través del **llenado online de los formularios específicos del Premio** a los cuales se accede mediante el siguiente link: amdia.kingping.com.ar

Debe crearse **UN usuario único por participante**.

Todos los casos inscritos por el mismo participante deben ser finalizados al mismo tiempo, marcando todos los casos en la sección Inscripciones del sitio web, y haciendo clic en la opción Finalizar Inscripciones Seleccionadas.

Los límites de caracteres deben ser respetados sin excepción.

Todo el material físico (anexo) deberá ser enviado a la sede de amdia (Tucumán 1455 – 5ºF, C1050AAC Buenos Aires, Argentina).

Se tomarán en cuenta para las inscripciones, los distintos tipos de casos:

- **Business-to-Business (B2B)** acciones entre empresas o dirigidas a intermediarios (personas jurídicas).
- **Business-to-Consumer (B2C)** acciones dirigidas directamente al consumidor final (personas físicas).
- **Business-to-Employee (B2E)** acciones dirigidas al público interno (colaboradores, funcionarios, equipo de ventas, etc.)

Cada una de esas Sub-Categorías podrá subdividirse en Producto o Servicio. Dadas las diferencias que hay en la forma de presentar el caso y especialmente sus resultados, el formulario de

inscripción para casos considerados Campañas será diferente al de los casos considerados Programas.

- **Campañas:** acciones con comienzo, medio y fin.
- **Programas:** programas de relacionamiento y fidelización.