

Premi all'eccellenza nel Marketing in Edilizia e Architettura

Architecture & Construction Marketing Excellence Awards

Regolamento 2010 Modulo iscrizione 2010

Documentation 2010 | Entry Form 2010

- + Migliore campagna Tv/Radio/Stampa (Best TV/Radio/Press Campaign)
 - + Migliore campagna web (Best Web Campaign)
- + Migliore stand e marketing fieristico (Best Exhibition Stand)
 - + Migliore sito web (Best Web Site)
- + Migliore organizzazione di evento (Best Event Organisation)
- + Migliore sponsorizzazione sportiva (Best Sport Sponsorship)
 - + Prodotto dell'anno Edilportale (Product of the Year)
 - + Ufficio Stampa dell'anno (Press Office Agency of the Year)
- + Ufficio Marketing dell'anno (In-House Marketing Team of the Year)
 - + Agenzia pubblicitaria dell'anno (ADV Agency of the Year)

Termine iscrizioni / deadline
January, Friday 15th 2010

Premiazione / Awards Ceremony
February, Wednesday 3th 2010



EDILPORTALE MARKETING AWARDS 2010

Premi all'eccellenza nel Marketing in Edilizia e Architettura

Architecture & Construction Marketing Excellence Awards

Al via l'edizione 2010 degli Edilportale Marketing Awards, i premi dedicati all'eccellenza nella comunicazione e nel marketing in Edilizia e Architettura promossi da Edilportale.com, il primo portale italiano del settore costruzioni.

Edilportale Marketing Awards 2010

I Marketing Awards di Edilportale.com - giunti alla quarta edizione - nascono per premiare aziende, agenzie marketing e uffici marketing che hanno saputo realizzare strategie pubblicitarie originali e vincenti nel settore edilizia ed architettura.

I riconoscimenti, promossi da Edilportale.com, il portale italiano dell'edilizia e dell'architettura, intendono valorizzare il lavoro di chi ha saputo interpretare strategicamente i segnali di un mercato non facile, operando con efficacia e saggezza di mezzi, distinguendosi per creatività ed intelligenza comunicativa, mantenendo un saldo controllo dei budget ed allo stesso tempo garantendo risultati tangibilmente rilevanti per la propria azienda.

Chi può partecipare

Concorrono all'edizione 2010 degli Edilportale Marketing Awards gli uffici marketing aziendali o le agenzie pubblicitarie/stampa che per conto dei propri clienti hanno ideato e realizzato campagne di comunicazione legate a prodotti/servizi del settore Edilizia ed Architettura utilizzate nel corso dell'anno solare 2009.

Sono ammessi a partecipare soggetti operanti sul territorio italiano ed appartenenti alle seguenti tipologie:

- agenzie marketing
- uffici stampa/comunicazione
- produttori di prodotti e materiali
- imprese di costruzioni e specializzate
- software house e produttori di hardware dedicato

- società di servizi a supporto dell'edilizia
- case editrici del settore tecnico
- società di engineering
- gruppi immobiliari e real estate

Le categorie degli Awards 2010

L'edizione 2010 degli Edilportale Marketing Awards conferma i riconoscimenti delle precedenti edizioni accorpando alcune categorie di premio affini.

Una prima novità riguarda il Premio destinato alle Newsletter Aziendali, che viene incorporato come valore aggiunto al premio Miglior sito web.

Le iniziative aziendali negli ambiti di migliore documentazione tecnico/commerciale e miglior magazine aziendale rientreranno invece nella valutazione complessiva del premio "Ufficio Marketing dell'anno".

Le Categorie degli Awards 2010:

1. Migliore campagna Tv/Radio/Stampa
2. Migliore campagna web
3. Migliore stand e marketing fieristico
4. Migliore sito web e newsletter aziendale
5. Migliore organizzazione di evento
6. Migliore sponsorizzazione sportiva
7. Prodotto dell'anno Edilportale
8. Agenzia Comunicazione/Ufficio stampa dell'Anno
9. Ufficio Marketing dell'Anno (*in-house*)
10. Agenzia pubblicitaria dell'Anno (*outsourcing*)

Come partecipare

Per concorrere ai premi le aziende dovranno compilare il modulo di iscrizione on-line cliccando sul seguente link: <http://www.edilportale.com/awards/modulo-di-iscrizione-online.asp> entro e non oltre venerdì 15 gennaio 2010.

La partecipazione agli Edilportale Marketing Awards è gratuita.

Il modulo di iscrizione richiede la compilazione di:

- dati anagrafici dell'azienda partecipante
- il nome del responsabile dell'ufficio marketing o in alternativa il nome dell'agenzia marketing che ha curato per l'azienda le attività di marketing oggetto di segnalazione

In caso di iniziative marketing curate da agenzie di marketing esterne, il modulo potrà essere inviato indifferentemente dall'azienda cliente o dall'agenzia marketing che ha realizzato le iniziative.

Non esistono limitazioni al numero di categorie per le quali una singola azienda può concorrere e non esistono limitazioni al numero di iniziative di marketing segnalabili per una stessa categoria.

Ciascun partecipante riceverà istruzioni su come inviare **materiale descrittivo** relativo alle campagne pubblicitarie ed alle iniziative di marketing candidate ai premi.

Il materiale inviato dovrà contenere informazioni utili al lavoro di valutazione, quali a titolo di esempio:

- oggetto della campagna o dell'iniziativa di marketing
- descrizione del target di campagna
- obiettivi di marketing fissati e risultati attesi dall'azienda/dal cliente

Il materiale potrà inoltre contenere indicazioni di dettaglio sulle scelte e le modalità di realizzazione della campagna/iniziativa quali ad esempio:

- descrizione delle motivazioni creative, emozionali e d'immagine scelte per l'iniziativa
- scelte decisionali sulle modalità di diffusione, budget e tempistiche di azione
- descrizione della fase esecutiva dell'azione di marketing (ideazione, realizzazione, diffusione)
- descrizione delle tecniche di raccolta dei feedback di campagna

Saranno inoltre ritenuti di particolare rilevanza, ai fini della valutazione complessiva dell'efficacia dell'iniziativa segnalata, le documentazioni riguardanti:

- analisi della situazione di mercato preesistente l'azione di marketing intrapresa

- analisi dei risultati conseguiti (e confronto con i risultati attesi)

E' facoltà dei candidati inviare documentazione a riscontro dei risultati ottenuti a seguito della campagna, come ad esempio: numero di nuovi contatti derivati dalla campagna, esiti di interviste o sondaggi di utenti/clienti, grafici attestanti incrementi di vendite/fatturato ecc..

Il materiale inviato dovrà essere corredato di liberatoria all'utilizzo. Il materiale inviato non verrà per nessun motivo divulgato. Il materiale inviato in forma cartacea non verrà restituito.

Ricordiamo che possono concorrere agli Edilportale Marketing Awards 2010 le campagne ed iniziative marketing esclusivamente **utilizzate nel corso dell'anno solare 2009**.

La Giuria degli Awards

Tutto il materiale inviato per le candidature agli Awards verrà selezionato dalla segreteria organizzativa e sottoposto al giudizio di una **giuria tecnica**, preposta all'aggiudicazione dei premi.

La giuria sarà composta da esperti di marketing ed esponenti di organi di comunicazione stampa/web. Saranno presenti in giuria rappresentanti delle associazioni marketing, delle associazioni di manifestazioni fieristiche, del mondo professionale e delle associazioni di filiera.

In termini generali, la giuria chiamata alla valutazione delle candidature per le diverse categorie, premierà le iniziative che più di altre si sono distinte per:

- Chiarezza degli obiettivi dell'iniziativa di marketing
- Strategia generale della campagna marketing
- Corretta scelta dei mezzi di comunicazione utilizzati
- Tempismo e coordinamento della campagna
- Creatività della campagna
- Utilizzo di elementi innovativi
- Popolarità della campagna
- Vantaggio di mercato acquisito dalla campagna

Particolare attenzione verrà infine dedicata al rapporto tra budget finanziario utilizzato e risultati ottenuti.

La valutazione della Giuria avverrà nel periodo compreso tra l'15 gennaio ed il 3 febbraio 2010.

Informazioni sulla composizione della giuria verranno costantemente aggiornate sul sito ufficiale degli Awards.

Premiazione

La proclamazione dei vincitori e la premiazione avranno luogo **Mercoledì 3 febbraio 2010**, in concomitanza con la manifestazione fieristica internazionale MADE Expo di Fiera Milano.

Gli Awards nel dettaglio

1. Migliore campagna Tv/Radio/Stampa (Best Tv/Radio/Press Campaign)

Il premio viene assegnato a campagne marketing realizzate nel corso del 2009 riguardanti un marchio/prodotto appartenente al settore edilizia/architettura e che abbiano impiegato quale mezzo di diffusione principale uno dei seguenti mass-media:

- televisione
- radio
- carta stampata (quotidiani o periodici di settore)

I partecipanti a questa categoria dovranno dimostrare:

- creatività nella comunicazione d'immagine
- efficacia del messaggio promozionale
- sapiente calibratura delle uscite
- ottimizzazione del costo/contatto

2. Migliore campagna Web (Best Web ADV Campaign)

Il premio viene assegnato ad aziende che durante il 2009 hanno utilizzato forme di comunicazione pubblicitaria sul web. Concorrono al premio campagne che hanno fatto uso dei seguenti strumenti:

- Web advertising su siti e portali internet
- DEM (direct email marketing / newsletter)

I partecipanti al premio dovranno dimostrare di aver raggiunto:

- efficacia nell'individuazione del target di riferimento
- creatività nella comunicazione grafica
- chiarezza nella esposizione verbale del messaggio
- alte performance di clickthrough rating

3. Migliore stand e marketing fieristico (Best Exhibition Stand)

Concorrono al premio le aziende che hanno partecipato nel ruolo di espositori ad una delle fiere di settore edilizia/architettura svolte sul territorio nazionale durante l'anno solare 2009.

I partecipanti a questa categoria dovranno dimostrare di aver raggiunto eccellenza nei seguenti settori:

- design dello spazio espositivo
- servizi al visitatore
- esperienza e cordialità dello staff fieristico
- originalità del materiale promozionale di supporto/gadget fiera

4. Migliore sito web (Best Web Site)

Partecipano al premio aziende del settore edilizia/architettura titolari di un sito web lanciato nel corso del 2009 (nuovo o rinnovato).

I criteri di valutazione per l'aggiudicazione del premio riguarderanno:

- usabilità del sito, navigabilità ed interattività
- creatività e freschezza grafica
- ricchezza di contenuti tecnico/informativi
- frequenza di aggiornamento delle informazioni
- invio di newsletter informative agli utenti del sito

5. Migliore organizzazione di evento (Best Event Organisation)

Partecipano al premio le aziende del settore edilizia ed architettura che hanno contribuito nel ruolo di main sponsor o di organizzatore alla realizzazione di eventi svolti nel 2009 ed appartenenti alle seguenti tipologie:

- convention
- seminari e workshop
- roadshow
- concorsi di progettazione
- corsi di formazione

6. Migliore sponsorizzazione Sportiva (Best Sport Sponsorship)

Il premio viene assegnato a iniziative marketing che abbiano legato l'immagine del marchio aziendale ad uno più eventi di carattere sportivo svolti nel corso del 2009.

Rientrano nella categoria le official sponsorship di manifestazioni sportive italiane ed internazionali, la sponsorizzazione di atleti individuali o di squadre sportive.

7. Prodotto dell'anno Edilportale (Edilportale's Product of the Year)

Il premio Prodotto dell'anno Edilportale è assegnato ad un prodotto della filiera edile/architettura sulla base di un giudizio tecnico espresso da una Giuria ed un giudizio di popolarità espresso dai lettori di Edilportale.com

Concorrono al premio dell'edizione 2010 tutti i prodotti pubblicati nell'Archivio Prodotti di Edilportale dal 1 gennaio 2009 e risultati i più popolari nella propria categoria merceologica.

La popolarità del prodotto per ogni categoria merceologica viene calcolata sul numero di visite uniche ottenute dal prodotto nel catalogo di Edilportale nei primi dieci mesi dell'anno solare 2009.

La Giuria valuterà i prodotti ammessi al premio e assegnerà ad uno di essi il riconoscimento "Prodotto dell'anno" sulla base dell'innovazione tecnica dimostrata dal prodotto ed alla sua importanza di impiego nella filiera.

La lista dei prodotti ammessi al premio verrà resa pubblica in anteprima mercoledì 28 ottobre 2009, giornata inaugurale del SAIE di Bologna. Il vincitore tra i prodotti ammessi sarà proclamato in occasione della cerimonia finale degli Awards il 3 febbraio 2010.

8. Agenzia Comunicazione/Ufficio stampa dell'anno (Press-Office Agency of the Year)

Concorrono al premio le Agenzie di Comunicazione e gli Uffici Stampa che per conto di uno o più clienti del settore edilizia ed architettura hanno curato una campagna di comunicazione/stampa durante il 2009.

La giuria esaminerà le campagne oggetto di candidatura, privilegiando quelle che hanno dimostrato di raggiungere:

- chiarezza della comunicazione
- originalità nella esposizione del messaggio
- risultati di diffusione (quantità e qualità delle uscite)
- soddisfazione finale del cliente

9. Ufficio Marketing dell'anno (In-house Marketing Team of the Year)

Il premio è riservato ai marketing manager e/o uffici marketing facenti parte integrante della struttura aziendale (*in-house marketing department*), che hanno saputo pianificare in maniera strategica e multidisciplinare il marketing della propria azienda durante il 2009, raccogliendo eccellenti risultati in termini di ritorno d'immagine e riscontri commerciali.

I partecipanti dovranno dimostrare di aver raggiunto i seguenti obiettivi:

- approfondita analisi del mercato e della concorrenza
- accurata scelta dei canali di comunicazione
- *time-to-market* della campagna pubblicitaria
- massima ottimizzazione del rapporto costi/benefici
- raggiungimento degli obiettivi di campagna previsti
- ritorno commerciale e d'immagine per l'azienda

10. Agenzia pubblicitaria dell'anno (Marketing Agency of the Year)

Il premio è destinato all'agenzia pubblicitaria che ha saputo nel corso del 2009 meglio ideare e realizzare una campagna marketing a supporto di uno o più clienti del settore costruzioni.

I partecipanti che concorrono al premio dovranno dimostrare di aver raggiunto i seguenti obiettivi:

- corretta interpretazione delle aspettative del cliente
- approfondita analisi del mercato e della concorrenza
- accurata scelta dei canali di comunicazione
- *time-to-market* della campagna pubblicitaria
- massima ottimizzazione del rapporto costo/benefici della campagna
- raggiungimento degli obiettivi di campagna previsti
- soddisfazione finale del cliente

Official Web Site

Le aziende interessate agli Edilportale Marketing Awards 2010 potranno consultare la sezione web di Edilportale dedicata all'iniziativa presso l'indirizzo Internet:

<http://www.edilportale.com/awards>

Maggiori informazioni

Per maggiori informazioni o chiarimenti sulla procedura di partecipazione, i candidati potranno rivolgersi alla segreteria organizzativa del premio:

Miriam de Candia
Segreteria organizzativa Edilportale Marketing Awards

EDILPORTALE MARKETING AWARDS
Via N. Loiacono 20 - 70126 BARI
Tel: 800.903768 (numero verde)
Fax: +39-080-5417632
Email: awards@edilportale.com