



Expansión busca las campañas y estrategias de marketing más innovadoras, creativas y con los mejores resultados. Las estrategias con mayor impacto y creatividad serán publicadas en la edición de Expansión de noviembre de 2022.

BASES:

- Participan las campañas que hayan sido lanzadas entre junio de 2021 y junio de 2022 o que hayan estado vigentes al menos 80% del tiempo durante ese periodo.
- Las campañas que aún están abiertas, también pueden inscribirse, siempre y cuando tengan datos de medición e impacto.
- La convocatoria está abierta para todas las estrategias desarrolladas en México.
- Entran en el concurso las campañas creadas en el extranjero, siempre y cuando su adaptación haya generado resultados para la marca en México.
- La participación no tiene costo.
- La fecha límite para recibir la información es el lunes 1 de agosto de 2022 a las 23:59 horas.

No se recibirán campañas después de la fecha límite.

INSTRUCCIONES:

- El cuestionario debe llenarse en línea, de no ser así corre el riesgo de no ser incluido:
<https://forms.gle/epbgGCzqL6xTTN68>
- El cuestionario debe ser respondido en su totalidad.
- Comparte las evidencias de la campaña. Puedes compartir las ligas, subir los archivos o enviar el material al correo: inteligencia@grupoexpansion.com con el subject: Monstruos 2022 / Empresa / Nombre de la campaña.

Si tienes dudas o comentarios, escribe a inteligencia@grupoexpansion.com



EXPANSIÓN

MONSTRUOS DE LA MERCADOTECNIA 2022

1. DATOS DE LA EMPRESA

- 1.1 Nombre de la empresa.
- 1.2 Sector.
- 1.3 Nombre de la agencia de publicidad.

2. INFORMACIÓN DE LA ESTRATEGIA

- 2.1 Título de la estrategia.
- 2.2 Producto o servicio anunciado.
- 2.3 Fechas en que estuvo vigente.
- 2.4 Cobertura geográfica.
- 2.4 Público objetivo.
- 2.5 Inversión total (en pesos).

3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

- 3.1 Describa las características del producto o servicio. (Máximo 500 caracteres)

4. OBJETIVOS

- 4.1 ¿Cuál fue el objetivo principal de la estrategia? (Máximo 1,000 caracteres)
- 4.2 ¿Cuáles fueron los mensajes o puntos claves en el brief?

5. DESARROLLO

- 5.1 Describa la estrategia (Máximo 1,500 caracteres)
- 5.2 ¿Cuáles fueron las decisiones clave en la elección de la estrategia?
- 5.3 ¿Cuáles fueron los elementos de innovación en la estrategia?
- 5.4 ¿Cuáles fueron las decisiones y las metas más importantes en la selección de medios? (Máximo 1,000 caracteres)
- 5.5 En porcentaje aproximado ¿Qué inversión se destinó a cada medio?



6. **RETOS**

6.1 ¿Cuáles fueron los momentos más críticos de la campaña? (Máximo 1,000 caracteres)

6.2 ¿Cómo lo resolvieron? (Máximo 1,000 caracteres)

7. **RESULTADOS**

7.1 ¿Cuáles fueron las metas que se plantearon en la estrategia? Incluya cifras, esta evidencia es clave en la selección de las campañas. (Máximo 1,000 caracteres)

7.2 ¿Y cuáles fueron los resultados? Incluya cifras, esta evidencia es clave en la selección de las campañas. (Máximo 1,000 caracteres)

7.3 ¿Cuál fue el ROI (retorno de la inversión)?

7.4 ¿Qué otros resultados obtuvieron? Incluya cifras, esta evidencia es clave en la selección de las campañas.

8. **IMPACTO Y DIVERSIDAD E INCLUSIÓN**

Expansión realizará un reconocimiento especial a las campañas enfocadas a mejorar el entorno y aquellas que estén enfocadas en diversidad e inclusión (equidad de género, LGBT+, representación de grupos minoritarios o históricamente excluidos).

8.1 ¿Este proyecto está alineado a alguno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS)? Sí / NO

8.2 ¿A cuál?

8.3 ¿Cómo contribuye esta campaña o estrategia a los objetivos?

8.4 ¿Cuál es el impacto de la estrategia en términos de diversidad e inclusión?

8.5 ¿Cómo cambió la comunidad a la que la campaña o estrategia va dirigida?

9. **CONCLUSIÓN**

9.1 ¿Por qué la estrategia debe ser 'El monstruo de la Mercadotecnia'?



10. EVIDENCIAS

Para la evaluación es indispensable contar con videos o material gráfico de la campaña. De lo contrario, la campaña será descalificada

Imágenes o videos. Comparta las imágenes o la liga de las mismas.

Videocaso. Comparta sólo si cuenta con él. (El videocaso no será usado en la evaluación, es un apoyo para que las personas del jurado conozcan mejor la campaña o estrategia).

CONTACTOS

Líder de la campaña en la empresa

- Nombre.
- Cargo.
- Correo electrónico.
- Teléfono.
- Celular.

Líder de la campaña en la agencia creativa (si fuera el caso)

- Nombre.
- Cargo.
- Correo electrónico.
- Teléfono.
- Celular.

Contacto de prensa de la empresa

- Nombre.
- Cargo.
- Correo electrónico.
- Teléfono.
- Celular.