



PREMIOS EFFIE, 20 AÑOS EN EL PERÚ

Flavia Maggi

Directora de la Unidad de Connect – Ipsos Perú

E-mail: flavia.maggi@ipsos.com

Muchas veces me pregunto, ¿qué es lo que hizo y hace que los premios EFFIE sean un premio tan valorado y exitoso en el Perú? Creo que la pregunta es válida porque siendo la responsable y organizadora del premio, a veces no ves el bosque sino cada árbol, cada aspecto que debes tener en cuenta para que salga bien y que el premio siga siendo un éxito.

Es entonces, en situaciones como esta, que pienso y veo las razones del éxito y las voy a compartir con ustedes:

Primero: Sabemos lo que estamos midiendo: La efectividad de una campaña. Y para medir la efectividad de una campaña se considera cuatro aspectos: El desafío y objetivos que se plantearon las empresas; la Gran Idea que impulsó el desarrollo de la campaña; cómo es que trajeron esta Gran Idea a la vida y; los resultados que se obtuvieron. Los tres primeros aspectos tienen un valor de 23.5% cada uno aproximadamente, y el de los resultados vale 30%.

Segundo: Las personas que integran los jurados. En la organización somos muy cuidadosos al momento de invitar a los miembros del jurado. Son profesionales de todas las áreas de esta industria: *marketing*, comunicaciones, planeamiento estratégico, ventas, medios y profesores de universidades.

Los más de 130 profesionales que nos dan su tiempo durante un día completo para revisar los casos y evaluarlos. Son ellos quienes evalúan y premian finalmente a los casos que se presentan.

Tercero: la relevancia que tiene hoy en día medir lo que hacemos. Si no medimos lo que hacemos, cómo sabemos que es lo que está ayudando a las marcas y a las compañías a tener éxito. En los últimos 10 años la investigación de mercados ha dado un giro importante en la industria y nos permite saber *a priori* si las estrategias de comunicación que se plantean tienen o no éxito.

Finalmente: El premio EFFIE se rige por estatutos internacionales, y tiene por objetivo premiar la efectividad de las comunicaciones de *marketing*. El premio no se pronuncia sobre la posición que defienden las campañas, y están basadas en el derecho a la libertad siempre y cuando estén en el marco de la legalidad.



Este 2015, el premio cumple 20 años. 20 años de premiar a las campañas publicitarias más exitosas del medio, de entregar más de 300 premios, de premiar a aquellas compañías y agencias de publicidad que trabajan de manera planificada, con estrategias claras, con Big Ideas poderosas, con investigación que las sustente el éxito de sus campañas pre y post, y por lo tanto logran una gran creatividad que enganche con el consumidor y sus marcas y entonces se traduce en ventas y construcción de marcas fuertes.

