



# mejor del Impacto Medición 2009

## FORMULARIO DE CANDIDATURA

\*Al enviar este formulario, la empresa candidata certifica estar autorizada por su cliente para que publiquemos los datos contenidos en la candidatura y en los documentos de soporte de la misma, que el evento cumple las leyes y disposiciones que protegen la propiedad intelectual y que conoce y acepta las bases de los Premios eventoplus

**Nombre del evento:**

**PRESENTACIÓN AUDI Q5**

**Cliente / Empresa:**

**AUDI**

**Agencia:**

**EVENTISIMO Comunicación y Eventos**

**Fecha del evento:**

**Finales de Septiembre, Octubre, Noviembre al 15 Diciembre**

**Lugar:**

**MARBELLA**

**Nº de asistentes:**

**12.000 PERSONAS (Back to back)**

## Resumen del evento:



- Presentación a nivel mundial del nuevo modelo Audi Q5 con el añadido de aulas de formación teóricas y prácticas hacia los comerciales y asesores de la marca.
- Programa donde la logística es básica para coordinar y movilizar a 12000 pax provenientes de múltiples países para realizar todas las pruebas con los 250 Audi Q5 trasladados a la zona.



# mejor del Impacto Medición 2009

## Objetivos del evento y público objetivo:

- **Objetivos del evento:** El objetivo primordial fue la presentación mundial de un nuevo modelo de Audi. Sin embargo, también se incluía una formación integral de los nuevos detalles del Q5, donde los asistentes pasaban por varias aulas formativas, tanto teóricas como prácticas, donde conocer a fondo el modelo. También se mostraron varios prototipos de futuros Audi que motivaran a los asistentes.
- **Público Objetivo:** Comerciales y asesores de la marca a nivel mundial.

## Resultados conseguidos por el evento:

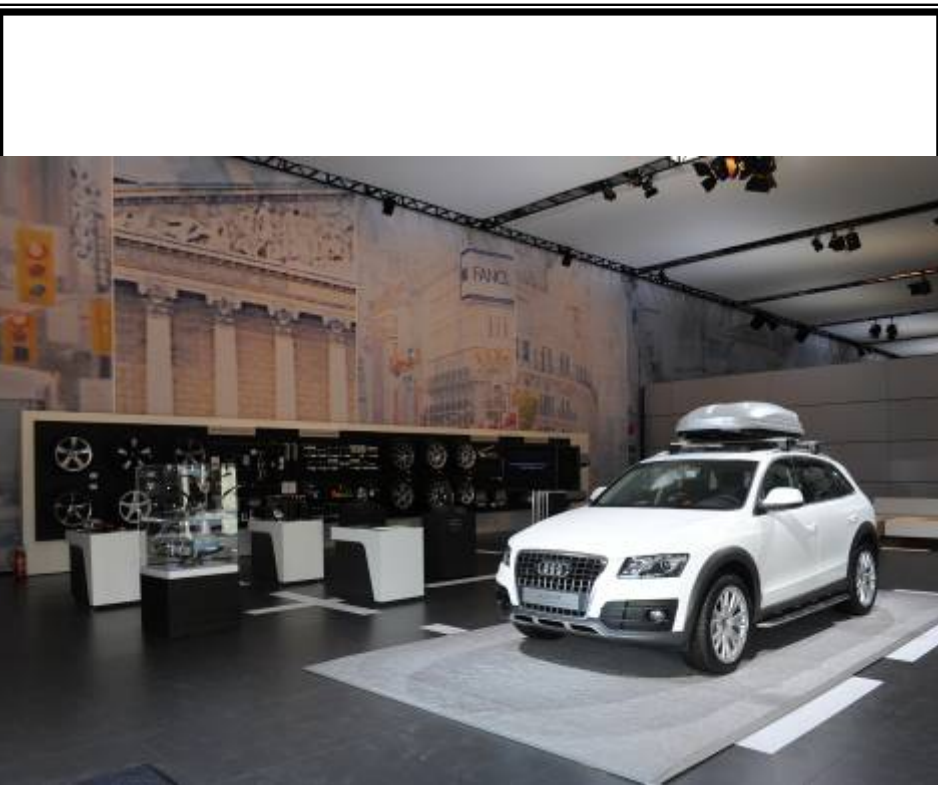
- **Resultados conseguidos:**
- Los resultados conseguidos en todos los estudios realizados fueron muy positivos.
- De las estadísticas, a parte de conocer los resultados del evento, se puede valorar otra forma de enfocar la formación según a quienes vaya dirigida, ya que se observa, que según la procedencia, los gustos y preferencias varían de forma clara. Por lo tanto se puede considerar que ha sido también una medición sociológica.

## Descripción del evento (1/4):



- Los asistentes, a su partida hacia el aeropuerto (salida conjunta en vuelo charter), debían responder a un cuestionario específico de todas las acciones llevadas a cabo durante su estancia que valoraba y evaluaba el evento en todos sus detalles.
- Cada grupo de asistentes (back to back), proveniente de un mismo país o área, vivieron la misma experiencia en cuanto al personal que les asistía, el hotel donde se alojaban, los profesores que daban los cursos e incluso la meteorología que les tocaba en suerte.

## Descripción del evento (2/4):



- Dentro del cuestionario, se les pedía su parecer en lo referente a:
  - LA ORGANIZACIÓN DEL EVENTO: Preparativos, gestión, operativa...
  - COMPORTAMIENTO VIAL: Circuito práctico por la zona con los Q5
  - COMPARATIVA DE COCHES: Con otras marcas pero de la misma gama.
  - AULAS TEORICAS: Diferentes cursos de formación teórica
  - ZONAS DE EXPOSICIÓN: De varios modelos de Audi Q5.
  - VALORACIÓN DEL HOTEL

## Descripción del evento (3/4):



- OPINION SOBRE EL DESARROLLO DE LA NOCHE: La presentación del coche y la cena de clausura.
- VALORACIÓN DEL STAFF: Trato del personal y asistencia recibida
- DESARROLLO DEL EVENTO: Si ha superado las expectativas pensadas o, por contrario, no ha llegado.

# mejor del Impacto Medición 2009

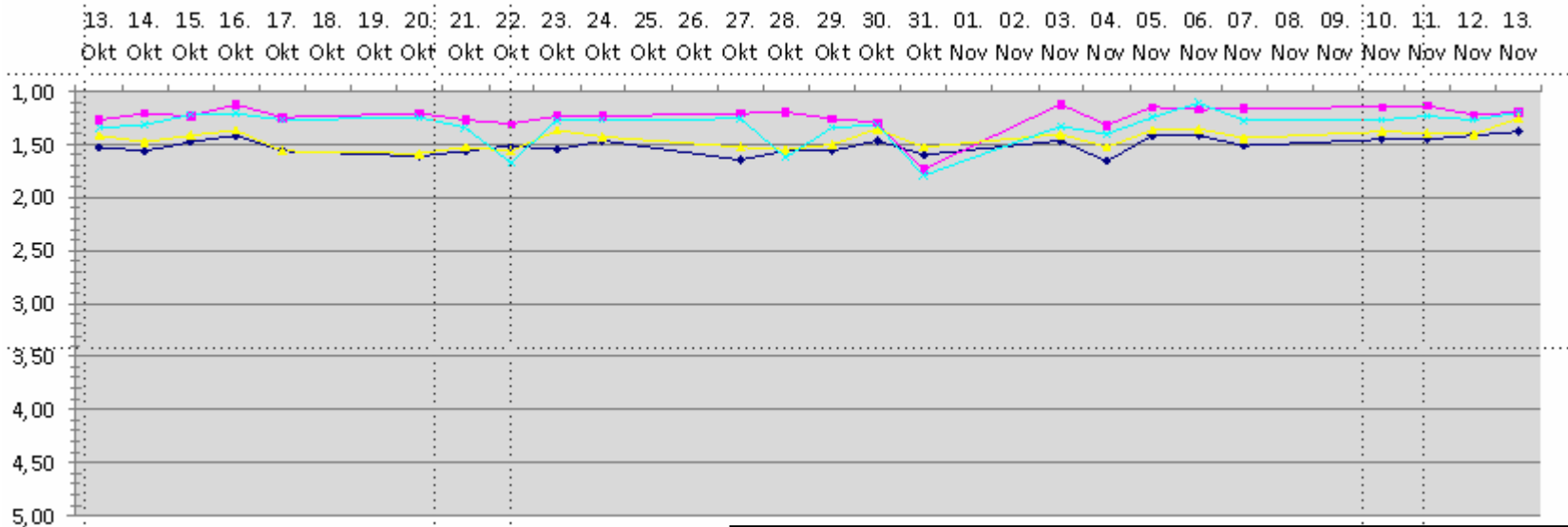
## Descripción del evento (4/4):



- La valoración de cada acción es totalmente personal y se marca otorgando puntos que van desde 2 positivos, 1 positivo, 0 neutro, 1 negativo o bien 2 negativos. De esta forma, se crea una estadística diaria de cada acción que se vincula a un gráfico realmente representativo del resultado del evento.

## Fotos del evento:

### Resultado del Cuestionario



- ◆ Conocimiento Producto Q5
- Experiencia en la Conducción
- ▲ Eficacia y temática C02
- ◆ Sentimiento de marca y motivación

Valoración global del Evento **Nota = 1,30 ø**

1 (optimo), 2 (muy bien), 3 (bien), 4 (suficiente), 5 (deficiente)

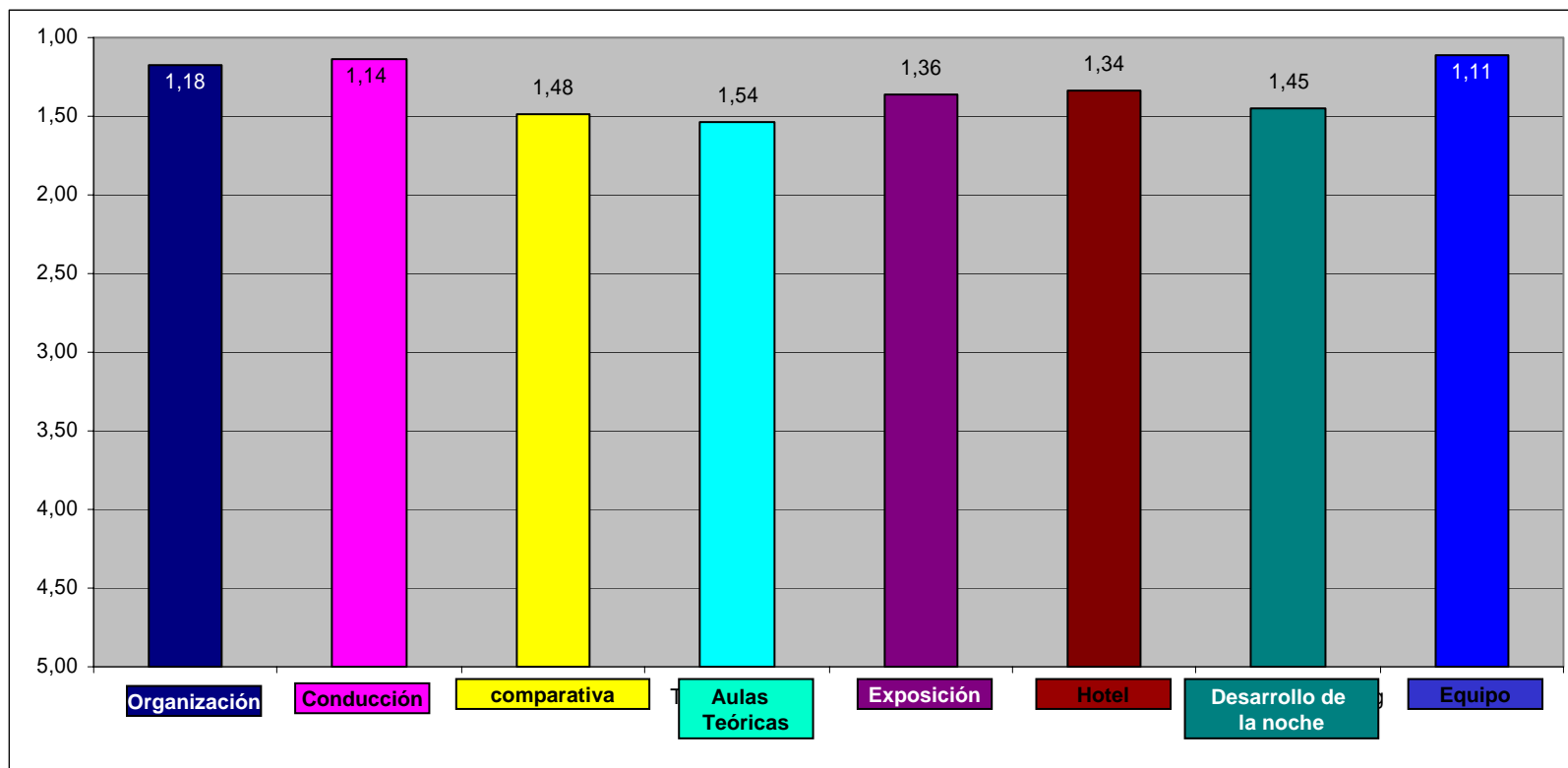
# mejor del Impacto Medición 2009

## Fotos del evento:

Audi Q5 Nationale Verkäufer		13/10/07			14/10/08			15/10/08		
		Anzahl	%	Note	Anzahl	%	Note	Anzahl	%	Note
Frage 1	Wie zufrieden waren Sie mit..... der Organisation der Veranstaltung?									
	++	91	72,22	1,30	90	72,00	1,30	104	85,25	1,16
	+	32	25,40		33	26,40		16	13,11	
	0	3	2,38		2	2,00		2	1,64	
	-	0	0,00		0	0,00		0	0,00	
	--	0	0,00		0	0,00		0	0,00	
	126				125				122	
Frage 2	Wie zufrieden waren Sie mit..... dem dynamischen Fahrteil?									
	++	94	75,20	1,27	100	79,37	1,21	96	78,69	1,23
	+	29	23,20		25	19,84		24	19,67	
	0	1	0,80		1	0,79		2	1,64	
	-	1	0,80		0	0,00		0	0,00	
	--	0	0,00		0	0,00		0	0,00	
	125				126				122	
Frage 3	Wie zufrieden waren Sie mit..... dem statischen Vergleich?									
	++	70	56,45	1,48	66	52,80	1,52	67	54,92	1,51
	+	51	41,13		53	42,40		48	39,34	
	0	1	0,81		6	4,80		7	5,74	
	-	2	1,61		0	0,00		0	0,00	
	--	0	0,00		0	0,00		0	0,00	
	124				125				122	
Frage 4	Wie zufrieden waren Sie mit..... den theoretischen Lernmodulen?									
	++	62	48,44	1,56	56	44,80	1,60	71	58,20	1,43
	+	60	46,88		63	50,40		49	40,16	
	0	6	4,69		6	4,80		2	1,64	
	-	0	0,00		0	0,00		0	0,00	
	--	0	0,00		0	0,00		0	0,00	
	128				125				122	

Fotos del evento:

Resultado del Cuestionario



1 (optimo),2 (muy bien), 3 (bien) ,4 (suficiente), 5 (deficiente)

Mejor Evento Celebración Mejor presentación de Producto Mejor Evento Promocional Mejor Evento Motivación Mejor Reunión/Congreso Mejor Viaje de Incentivo Mejor Evento De Presupuesto Reducido Mejor Evento Responsable Mejor Producto Mejor Montaje Técnico Mejor Hotel/Lugar Mejor Aplicación de Catering Mejor Nuevo Producto para Eventos Mejor Animación/Espectáculo Mejor Gala Mejor presentación de Producto Mejor Evento de...

# mejor del Impacto Medición 2009

Fotos del evento:





# mejor del Impacto Medición 2009

## RECORDATORIO - LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN:

- **Estrategia y concepto:** concepto del evento en función de los objetivos, aportación estratégica, adecuación al cliente, coherencia del evento en su conjunto, desde la comunicación hasta el evento en sí
- **Creatividad:** innovación del evento (su formato, contenidos, programa, estética, animación, etc.)
- **Implementación y producción:** calidad de la puesta en escena, de la producción técnica, de la coordinación del evento
- **Impacto:** capacidad del evento de alcanzar al público e impactarle, retorno de la inversión... a ser posible aportando testimonio de los elementos de medición utilizados

## MATERIAL A ENTREGAR:

- Un CD-ROM o DVD con:
  - este formulario Powerpoint, incluyendo textos y entre 2 y 12 fotos (peso máximo: 25MB)
  - el formulario Word de candidatura
  - las fotos (las mismas que las incluidas en el formulario de presentación Powerpoint): entre 2 y 12 fotos, cada foto como fichero individual en formato jpg, gif, tiff o eps, con resolución de 300ppp y tamaño de 15cm x 10cm
  - un vídeo de hasta 1 minuto (MÁXIMO) del evento (opcional)
- El formulario word de candidatura firmado, en formato papel

**No se aceptarán otros tipos de materiales con la candidatura. No se aceptarán candidaturas por email**

El material deberá ser enviado **antes del 14 de mayo de 2009 a las 24:00** (fecha franqueo o salida mensajero) a:

Lynn Wong – eventoplus - Rambla Catalunya 73, 2º - 08007 Barcelona – España