

32º PRÊMIO ABEMD 2026 - REGULAMENTO

Leia atentamente este regulamento.
Ele será importante para todo o seu processo de inscrição.

Inscrições

Serão aceitas para o 32º PRÊMIO ABEMD 2026, inscrições de cases de Marketing de Dados não inscritos anteriormente nesta premiação e que tenham seus resultados apurados até a data final das inscrições.

O prazo de encerramento das inscrições será no dia 20 de fevereiro de 2026.

A inscrição no Prêmio ABEMD poderá ser feita tanto pela agência quanto pelo próprio cliente ou usuário.

A premiação será destinada à empresa que efetuou a inscrição.

Valor da taxa de inscrição para o 32º PRÊMIO ABEMD 2026:

1º Lote:

Período de 01/10/2025 a 15/11/2025

Associado ABEMD: R\$ 2.035,00 (Dois mil e trinta e cinco reais)

Não Associado ABEMD: R\$ 2.875,00 (Dois mil oitocentos e setenta e cinco reais)

Taxa de Finalista: R\$ 7.935,00 (Incluindo 01 convite + troféu)

2º Lote:

Período de 16/11/2025 a 30/12/2025

Associado ABEMD: R\$ 2.110,00 (Dois mil cento e dez reais)

Não Associado ABEMD: R\$ 2.980,00 (Dois mil novecentos e oitenta reais)

Taxa de Finalista: R\$ 8.855,00 (Incluindo 01 convite + troféu)

3º Lote:

Período de 02/01/2026 a 20/02/2026

Associado ABEMD: R\$ 2.290,00 (Dois mil duzentos e noventa reais)

Não Associado ABEMD: R\$ 3.235,00 (Três mil duzentos e trinta e cinco reais)

Taxa de Finalista: R\$ 9.775,00 (Incluindo 01 convite + troféu)

Valores estimados Festa Prêmio ABEMD

Convite para a Festa: R\$ 900,00

Troféu extra: R\$ 900,00

O pagamento das taxas de inscrição e finalista, deverá ser efetuado através de boleto bancário ou pix, conforme instruções constantes quando do envio do faturamento, sendo que todas as taxas deverão ser quitadas até o dia 31/08/2026, impreterivelmente.

Observação: Caso haja desistência ao longo do processo de inscrição, será devolvido 30% do valor pago. A falta de pagamento da Taxa de Finalista desclassificará automaticamente o case inscrito.

As instruções para a inscrição estão detalhadas no formulário de inscrição on-line disponível no hotsite do Prêmio ([Prêmio ABEMD](#)).

Todas as empresas que se inscreverem deverão enviar um vídeo de 30 a 60 segundos, formato horizontal, mencionando os motivos que as levaram a efetuar a inscrição, bem como preencher o “Termo de Cessão de Uso de Imagem” disponível no hotsite do Prêmio.

Categorias dos cases inscritos

Os cases poderão ser inscritos nas seguintes categorias:

Categoria Customer Success / Customer Experience

Categoria Interactive

Categoria CRM / Data Driven

Categoria Digital

Categoria Innovation

Categoria Acessibilidade

Categoria ESG

Cada categoria possui suas características específicas, tendo por isso critérios de avaliação distintos.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição individual. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. É permitido a inscrição do mesmo case em mais de uma categoria, assim como é permitida a inscrição do mesmo case em mais de uma subcategoria dentro da mesma categoria.

O Comitê Executivo do Prêmio tem autonomia também para definir novas categorias e ajustar as existentes ou ainda reclassificá-las, sempre com o objetivo de garantir o equilíbrio e andamento adequado do julgamento.

Júri, Critérios de Avaliação/Notas e Julgamento

O júri é composto por cerca de 40 jurados – renomados profissionais de agências, anunciantes e fornecedores usuários de Marketing de Dados.

É dividido em grupos específicos para cada categoria sob a direção da presidente da ABEMD.

É vedada aos integrantes do júri a atribuição de notas aos cases das empresas/grupos aos quais representem.

Caberá a cada jurado a responsabilidade de atribuir notas para os critérios estabelecidos para cada categoria, conforme abaixo:

Categoria Interactive

- Subcategoria Campanha – Estratégia (Peso 1,5), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 3);
- Subcategoria Programa – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 2,5);
- Subcategoria Mala Direta – Estratégia (Peso 1,5), Criação (Peso 2,5) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Ação de Comunicação – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 3) e Resultado (Peso 1);
- Subcategoria Ação de Interação – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 3) e Resultado (Peso 1).

- Categoria Customer Success / Customer Experience

- Subcategoria Atendimento ao Consumidor/SAC – Estratégia (Peso 1,5); Resultado (Peso 2) e FCR (First Call Resolution) (Peso 2,5);
- Subcategoria Televendas – Estratégia (Peso 2,5) e Resultado (Peso 3,5);
- Subcategoria Cobrança/Recuperação de Crédito – Estratégia (Peso 2) e Resultado (Peso 4).

Categoria CRM / Data Driven

- Subcategoria com Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 1,5), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2,5);
- Subcategoria sem Campanha de Comunicação - Estratégia (Peso 2,5) e Resultado (Peso 3,5).

Categoria Digital

- Subcategoria Ações Digitais – Campanhas – Estratégia (Peso 1,5), Execução (Peso 1), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Ações Digitais – Mídia e SEO – Estratégia (Peso 1,5), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1) e Resultado (Peso 2)
- Subcategoria E-mail Marketing – Estratégia (Peso 1,5), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Canais Sociais – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Influenciadores – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Estratégia de Conteúdo – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2);
- Subcategoria Plataformas Digitais – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 2), Criação (Peso

1) e Resultado (Peso 2);

- Subcategoria Games – Estratégia (Peso 1), Execução (Peso 1), Criação (Peso 2) e Resultado (Peso 2).

Categoria Innovation

Estratégia (Peso 2), Execução (Peso 1) e Resultado (Peso 3) para todas as Subcategorias (Ferramentas, Inteligência Artificial e Novos Produtos).

Categoria Acessibilidade

Estratégia (Peso 2), Execução (Peso 2,5) e Resultado (Peso 1,5).

Categoria ESG

- Subcategoria Projetos Sociais e de Sustentabilidade – Estratégia (Peso 2), Execução (Peso 1,5), Criação (Peso 1,5) e Resultado (Peso 1);

- Subcategorias Comunicação Interna e Comunicação Corporativa – Estratégia (Peso 2), Criação (Peso 2,5) e Resultado (Peso 1,5).

A nota média de cada case é obtida da seguinte forma: primeiramente é calculada a média ponderada das notas de cada jurado nos critérios estabelecidos em sua categoria, conforme acima. Em seguida, a soma das médias ponderadas é dividida pelo número de jurados que julgou o case.

ATENÇÃO:

Os dados relativos aos resultados do case inscrito serão mantidos restritos ao júri que o analisou. Isoladamente, nenhum desses dados poderá ser divulgado pela ABEMD, conforme termo de confidencialidade assinado pelo Comitê Executivo do Prêmio no final deste regulamento.

Premiação

Finalizados os trabalhos e eleitos os cases ganhadores, caberá a Diretoria da ABEMD, a escolha dos prêmios: Uso Criativo de Dados, Criação, Grand Prix, Agências do Ano, Cliente do Ano; O Melhor dos Melhores em Interactive; Customer Success/Customer Experience; CRM/Data Driven; Digital; Innovation; Acessibilidade e ESG, tendo a prerrogativa de decidir por quaisquer outros que julgarem oportuno.

Serão atribuídos troféus Prêmio ABEMD Ouro, Prata ou Bronze, obedecendo à ordem das médias alcançadas, independente da categoria.

Os critérios de desempate serão: primeiro a maior média alcançada no critério de Resultados, se necessário for, seguirá a disputa pelo critério da maior média de Estratégia e por último, em caso de novo empate, a maior média de Criação.

As empresas finalistas serão comunicadas pela ABEMD, ocasião em que deverão fazer o pagamento da Taxa de Finalista por case, que lhes dará direito à confecção do respectivo troféu e 01 convite para a Festa de Premiação.

As empresas vencedoras que desejarem outros exemplares do troféu recebido, poderão encomendá-los diretamente junto à ABEMD.

Prêmios Especiais

Grand Prix - o premiado com o Grand Prix 2026 será o case referendado pela Diretoria do Prêmio ABEMD entre os cases de maior nota média em todas as categorias.

Prêmio Uso Criativo de Dados - premiação multicategoria, onde os jurados de todas as categorias, ao finalizar a avaliação dos cases, indicam os projetos que tenham uso criativo e inovador de dados. O vencedor será o case que obtiver a maior nota.

Prêmio Criação - o premiado será escolhido entre os cases finalistas com as maiores médias no critério Criação. Esses julgados nas categorias: Interactive e Digital.

O Melhor dos Melhores em Interactive - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Interactive” será o case de maior média na categoria.

O Melhor dos Melhores em Customer Success / Customer Experience – o premiado como “O Melhor dos Melhores em Customer Success / Customer Experience” será o case de maior média na categoria.

O Melhor dos Melhores em CRM/Data Driven - o premiado como “O Melhor dos Melhores em CRM/Data Driven” será o case de maior média na categoria.

O Melhor dos Melhores em Digital - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Digital” será o case de maior média na categoria.

O Melhor dos Melhores em Innovation - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Innovation” será o case de maior média na categoria.

O Melhor dos Melhores em Acessibilidade - o premiado como “O Melhor dos Melhores em Acessibilidade” será o case de maior média na categoria.

O Melhor dos Melhores em ESG - o premiado como “O Melhor dos Melhores em ESG” será o case de maior média na categoria.

Agência do Ano - receberá o prêmio Agência do Ano aquela que tiver o case de maior média em cada categoria.

Determinações Gerais

Todo o material dos cases finalistas do Prêmio passará a fazer parte da ABEMD, servindo como referência a todos os associados e podendo ser reproduzido pela ABEMD, por qualquer meio, para divulgação interna ou externa.

A divulgação dos cases será baseada no texto elaborado pela agência/cliente, que será solicitado pela ABEMD. Caso este case não seja enviado no prazo estabelecido, à ABEMD tem total liberdade para editar e utilizar os textos enviados no formulário de inscrição do case.

As decisões do júri do 31º PRÊMIO ABEMD são irrecorríveis. Os casos omissos neste regulamento serão decididos pela Diretoria da ABEMD/Prêmio que aquele integra,

dependendo de sua natureza.

Para mais informações, nos contate pelo nº (11) 9 9166-3825 ou mande um e-mail para premio@abemd.org.br

ATENÇÃO: Este regulamento e a ficha de inscrição on-line poderão sofrer alterações para aprimoramento. Caso ocorra alguma correção, a ABEMD informará diretamente a todas as empresas concorrentes, bem como publicará as alterações no site oficial do 32º Prêmio ABEMD.

Material para Inscrição

Para participar do Prêmio, os materiais deverão ser anexados a Ficha de Inscrição disponível no hotsite do Prêmio **até o dia 15/04/2026**.

Normas de preenchimento da ficha de inscrição

Deverão ser respeitadas todas as orientações e solicitações para se processar a inscrição. O preenchimento incorreto ou incompleto, bem como a ausência de material ou de dados, poderá prejudicar a análise do case por parte dos jurados e, conseqüentemente, **comprometer a sua avaliação**.

O nome da agência não será divulgado durante o processo de julgamento. Portanto, é proibido citar a agência, direta ou indiretamente, a partir do passo “Identificação do Case” da ficha de inscrição, bem como nos quadros de apresentação.

Os cases inscritos que mencionarem o uso de listas deverão informar sua origem e segmento. Deverão, também, apresentar a descrição do banco de dados. O Comitê Executivo do Prêmio, no uso das atribuições que lhe foram conferidas, poderá desclassificar os cases cujas informações, ora solicitadas, não sejam disponibilizadas.

As empresas poderão inscrever quantos cases desejarem, porém cada case será considerado como uma inscrição individual. Os cases poderão ser compostos por uma ou várias peças. Os cases poderão ser desmembrados para inscrições em separado, sendo permitido inscrever o mesmo case em mais de uma categoria.

Os cases inscritos nas categorias Customer Sucess/Customer Experience, CRM/Data Driven e Digital deverão empregar **exclusivamente** uma dessas ferramentas.

Caso o trabalho inclua a ferramenta (Customer Sucess/Customer Experience, CRM/Data Driven e Digital) apenas como apoio a uma ação de Marketing de Dados, ele deverá ser inscrito como Interactive.

Os cases inscritos em Customer Sucess/Customer Experience e CRM/Data Driven sem campanha de comunicação dispensam a apresentação de peças criativas, mas obrigatoriamente devem apresentar os resultados da ação.

Termo de Confidencialidade

Pelo presente instrumento, a ABEMD – Associação Brasileira de Marketing de Dados, entidade realizadora/organizadora do Prêmio ABEMD 2025, em sua 31ª edição, compromete-se a manter total sigilo sobre as informações relativas a “Resultados Numéricos” referentes aos cases inscritos, seja na forma verbal, escrita, ou qualquer outra, sendo, a partir de agora, classificadas como “informações sigilosas”. O uso das mesmas será exclusivamente para análise do case, posto que são fundamentais à sua compreensão e consequente julgamento.

Para os cases vencedores, a agência/cliente autorizará a divulgação dos dados que julgar conveniente, através de um resumo feito pelo responsável da inscrição (agência/cliente).

A ABEMD fica autorizada a divulgar todas as informações relativas aos cases inscritos, excetuando-se as classificadas neste termo como “informações sigilosas”.

São Paulo, 01 de outubro de 2025.

Boa sorte!