



Premier Partner Awards 2019

Manual de postulación

Su guía para crear postulaciones eficaces a los premios.

Los Socios Premier de Google utilizan su experiencia para ofrecer campañas digitales inteligentes e innovadoras todos los días. En este manual, encontrará toda la información que necesita para que su postulación se destaque.

Cuando esté listo para postular sus casos de éxito, visite g.co/PremierPartnerAwards

Tiene hasta el 8 de Julio de 2019 para enviar su postulación.

Contenido

- 01 [Categorías](#)
- 02 [Cómo postularse](#)
- 03 [Sugerencias de postulación](#)
- 04 [Preparación de la documentación](#)
- 05 [Redacción del caso de éxito](#)
- 06 [Plantilla de caso de éxito](#)
- 07 [Selección de los ganadores](#)
- 08 [Requisitos de elegibilidad](#)

01

Categorías de Premier Partner Awards 2019

Distinción a la excelencia en marketing digital.

Este año, premiaremos a las mejores agencias de América Latina en seis categorías especializadas. Como Socio Premier, está invitado a participar en los premios en tantas categorías como desee. Asegúrese de realizar postulaciones independientes para cada premio en el que participe.



Excelencia en búsqueda

Se le otorga al Socio Premier que demuestre el mejor uso de los anuncios de búsqueda de Google durante este año. Todos los finalistas demostrarán sus habilidades expertas mediante usos innovadores y creativos de las ofertas automáticas o con optimizaciones más allá del último clic.



Excelencia en anuncios gráficos

Premio destinado al Socio Premier que presente el mejor uso de anuncios gráficos de Google de este año. Todos los finalistas demostrarán sus habilidades expertas mediante la atracción de más clientes con usos inteligentes y creativos de las funciones de público de la Red de Display de Google.



Excelencia en aplicaciones

Para poder ser ganadores o finalistas en esta categoría, los Socios Premier demostrarán cómo sus campañas de creativities les permitieron publicar los anuncios para dispositivos móviles de Google más destacados de este año. En esta categoría, los finalistas demostrarán éxito en medición multidispositivo y desarrollo de aplicaciones universales.

01

Categorías de Premier Partner Awards 2019



Excelencia en Shopping

Este premio distinguirá a los Socios Premier que creen los anuncios de Google Shopping más innovadores de este año. Los finalistas mostrarán su experiencia creativa con una campaña llena de anuncios que impulsaron las ventas de los clientes.



Excelencia en video

En esta categoría, se destacarán los anuncios de video de Google más creativos de este año. A través de la exhibición tanto de talento en el uso de formatos como de resultados para los clientes, buscaremos los videos más innovadores en formatos especializados, como bumpers publicitarios o videos en 360°.



Crecimiento de empresas en línea

Se llevará este premio el Socio Premier que demuestre una experiencia incomparable en el crecimiento de su empresa en línea. Todos los finalistas deben tener una trayectoria comprobada en ayudar a los clientes a alcanzar el siguiente nivel y dominar aspectos como la optimización para dispositivos móviles y el aprovechamiento de bases de clientes nuevas.

02

Cómo postularse

Siga estos tres pasos.

1. Lea todo el manual

Asegúrese de leerlo completamente antes de postularse. Encontrará información clave sobre cada premio, cómo contar las historias de sus casos de éxito y los formatos de archivo requeridos para su postulación.

2. Prepare su postulación

Deberá proporcionar un caso de éxito para cada premio al que se postule y elaborar respuestas detalladas a varias preguntas. Planifique con anticipación. Para ello, dedique tiempo a completar las postulaciones y asegúrese de obtener la aprobación del cliente en cada caso de éxito.

3. Postúlese en línea

Debemos recibir todas las postulaciones a más tardar la medianoche del 8 de Julio de 2019, así que anótelo en su calendario. Se anunciarán todos los finalistas el 29 de Agosto de 2019.

03

Sugerencias de postulación a los premios

Cuente una historia convincente y reveladora a nuestros jueces.

Comparta la historia de su empresa

Antes de contarnos sobre su campaña, queremos conocerlo. ¿Qué diferencia a su empresa de las demás? Incluya datos y cifras clave, como el tipo de clientes para los que trabaja y la cantidad de personas que emplea. Las mejores postulaciones suelen redactarse desde el punto de vista del propietario de la empresa.

¿Qué lo motiva?

Demuestre cómo su empresa adopta la tecnología y la innovación

¿Qué tecnologías mantienen vigente su negocio?

Puede destacar la forma en que realiza seguimiento de las atribuciones diferentes al modelo de último clic, o el modo en que entrega orientación por público o implementa servicios de automatización. Por ejemplo, un ganador anterior del Premio a la Excelencia en Shopping utilizó el aprendizaje automático para obtener información de grandes cantidades de datos y lograr resultados mejores.

¿Cómo innova su empresa para mantenerse a la vanguardia?

Queremos escuchar ejemplos de cómo utiliza los formatos más recientes de anuncios de Google, y lo que eso implica para sus clientes. Un ganador anterior del Premio a la excelencia en video probó varias campañas mediante métodos de orientación para garantizar que sus clientes siempre obtuvieran los mejores resultados cada mes.

03

Sugerencias de postulación a los premios

Cuente la historia de su campaña

Dele un comienzo, un desarrollo y un final: ¿Qué problemas enfrentó?, ¿cómo los resolvió?, ¿cuáles fueron los resultados?

Cuente en detalle cómo usó funciones individuales de forma inteligente. ¿Cómo usó la orientación por público, el modelo de atribución diferente al de último clic o la automatización para obtener sus resultados?

Muéstreles a los jueces que evaluarán sus casos qué tan geniales son sus campañas publicitarias. Por ejemplo, si la creatividad de la campaña incluyó video, no se limite a enviarnos solo una serie de capturas de pantalla. Enséñenos el video real.

También puede presentar su caso de éxito como un video. Cuando complete su postulación, podrá compartir un vínculo a su video. Asegúrese de que el video contenga todos los elementos requeridos para su postulación a los premios.

Aborde cada postulación a los premios de manera diferente

Evite copiar y pegar la historia de fondo de su empresa en diferentes postulaciones. En su lugar, piense en abordar cada postulación individualmente y en formular las respuestas según el premio al que postula. Podría tardar más tiempo, pero cada postulación se convertirá en una demostración más seria de por qué su trabajo podría recibir un premio como el mejor de su clase.

No incluya vínculos a carpetas o documentos adicionales en su postulación. No los tendremos en cuenta durante el proceso de evaluación. Asegúrese de que todo lo que desea compartir esté incluido en el caso de éxito y sus respuestas.

03

Sugerencias de postulación a los premios

Exhiba sus campañas en forma holística

No se limite únicamente a la excelencia que aplicó en Google Ads. Su trabajo puede combinar la excelencia en Google Ads así como la que aplicó en otras tecnologías, canales y creatividades. No se preocupe por entrar en demasiados detalles.

Responda cada pregunta

Cada año, recibimos postulaciones con campos incompletos o sin algunas secciones. Asegúrese de llenar todos los espacios en blanco y de que los formularios de autorización estén en su lugar.

04

Preparación de los documentos de postulación.

Deberá compartir 3 archivos por cada premio al que se postule. A continuación, presentamos toda la información que debe reunir.



Su caso de éxito

Asegúrese de cumplir con las siguientes especificaciones:

- Un documento PDF o de Microsoft Word
- El tamaño no debe superar los 15 MB
- Sin datos personales o empresariales identificables
- Debe cumplir con nuestros lineamientos



El vínculo a su video

Es obligatorio solo si se postula al Premio a la excelencia en video.

Asegúrese de cumplir con las siguientes especificaciones:

- Los datos personales o comerciales no deben ser identificables.
- Debe cumplir con nuestros lineamientos de video.



Su formulario de autorización

Si envía su [formulario de autorización](#) sin DocuSign, asegúrese de cumplir con las siguientes especificaciones:

- Debe estar firmado por su cliente.
- Debe estar listo para subirlo en formato PDF.
- Debe cumplir con nuestros lineamientos de autorización.

05

Redacción del caso de éxito

Siga estos conceptos básicos para crear el caso de éxito perfecto.



La asociación

Destaque la manera en que su asociación con el cliente lo ayudó a alcanzar el éxito. Demuestre cómo podrían beneficiarse otros clientes si se asocian con usted.



Métricas de conversiones

A medida que Google Ads se vuelve más eficaz para los clientes, haga referencia a las métricas de conversión a fin de ayudarlos a comprender las ventajas. Algunos ejemplos de estas métricas incluyen el costo por conversión y el valor de conversión total.



Métricas publicitarias

Las métricas publicitarias, como el alcance y la participación, son fundamentales. Inclúyalas en los casos de éxito, ya que son la mejor manera de demostrar el impacto de sus servicios a los especialistas en marketing.



Impacto en el negocio

Es más atractivo hablar sobre historias de una transformación empresarial que sobre análisis técnicos y detallados. Muestre cómo sus estrategias influyeron en toda una empresa, en lugar de mostrar únicamente los resultados de una campaña específica.

05

Cómo crear su postulación a los premios

A continuación, encontrará una lista de preguntas junto con algunas sugerencias útiles que lo ayudarán a responderlas.



¿Qué diferencia a su empresa de otros Socios Premier en la manera en que maximiza el impacto y también impulsa el éxito de sus clientes?



Describa su enfoque en relación con el desarrollo de estrategias y la entrega táctica para sus clientes y cómo esto demuestra su excelencia en la implementación de los productos de Google.

Sugerencias: El contenido de ejemplo para el desarrollo estratégico incluye el establecimiento de objetivos, la identificación del público, la creación de participación, la atención de las necesidades de los usuarios, la selección de canales y dispositivos, las mediciones, entre otros aspectos.

Como ejemplos del contenido de la entrega táctica se incluyen la variedad y complejidad de los productos, las funciones utilizadas, las ofertas y la orientación, etcétera

Recomendaciones para la categoría Crecimiento de empresas en línea:

Describa cómo impulsa los resultados comerciales, el crecimiento y la sustentabilidad de sus clientes a nivel estratégico y táctico de manera escalable.

Sugerencias: ¿Cómo implementa las soluciones de Google Ads a gran escala?, ¿cómo impulsa el crecimiento sustentable de sus clientes?

05

Cómo crear su postulación a los premios



¿Cómo aprovecha su empresa las soluciones de automatización de Google para mejorar el rendimiento de la campaña y ayudar a sus clientes a crecer?

Sugerencias: El contenido de ejemplo de esta respuesta incluye la manera en que utilizó la tecnología de automatización para optimizar el rendimiento de los anuncios, mejorar la experiencia del usuario, y escalar y amplificar los resultados obtenidos con la tecnología.



¿Cómo fomenta una cultura empresarial que promueva (y fomente) la excelencia entre los empleados, las campañas y el servicio de Atención al cliente?

Sugerencias: El contenido de ejemplo de esta respuesta incluye una estrategia centrada en el cliente, la experiencia de los empleados, las estrategias de talento, el crecimiento y la capacitación, la diversidad y la inclusión, las recompensas, las comunicaciones internas, el espíritu empresarial y el pensamiento innovador.

05

Redacción del caso de éxito

Lo que debe hacer

- ✓ Asegúrese de que la historia seleccionada sea beneficiosa para el cliente y su empresa, y que ofrezca resultados medibles.
- ✓ Desarrolle la historia en función de preguntas abiertas y verifique todos los hechos con el cliente.
- ✓ Verifique que todas las métricas de rendimiento se tomen directamente de datos de clientes específicos. Por ejemplo: "En el caso de la Empresa X, este formato de Google Ads generó 2 veces más..."
- ✓ Recuérdle a su cliente quién es usted, su función, su estado de Socio de Google (Socio o Socio Premier), sus especializaciones, y bríndele un breve resumen de lo que puede esperar del proceso de caso de éxito.
- ✓ Refiérase a usted mismo como un Socio de Google si su empresa obtuvo la insignia correspondiente.

Lo que no debe hacer

- ✗ No elija una historia de cliente similar a los casos de éxito existentes.
- ✗ No haga suposiciones (exagerar la verdad), ya que la divulgación de información falsa puede dañar la relación con el cliente, además de la credibilidad y confiabilidad de su empresa.
- ✗ No ofrezca declaraciones generales sobre el negocio, las finanzas o el rendimiento genérico de los anuncios de Google. Por ejemplo: "Los formatos de Google Ads permiten duplicar las conversiones"..
- ✗ No suponga que todos los detalles se transmitieron al cliente de antemano, ni sugiera que Google participó en el desarrollo del caso de éxito.
- ✗ No sugiera la existencia de una relación, una afiliación, un patrocinio o un respaldo de parte de Google ni utilice el término "asociación" si su empresa no tiene la insignia.

05

Redacción del caso de éxito

Lo que debe hacer

- ✓ Use frases verídicas, como “Contamos con una certificación de Google”, “Tenemos conocimiento sobre los productos publicitarios de Google”, “Obtuvimos una certificación en Google Ads”, “Tenemos acceso a recursos de capacitación y asistencia de Google” o “Como Socio de Google, podemos ayudarlos a mejorar su campaña”.
- ✓ Use las insignias de Socio de Google de la manera en que se diseñaron.
- ✓ Adapte el contenido según el público y el propósito que le dará (p. ej., descripción general breve para una diapositiva, un sitio web o material adicional detallado).
- ✓ Enfatique sus servicios sin hacer promesas sobre el rendimiento.
- ✓ Utilice frases como “Nos permiten publicar anuncios relevantes para los clientes” cuando hable sobre los productos de Google.

Lo que no debe hacer

- ✗ No use afirmaciones como “Google confía en nuestra capacidad”, “Somos expertos en los productos publicitarios de Google”, “Somos una de las mejores agencias en cuanto a los productos publicitarios de Google”, “Contamos con información privilegiada que nos da ventaja” o “Confían en que podremos lograr resultados óptimos”.
- ✗ No quite, altere, distorsione, cambie el tamaño, traduzca ni localice ningún elemento de la insignia. Tampoco use el logotipo de Google en reemplazo de la insignia de Socio de Google.
- ✗ No use jerga técnica, palabras de moda ni acrónimos.
- ✗ No prometa mejoras en los resultados, a menos que cuente con estadísticas concluyentes que respalden la afirmación.
- ✗ No utilice las palabras “objetivo” ni “orientación por clientes”, cuando se refiera a los productos de Google.

05

Redacción del caso de éxito

Lo que debe hacer

- ✓ Asegúrese de que el caso de éxito destaque los buenos resultados con un producto o servicio nuevo.
- ✓ Personalícelo: incluya los colores, tipografías y otros elementos de su marca.

Lo que no debe hacer

- ✗ No utilice el caso de éxito como un comunicado de prensa ni lo comparta con los medios de comunicación, lo que implica una recomendación por parte de un cliente.
- ✗ No copie los elementos de la marca de Google. El caso de éxito debe reflejar que proviene de usted y no de Google.

Plantilla de caso de éxito

Plantilla opcional predefinida.

Una diapositiva con texto le permite contar la historia de cómo su cliente alcanzó el éxito con una solución de Google. También un formato más largo en dos carillas le permite fácilmente comunicar su historia en un formato atractivo. Puede descargar estas plantillas [AQUÍ](#).

1 

2 **Lorem ipsum dolor sit amet, pri fugit. Inani persius, pro nostrud legimus.**

3 Lorem ipsum dolor sit amet. In pri fugit inani persius, pro nostrud legimus. Eam penatibus et magnis dis parturient montes quot natum id. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur penatibus mus.

4 **The challenge**
Lorem ipsum dolor sit amet. Et exerci ancillae voluptua pro, in sed omnes copiosae aperian, vel penatibus et magnis dis parturient montes expetenda imperdiet an. In pri natoque penatibus fugit inani persius, pro nostrud legimus. Eam quot natum id. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

4 **The approach**
Lorem ipsum dolor sit amet. Et exerci ancillae voluptua pro, in sed omnes copiosae aperian, vel expetenda imperdiet an. In pri fugit inani persius, pro nostrud legimus. Eam quot penatibus et magnis dis parturient montes natum id. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Fusce feugiat quis arcu.

5 **The results**
Lorem ipsum dolor sit amet. In pri fugit inani persius, pro nostrud legimus. Eam penatibus et magnis dis parturient montes quot natum id. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Fusce feugiat quis arcu non laeulis. Et exerci ancillae voluptua pro, in sed omnes copiosae aperian.

6 *Lorem ipsum dolor sit amet. In pri fugit inani persius, pro nostrud legimus. Eam penatibus et magnis dis parturient montes quot natum id. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur in sed omnes copiosae aperian.*
Source name, Title/Business

2x
Statistic / Metric goes here

37%
Statistic / Metric goes here

140
Statistic / Metric goes here

7 Add your legal disclaimer and other related information here. Lorem ipsum dolor sit amet. In pri fugit inani persius, pro nostrud legimus. Eam penatibus et magnis dis parturient montes quot natum id. Orci varius natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

Premier Partner Awards 2019

- | | |
|--|---|
| 1 Foto de la empresa (opcional) | 5 Métricas de mejora |
| 2 Título | 6 Testimonio del cliente |
| 3 Introduction | 7 El pie de página con los logotipos del cliente y de la agencia, además de la insignia de Socio de Google, en el anverso, y los avisos legales en el reverso |
| 4 Cuerpo del texto, que suele dividirse en las siguientes secciones: <ul style="list-style-type: none"> • El desafío • El enfoque • Los resultados • Impacto en el mercado | |

07

Selección de los ganadores

Un poco de información sobre cómo funciona el proceso de selección.

Cada Socio Premier que postule casos de éxito a los premios, será evaluado únicamente por el contenido de sus archivos postulados.

Primero, revisaremos su cuenta y verificaremos los números para comparar el éxito que ha tenido. Luego, le entregaremos la información a Deloitte, una compañía de consultoría independiente a Google que garantiza la imparcialidad del proceso. Ellos se encargarán de revisar todas las postulaciones, incluido el caso de éxito del cliente, a fin de determinar a los finalistas. Finalmente, nuestro panel de jueces regionales y empleados sénior de Google seleccionarán a los ganadores de cada categoría.

Se anunciará a los finalistas de cada categoría el 29 de Agosto de 2019.

Se anunciará a los ganadores en las ceremonias de premiación regionales, que ocurrirán entre los meses de Octubre y Noviembre de 2019. Cada finalista será notificado de esta ceremonia con suficiente antelación.

Para obtener más detalles sobre el proceso de evaluación, visite g.co/PremierPartnerAwards

08

Requisitos de elegibilidad

A fin de que consideremos a su empresa para cualquiera de las categorías de los premios, esta debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Debe tener la insignia de Socio Premier de Google en la actualidad.
- En la actualidad, debe especializarse como Socio Premier de Google en la disciplina del premio al cual se postula (con excepción del Premio al crecimiento de empresas en línea).
- Debe compartir un caso de éxito del cliente en el que se demuestre su trabajo.
- Debe proporcionar un formulario de autorización de caso de éxito aprobado por el cliente.
- Debe responder una serie de preguntas sobre su empresa. Tendrá que explayarse sobre los siguientes aspectos:
 - ¿Qué diferencia a su empresa de otros Socios Premier en la manera en que maximiza el impacto y también impulsa el éxito de sus clientes? Recomendaciones para la categoría Crecimiento de empresas en línea:
Describa su enfoque en relación con el desarrollo de estrategias y la entrega táctica para sus clientes y cómo esto demuestra su excelencia en la implementación de los productos de Google.
 - Describa cómo impulsa los resultados comerciales, el crecimiento y la sustentabilidad de sus clientes a nivel estratégico y táctico de manera escalable.
 - ¿Cómo aprovecha su empresa las soluciones de automatización de Google para mejorar el rendimiento de la campaña y ayudar a sus clientes a crecer?

08

Requisitos de elegibilidad

- ¿Cómo fomenta una cultura empresarial que promueva (y fomente) la excelencia entre los empleados, las campañas y el servicio de Atención al cliente?
- Debe completar toda la postulación. No se considerarán postulaciones con información incorrecta o incompleta. Todas las respuestas se utilizarán para seleccionar a los finalistas y a los ganadores.

Consulte los Términos y Condiciones para conocer todos los requisitos de elegibilidad en g.co/PremierPartnerAwards