

PREMIER PARTNER AWARDS 2021

Manual de inscrição

Brasil



Índice



01.	Visão geral
02.	Como funciona
03.	Preenchimento da inscrição
04.	Perguntas frequentes

01. Visão geral

PREMIER PARTNER AWARDS 2021

Reconhecendo os líderes do setor e o impacto deles no marketing digital

Este manual é o seu guia do Premier Partner Awards 2021. Aqui você encontrará tudo que precisa saber sobre os prêmios, o processo de inscrição e muito mais.

Depois de ler o manual, estará tudo pronto para você se inscrever.

[Comece aqui.](#)



Datas importantes

22 DE JUNHO	Abertura das inscrições
30 DE JUNHO	Encerramento das inscrições
30 DE SETEMBRO	Anúncio dos finalistas
FINAL DE OUTUBRO	Anúncio dos vencedores

Por que se inscrever



Estes são alguns dos benefícios para parceiros que vencerem os prêmios.

Prêmio

O troféu é um reconhecimento aos resultados da parceria sólida entre você e seus clientes. Além disso, ele mostra que sua empresa é uma das melhores no ramo de marketing digital.

Estudo de caso

Os vencedores receberão um estudo de caso patrocinado pelo Google, que pode ser enviado diretamente para os clientes ou compartilhado no site e nas mídias sociais da empresa.

Destaque

A história dos vencedores será exibida no Think with Google e em outras plataformas do Google.

Evento



O evento deste ano será bem diferente por razões óbvias, mas ainda estamos nos esforçando para que a cerimônia tenha um toque de magia.

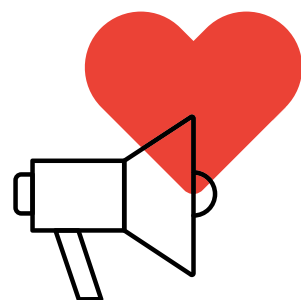
Embora o formato final ainda não esteja decidido, volte [aqui](#) mais tarde para saber mais. Entraremos em contato com mais informações sobre ativações locais.

Categorias



Neste ano, temos várias categorias novas. O foco dos prêmios de Reconhecimento de marca, Geração de leads, Vendas online e Crescimento em Apps e Mobile é dar o devido crédito aos trabalhos que levam a bons resultados com base nos objetivos de marketing dos clientes.

Ao concorrer nessas categorias, você se qualifica automaticamente para as novas categorias Diversidade, equidade e inclusão e Equipe de conta. Com essas modalidades, reconhecemos a colaboração em equipe e o marketing inclusivo da organização.



Reconhecimento de marca

PREMIER PARTNER DO ANO

Esta categoria se concentra em trabalhos que geram reconhecimento e recall.

As vendas promovem resultados de curto prazo, mas as estratégias de reconhecimento proporcionam um crescimento sustentável em um mundo em constante mudança. O vídeo digital é a ferramenta definitiva de reconhecimento. Com ela, os anunciantes podem alcançar facilmente o público-alvo que não encontram em nenhum outro lugar. Existem muitas opções para publicidade em vídeo, e o YouTube é uma das plataformas líderes no que diz respeito ao aumento da adoção digital e streaming. Como você ajudou seus clientes a aparecer nos contextos e momentos que importam para os clientes deles?

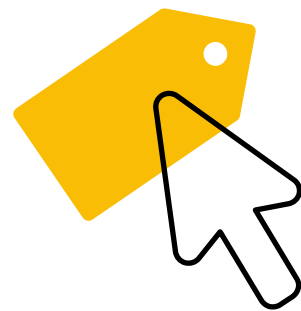


Geração de leads

PREMIER PARTNER DO ANO

Como você colabora com seus clientes para gerar leads de alta qualidade em grande escala?

Várias coisas são necessárias para alcançar os clientes certos com a mensagem certa. Um em cada três compradores concorda que prefere comprar de uma empresa/marca que oferece uma ampla variedade de meios de contato. Refinar estratégias de criativo, palavras-chaves e público-alvo é uma forma de alcançar pessoas com alta intenção de compra para seus clientes.

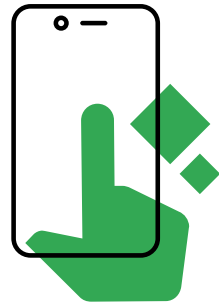


Vendas online

PREMIER PARTNER DO ANO

Esta categoria se concentra em trabalhos que geram vendas online nos momentos em que os compradores estão escolhendo e descobrindo marcas e produtos.

Quais ferramentas você usou para melhorar as vendas online para clientes e como você identificou os produtos do Google Ads que ofereceriam o melhor apoio às campanhas de seus clientes?

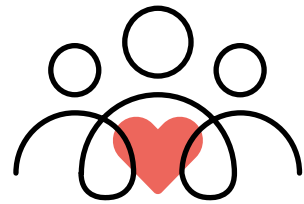


Crescimento em Apps e Mobile

PREMIER PARTNER DO ANO

As pesquisas na Web para dispositivos móveis e em apps dispararam no mundo inteiro.

Esta categoria se concentra em campanhas para dispositivos móveis que aceleram o crescimento de seus clientes. As pessoas estão se voltando para o mundo digital em todos os aspectos da vida, desde se conectar com a comunidade até aprender novas habilidades e fazer compras online. Quais ferramentas do Google você usou para ajudar seus clientes a aumentar os downloads de apps para dispositivos móveis e expandir os negócios?



Diversidade, equidade e inclusão

PREMIER PARTNER DO ANO

Para mudar o setor de criação, precisamos de comprometimento total.

Cada escolha criativa que fazemos tem o poder de moldar a forma como vemos a nós mesmos e aos outros, além de oferecer uma contribuição positiva para o setor de marketing. Ainda assim, muitas perspectivas estão sendo excluídas de todos os estágios do processo criativo. Seja como estrategista, CMO ou CEO, como você incorpora a inclusão nas suas campanhas?



Equipe de Conta

PREMIER PARTNER DO ANO

Esta categoria se concentra em pessoas que se esforçam para gerar crescimento de anunciantes por meio das melhores campanhas digitais.

De especialistas digitais a diretores de marketing, com 2 ou 22 pessoas, queremos saber o que torna essa equipe excelente. Diga como ela foi além para atender às metas dos clientes se concentrando nas pessoas, criando uma comunicação frequente e construindo a cultura da equipe.

02. Como funciona

Como funciona



Para se inscrever, você precisa ser um Premier Partner certificado em uma das suas contas de administrador do Google Ads (MCC).

1. Acesse o site do [Premier Partner Awards](#) e faça login usando sua conta.
 - Para fazer login, você precisará do ID da MCC.
 - Para encontrar o ID da MCC, faça login na sua conta do Google Ads, clique no ícone de ajuda no canto superior direito e selecione “ID de cliente” na parte inferior do menu.
2. Insira os dados e o contato da sua empresa.
 - **Selecione sua região**
 - No menu suspenso, selecione a região onde sua empresa opera.
 - **Selecione seu mercado**
 - No menu suspenso, selecione o país da sua empresa.
 - **Nome da empresa**
 - Use o nome que corresponde a como sua empresa costuma ser
 - **Logotipo da empresa**
 - Faça upload de um arquivo PNG transparente com o logotipo da empresa. O arquivo pode ter no máximo 10 MB, com no mínimo 800 pixels de largura e altura.
 - **Endereço de e-mail comercial**
 - Você receberá todas as informações e atualizações sobre o Premier Partner Awards neste endereço de e-mail comercial..
3. Selecione sua categoria e responda às perguntas.
 - Neste ano, temos várias categorias novas. O foco dos prêmios de Reconhecimento de marca, Geração de leads, Vendas online e Crescimento em Apps e Mobile é dar o devido crédito aos trabalhos que levam a bons resultados com base nos objetivos de marketing dos clientes. As categorias Diversidade, equidade e inclusão e Equipe de conta reconhecem a colaboração em equipe e o marketing inclusivo da organização.

Como funciona



- Responda da maneira mais clara e concisa possível, incluindo insights e dados quando possível. Uma boa inscrição comunica sua história usando estratégia, método, ferramentas e métricas como guias.
- 4. Adicione o estudo de caso do seu cliente.
 - Selecione uma história de sucesso de um dos seus clientes dos últimos 18 meses da qual você tenha orgulho. Um estudo de caso de sucesso deve ser conciso e focado na estratégia, método, ferramentas e métricas.
- 5. Anexe o formulário de autorização do cliente.
 - Observe que seu cliente precisará assinar um formulário de liberação do estudo de caso. Isso estará disponível através do.
- 6. Observe que seu cliente precisará assinar um formulário de liberação do estudo de caso. Isso estará disponível através do.
 - Depois de se inscrever em uma ou mais das categorias Reconhecimento de marca, Geração de leads, Vendas online e Crescimento em Apps e Mobile, será possível se inscrever nas categorias Diversidade, equidade e inclusão e Equipe de conta.
- 7. Confira os dados e as respostas.
 - Antes de enviar a inscrição, confirme se todos os campos foram preenchidos e verifique atentamente as informações de contato e respostas. A inscrição pode ser editada até o dia 30 de julho de 2021.
- 8. Leia e concorde com os termos e condições.
- 9. Envie sua inscrição.

O que é necessário



Todos os participantes precisam informar um ID da MCC válido e um formulário de autorização do cliente.

- O **ID da MCC** correto vinculado à sua empresa. Este é o identificador exclusivo que você usará para iniciar a inscrição.
- **Formulário de autorização** para enviar dados de clientes como parte do estudo de caso. Ele pode ser encontrado [no site](#) e precisa ser preenchido para garantir que a inscrição seja válida. Sua empresa só pode enviar um por categoria e de uma única conta da MCC, que precisa ser Premier.

Avaliação



A bancada de jurados deste ano inclui uma combinação de terceiros independentes do setor, líderes de agências e especialistas do Google. Faremos uma parceria com a [Kantar](#) para trazer uma grande variedade de profissionais experientes para nossa equipe de jurados.

O processo seletivo



Cada Premier Partner inscrito nas premiações será julgado exclusivamente por seu desempenho e conteúdo de sua inscrição.

Em primeiro lugar, revisaremos sua conta e verificaremos os números para avaliar seu grau de sucesso e revisaremos todas as inscrições, incluindo o estudo de caso do cliente, para selecionar os finalistas. Em seguida, enviaremos tudo para a Kantar, um terceiro independente, onde comitês de jurados independentes regionais selecionarão os vencedores de cada categoria.

03. Preenchimento da inscrição

Preenchimento da inscrição



Todas as respostas têm um limite de 2.000 caracteres, então responda da maneira mais clara e concisa possível, incluindo insights e dados quando puder. Uma boa inscrição comunica sua história usando estratégia, método, ferramentas e métricas como guias.

Categorias de prêmios



Neste ano, temos várias categorias novas. O foco dos prêmios de Reconhecimento de marca, Geração de leads, Vendas online e Crescimento em Apps e Mobile é dar o devido crédito aos trabalhos que levam a bons resultados com base nos objetivos de marketing dos clientes.

Ao concorrer nessas categorias, você se qualifica automaticamente para as novas categorias Diversidade, equidade e inclusão e Equipe de conta. Com essas modalidades, reconhecemos a colaboração em equipe e o marketing inclusivo da organização.

Reconhecimento de marca



1. **Descreva como você melhora os resultados de negócios dos clientes em um nível estratégico, de maneira escalonável.**

Dicas:

- Como você trabalha com os clientes para determinar e cumprir os objetivos de marketing deles?
- Como você estrutura seus serviços para oferecer crescimento e sustentabilidade aos clientes?

2. **Depois de se alinhar com um cliente sobre o reconhecimento de marca como o objetivo de marketing de uma campanha específica, como você decide qual combinação de produtos do Google Ads pode funcionar melhor?**

Dicas:

- Qual produto ou combinação de produtos (campanha/tipo de campanha) do Google Ads um cliente pode usar para melhorar este objetivo de marketing? Marque os três principais, na sua opinião.

3. **Como sua empresa usa o Google ou as próprias soluções de tecnologia de automação para melhorar o desempenho da campanha e ajudar os clientes a crescer em grande escala?**

Dicas:

- Quais soluções de automação você usa para melhorar o reconhecimento de marca? Quando você usa a automação nas campanhas dos clientes?

Reconhecimento de marca



4. Como você define uma campanha bem-sucedida de reconhecimento de marca? Qual estratégia de avaliação você usa para garantir que os resultados sejam eficazes para os clientes a curto e longo prazo?

Dicas:

- Quais são as métricas principais para avaliar o sucesso em uma campanha de reconhecimento de marca? Marque as três principais, na sua opinião.
- Quais ferramentas e recursos do Google Ads você usa para avaliar campanhas com foco no reconhecimento de marca? Marque os três principais, na sua opinião.
- Como você usa o aprendizado de campanhas anteriores para otimizar e ajustar as estratégias de marketing digital dos clientes daqui para frente?

Reconhecimento de marca – Estudo de caso

1. Quais foram os objetivos de negócio da campanha e como você os converteu no objetivo de marketing?

Dicas:

- Houve algum desafio específico que seu cliente queria resolver com esta campanha?
- Em quais outros objetivos de marketing eles estavam focados?
- Como você alinhou as métricas e metas da campanha que contribuem de maneira significativa para o resultado final?

2. Qual combinação de produtos do Google Ads você usou para aumentar o reconhecimento de marca e por quê?

Dicas:

- Explique quais produtos/recursos você usou e por quê
- Como você configurou sua campanha?

3. Quais ferramentas ou práticas recomendadas do Google você usou para desenvolver criativos para a plataforma?

Dicas:

- Ofereça exemplos de como você criou e implementou criativos para esta campanha.
- Quais foram algumas das práticas recomendadas que você usou para determinar os criativos certos?

4. Quais foram os resultados da campanha? Descreva as métricas da campanha, bem como os resultados de negócios mais amplos que elas geraram.

Dicas:

- Descreva os KPIs (indicadores principais de desempenho) da campanha em relação aos objetivos originais.
- Qual foi o impacto desta campanha/estratégia para o cliente?
- Como você usará os resultados e o aprendizado desta campanha para trazer ainda mais sucesso ao seu cliente?

Geração de leads



1. **Descreva como você melhora os resultados de negócios dos clientes em um nível estratégico e tático, de maneira escalonável.**

Dicas:

- Como você trabalha com os clientes para determinar e cumprir os objetivos de marketing deles?
- Como você estrutura seus serviços para oferecer crescimento e sustentabilidade aos clientes?

2. **Depois de se alinhar com um cliente sobre a geração de leads como o objetivo de marketing de uma campanha específica, como você decide qual combinação de produtos do Google Ads pode funcionar melhor?**

Dicas:

- Qual produto ou combinação de produtos (campanha/tipo de campanha) do Google Ads um cliente pode usar para melhorar este objetivo de marketing? Marque os três principais, na sua opinião.

3. **Como sua empresa usa o Google ou as próprias soluções de tecnologia de automação para melhorar o desempenho da campanha e ajudar os clientes a crescer em grande escala?**

Dicas:

- Quais soluções de automação você usa para melhorar a geração de leads? Quando você usa a automação nas campanhas dos clientes?

Geração de leads



4. **Como você define uma campanha de geração de leads de sucesso? Qual estratégia de avaliação você usa para garantir que os resultados sejam eficazes para os clientes a curto e longo prazo?**

Dicas:

- Quais são as principais métricas para avaliar o sucesso em uma campanha de geração de leads? Marque as três principais, na sua opinião.
- Quais ferramentas e recursos do Google Ads você usa para avaliar as campanhas voltadas para a geração de leads? Marque os três principais, na sua opinião.
- Como você usa o aprendizado de campanhas anteriores para otimizar e ajustar as estratégias de marketing digital dos clientes daqui para frente?

Geração de leads – Estudo de caso



1. Quais foram os objetivos de negócio da campanha e como você os converteu no objetivo de marketing?

Dicas:

- Houve algum desafio específico que seu cliente queria resolver com esta campanha?
- Em quais outros objetivos de marketing eles estavam focados?
- Como você alinhou as métricas e metas da campanha que contribuem de maneira significativa para o resultado final?

2. Qual combinação de produtos do Google Ads você usou para melhorar a geração de leads e por quê?

Dicas:

- Explique quais produtos/recursos você usou e por quê.
- Como você configurou sua campanha?

3. Quais foram os resultados da campanha? Descreva as métricas da campanha, bem como os resultados de negócios mais amplos que elas geraram.

Dicas:

- Descreva os KPIs da campanha em relação aos objetivos originais.
- Qual foi o impacto desta campanha/estratégia para o cliente?
- Como você usará os resultados e o aprendizado desta campanha para trazer ainda mais sucesso ao seu cliente?

Vendas online



1. **Descreva como você melhora os resultados de negócios dos clientes em um nível estratégico e tático, de maneira escalonável.**

Dicas:

- Como você trabalha com os clientes para determinar e cumprir os objetivos de marketing deles?
- Como você estrutura seus serviços para oferecer crescimento e sustentabilidade aos clientes?

2. **Depois de se alinhar com um cliente sobre vendas online como o objetivo de marketing de uma campanha específica, como você decide qual combinação de produtos do Google Ads pode funcionar melhor?**

Dicas:

- Qual produto ou combinação de produtos (campanha/tipo de campanha) do Google Ads um cliente pode usar para melhorar este objetivo de marketing? Marque os três principais, na sua opinião.

3. **Como sua empresa usa o Google ou as próprias soluções de tecnologia de automação para melhorar o desempenho da campanha e ajudar os clientes a crescer em grande escala?**

Dicas:

- Quais soluções de automação você usa para melhorar as vendas online? Quando você usa a automação nas campanhas dos clientes?

Vendas online



4. **Como você define uma campanha de vendas online de sucesso? Qual estratégia de avaliação você usa para garantir que os resultados sejam eficazes para os clientes a curto e longo prazo?**

Dicas:

- Quais são as principais métricas para medir o sucesso em uma campanha para vendas online? Marque as três principais, na sua opinião.
- Quais ferramentas e recursos do Google Ads você usa para avaliar as campanhas voltadas para vendas online? Marque os três principais, na sua opinião.
- Como você usa o aprendizado de campanhas anteriores para otimizar e ajustar as estratégias de marketing digital dos clientes daqui para frente?

Vendas online – Estudo de caso



1. Quais foram os objetivos de negócio da campanha e como você os converteu no objetivo de marketing?

Dicas:

- Houve algum desafio específico que seu cliente queria resolver com esta campanha?
- Em quais outros objetivos de marketing eles estavam focados?
- Como você alinhou as métricas e metas da campanha que contribuem de maneira significativa para o resultado final?

2. Qual combinação de produtos do Google Ads você usou para aumentar as vendas online e por quê?

Dicas:

- Explique quais produtos/recursos você usou e por quê.
- Como você configurou sua campanha?

3. Quais foram os resultados da campanha? Descreva as métricas da campanha, bem como os resultados de negócios mais amplos que elas geraram.

Dicas:

- Descreva os KPIs da campanha em relação aos objetivos originais.
- Qual foi o impacto desta campanha/estratégia para o cliente?
- Como você usará os resultados e o aprendizado desta campanha para trazer ainda mais sucesso ao seu cliente?

Crescimento em Apps e Mobile



1. **Descreva como você melhora os resultados de negócios dos clientes em um nível estratégico e tático, de maneira escalonável.**

Dicas:

- Como você trabalha com os clientes para determinar e cumprir os objetivos de marketing deles?
- Como você estrutura seus serviços para oferecer crescimento e sustentabilidade aos clientes?

2. **Depois de se alinhar com um cliente sobre o crescimento em apps e dispositivos móveis como o objetivo de marketing de uma campanha específica, como você decide qual combinação de produtos do Google Ads pode funcionar melhor?**

Dicas:

- Qual produto ou combinação de produtos (campanha/tipo de campanha) do Google Ads um cliente pode usar para melhorar este objetivo de marketing? Marque os três principais, na sua opinião.

3. **Quais eventos de apps você otimiza para aproveitar a automação nas campanhas dos clientes?**

Dicas:

- Explique quais ações são realizadas em um app, por exemplo, compras, adicionar ao carrinho, completar um nível etc. e quando, por que e como você as usa.

Crescimento em Apps e Mobile



4. **Como você define uma campanha de crescimento em apps e dispositivos móveis de sucesso? Qual estratégia de avaliação você usa para garantir que os resultados sejam eficazes para os clientes a curto e longo prazo?**

Dicas:

- Quais são as principais métricas para avaliar o sucesso em uma campanha de crescimento em apps e dispositivos móveis? Marque as três principais, na sua opinião.
- Quais ferramentas e recursos do Google Ads você usa para avaliar campanhas voltadas para o crescimento em apps e dispositivos móveis? Marque os três principais, na sua opinião.
- Como você usa o aprendizado de campanhas anteriores para otimizar e ajustar as estratégias de marketing digital dos clientes daqui para frente?

Crescimento em Apps e Mobile – Estudo de caso



1. Quais foram os objetivos de negócio da campanha e como você os converteu no objetivo de marketing?

Dicas:

- Houve algum desafio específico que seu cliente queria resolver com esta campanha?
- Em quais outros objetivos de marketing eles estavam focados?
- Como você alinhou as métricas e metas da campanha que contribuem de maneira significativa para o resultado final?

2. Quais eventos de apps você otimizou para aproveitar a automação na campanha deste cliente?

Dicas:

- Explique quais ações específicas foram tomadas em um app neste caso, por exemplo, compras, adicionar ao carrinho, completar um nível etc. e por que você as selecionou.

3. Quais foram os resultados da campanha? Descreva as métricas da campanha, bem como os resultados de negócios mais amplos que elas geraram.

Dicas:

- Descreva os KPIs da campanha em relação aos objetivos originais.
- Qual foi o impacto desta campanha/estratégia para o cliente?
- Como você usará os resultados e o aprendizado desta campanha para trazer ainda mais sucesso ao seu cliente?

Diversidade, equidade e inclusão



1. Como você incorporou suas metas de diversidade, equidade e inclusão ao criar esta campanha?

Dicas:

- Que considerações de diversidade, equidade e inclusão foram feitas ao selecionar seus objetivos de marketing? Quais ferramentas ou recursos você usou para pensar sobre posicionamento?

2. Como você pensou em incorporar insights sobre públicos-alvo diversos ou alcançar públicos-alvo diversos durante a criação desta campanha?

Dicas:

- Você fez que tipo de pesquisa de usuário?
- Quais tipos de pergunta você faz para entender as necessidades do público-alvo?
- Como você analisa seus insights para entender quais grupos têm pouca representatividade?

3. Quais práticas recomendadas de diversidade, equidade e inclusão você usou ao trabalhar com o cliente em briefings de marketing de mídia e criativos? Dê exemplos dessas práticas recomendadas.

Dicas:

- Dê exemplos dessas práticas recomendadas (por exemplo, pesquisa de usuário, transmissão, mídia, entre outros). Quais são as considerações importantes ao desenvolver criativos de anúncios para garantir que sejam representativos de seu público-alvo?

Equipe de conta



1. **Como a equipe colaborou para cumprir o objetivo de marketing do cliente com a campanha indicada?**

Dicas:

- Quais eram as funções e responsabilidades da equipe? Quais conjuntos de habilidades a equipe usou? Como as diferentes funções trabalharam juntas para atingir as metas do cliente?

2. **Como a equipe interage com o cliente e garante que as necessidades dele sejam ouvidas e atendidas?**

Dicas:

- Quais são alguns processos e táticas que a equipe usou para entender as necessidades do cliente? Como a equipe trabalhou com o cliente para mantê-lo atualizado/alinhado na estratégia e implementação?

3. **Quais são alguns processos e táticas que a equipe usou para entender as necessidades do cliente? Como a equipe trabalhou com o cliente para mantê-lo atualizado/alinhado na estratégia e implementação?**

Dicas:

- Que tipo de insights a equipe usou para entender as necessidades dos clientes? Como a equipe conseguiu e validou esses insights e tendências?

04. Perguntas frequentes

Perguntas frequentes



Qual é o período de inscrições para o Premier Partner Awards 2021?

De 22 de junho a 30 de julho de 2021.

Quais são as categorias do Premier Partner Awards?

As categorias do Premier Partner Awards 2021 são Reconhecimento de marca, Geração de leads, Vendas online, Crescimento em Apps e Mobile, Diversidade, equidade e inclusão e Equipe de conta.

Em quantos prêmios minha empresa pode se inscrever?

Cada Premier Partner pode se candidatar a todos os seis prêmios. Uma empresa pode participar da premiação em apenas uma região, mesmo que atue em vários mercados. Para mais detalhes, leia os Termos e Condições.

Quais são os requisitos para se candidatar a um prêmio?

Para se inscrever na premiação, é necessário ter um selo de Premier Partner em uma das suas contas de administrador do Google Ads (MCC). Para mais detalhes, consulte os Termos e Condições. Além disso, veja abaixo os requisitos de qualificação das categorias. 04. Perguntas frequentes

Como posso inscrever minha empresa nas categorias da premiação para objetivos de marketing (Geração de leads, Vendas online, Reconhecimento de marca e Crescimento em Apps e Mobile)?

Você precisará enviar um formulário de inscrição e um estudo de caso sobre um cliente neste [link](#). Faça o download do manual de inscrição neste link e consulte o guia passo a passo antes de começar sua inscrição. Para mais detalhes, leia todos os Termos e Condições.

Como posso inscrever minha empresa para as categorias “Diversidade, equidade e inclusão e Equipe de conta?”

Você precisa enviar um formulário de inscrição neste [link](#) e um estudo de caso de um cliente para uma ou mais das categorias de objetivos de marketing. Depois disso, selecione uma das novas modalidades e responda a uma série de perguntas específicas sobre Diversidade, equidade e inclusão.ou Equipe de conta.

Qual o período de qualificação do estudo de caso?

O período de qualificação dos estudos de caso vai de julho de 2019 a maio de 2021.

Perguntas frequentes



O que é um estudo de caso de cliente?

Um estudo de caso de cliente é uma oportunidade de mostrar a experiência e o trabalho da sua empresa em uma determinada área. Durante as etapas de inscrição no site, você precisará responder a perguntas específicas sobre o exemplo escolhido. O estudo de caso deve se concentrar em apenas um cliente. Os estudos de caso de cliente são obrigatórios em todas as categorias da premiação. Para que sua inscrição seja válida, certifique-se de que o cliente que você está apresentando no estudo de caso assinou o formulário de liberação para cada inscrição. Você deverá compartilhar o formulário de liberação do estudo de caso.

Como faço para enviar um formulário de liberação de estudo de caso?

Você precisará preencher o formulário eletrônico de liberação do estudo de caso via DocuSign, que estará disponível no processo de inscrição.

Posso enviar outros materiais sobre minha empresa?

Não envie outros materiais, já que só avaliaremos as respostas às perguntas de inscrição e seu estudo de caso.

Quando os vencedores serão anunciados?

Os finalistas serão notificados por e-mail em setembro. Os vencedores serão anunciados durante eventos locais da premiação do Google Partners, que serão agendados para o final de 2021. Depois desses eventos, divulgaremos online quais foram os vencedores.

Com quem devo entrar em contato se minha empresa tiver alguma dúvida?

Acesse [este endereço](#) e selecione “Premier Partner Awards” no menu suspenso “Qual é o principal tópico da sua pergunta?”. Um integrante da nossa equipe entrará em contato assim que possível para tirar suas dúvidas.

Perguntas frequentes:

[EUA/Canadá](#)[Reino Unido \(a ser usado para EMEA\)](#)[Austrália/Nova Zelândia](#)[Coreia](#)[Japão](#)[China](#)[Taiwan](#)[Hong Kong](#)[Brasil](#)[América Latina \(espanhol\)](#)

PREMIER PARTNER AWARDS 2021

Agradecemos sua atenção

Google Partners

