

# Regulamento da Bienal de Marketing – 2010

A Bienal é um evento promovido pela **ANTP – Associação Nacional de Transportes Públicos** e organizado pela sua **Comissão de Marketing**, buscando visibilidade e reconhecimento aos esforços destinados à promoção do transporte público e do trânsito e a melhoria das suas condições de concorrência no mercado de viagens urbanas. Este regulamento tem por objetivo a definição das condições de participação das organizações do setor na sua 4ª edição.

## 1. PARTICIPAÇÃO

- 1.1 Podem participar todas as organizações do setor, associadas ou não a ANTP.
- 1.2 Cada organização poderá inscrever **1 (uma) experiência** em cada categoria, respeitadas as seguintes condições:
  - 1.2.1 Nas categorias Promocional e Produto, a experiência deve ter sido implantada a partir de janeiro de 2009 e seus resultados já tenham sido avaliados (pesquisa de opinião ou outro método de aferição – registro de manifestações de meios de comunicação ou de canais de comunicação abertos aos beneficiários);
  - 1.2.2 Nas categorias Institucional, Relacionamento, Endomarketing e Responsabilidade Social, nos casos de ações e processos permanentes, a experiência pode ter sido implantada anteriormente, desde que continue em funcionamento;
  - 1.2.3 Uma mesma experiência não pode estar inscrita em mais de uma categoria;
  - 1.2.4 Uma experiência apresentada nas edições anteriores da BIENAL, só poderá ser apresentada nesta edição da BIENAL, caso se aponte melhorias e mudanças significativas, resultantes do processo de avaliação.

## 2. CATEGORIAS

- 2.1 As experiências serão inscritas e selecionadas em 6 (seis) categorias:
  - 2.1.1 **Marketing promocional** – ações de comunicação social e/ou campanhas publicitárias destinadas ao lançamento de novos serviços, programas e projetos ou à promoção do Transporte Público (serviços regulares de metrô, trens metropolitanos, ônibus, micro-ônibus, serviços seletivos, serviços especiais, transporte escolar, terminais) e da Gestão do trânsito.
  - 2.1.2 **Marketing institucional** – ações destinadas ao fortalecimento da imagem e da marca das empresas e de órgãos gestores.
  - 2.1.3 **Marketing de relacionamento** – ações destinadas à melhoria do relacionamento com os clientes, usuários e comunidade em geral (canais de comunicação, centrais de atendimento, mobilização social, pesquisas ou sondagens permanentes, ações de fidelização).

2.1.4 **Marketing interno** ou **Endomarketing** - ações adotadas pelas organizações para ampliar a adesão dos colaboradores aos seus valores e projetos, visando o melhor atendimento, capacitação, qualificação e satisfação do cliente interno.

2.1.5 **Marketing de responsabilidade social** - ações destinadas à inclusão social e a melhoria dos ambientes externo e interno (ambiente físico, social, natural, etc) através de projetos envolvendo ou não parcerias com qualquer segmento da sociedade.

2.1.6 **Marketing de Produto** – Produtos ou serviços criados a partir da identificação de necessidades dos usuários e clientes.

### 3 . INSCRIÇÃO

3.1 As experiências poderão ser inscritas respeitando as seguintes condições:

3.1.1 As inscrições serão recebidas até **15 de julho de 2010**.

3.1.2 As organizações deverão se inscrever por meio do preenchimento do **FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO**, pelo pagamento da **TAXA DE INSCRIÇÃO** e pelo envio para a ANTP de um **RELATÓRIO DE INSCRIÇÃO** para cada experiência.

3.2. O **FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO** deve ser preenchido para cada experiência, contendo os dados cadastrais da organização, identificando os responsáveis pela experiência e a categoria em que está sendo inscrito.

3.2.1 O **FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO** e demais documentos do processo de inscrição estarão disponíveis no site da ANTP no 2º semestre de 2009.

3.2 O formato e as condições de apresentação do **RELATÓRIO DE INSCRIÇÃO** serão detalhados até maio de 2009 e informadas no site da entidade.

3.3 O **RELATÓRIO DE INSCRIÇÃO** deverá conter uma descrição da experiência que considere os seguintes aspectos:

**1 - DESCRIÇÃO DO CENÁRIO** - Identificação do contexto da experiência, dos objetivos e metas fixados.

**2 - DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA** – Conhecimento do cliente e público alvo; Concepção, Recursos tecnológicos, de planejamento e gestão utilizados; Proposta de divulgação - recursos de mídia e de promoção.

**3 - ENVOLVIMENTO DA ORGANIZAÇÃO / PARCEIROS** - Descrição dos segmentos da(as) organização(ões) envolvidas; impacto sobre as práticas da(s) organização(ões).

**4 - AVALIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA** – Resultados obtidos, Grau de satisfação do público alvo e da comunidade; Grau de satisfação dos acionistas e impactos sobre o posicionamento da organização no mercado.

### 4. ANÁLISE E JULGAMENTO

4.1 As experiências inscritas serão submetidas a uma banca de juizes constituída para esta finalidade.

4.2 A Banca de Juizes será composta por especialistas, parte oriunda do setor de transporte público e trânsito, parte externa ao setor e com experiência nas diversas áreas de marketing e

comunicação, que atuarão orientados pelos fundamentos da premiação e por normas e procedimentos a serem formulados pela Comissão de Marketing da ANTP.

4.3 O julgamento da categoria Marketing de Produto não levará em consideração a campanha publicitária para lançamento ou reposicionamento do mesmo, que somente será avaliada, se inscrita como Marketing Promocional, respeitando o estabelecido no item 1.2.1

4.4 As experiências serão avaliadas com base nos fundamentos teóricos que vem sendo construídos pela Comissão de Marketing da ANTP. Com base nestes fundamentos foram definidas exigências mínimas para o preenchimento do Formulário de Inscrição, que permitirão a Banca de juizes analisar e selecionar as experiências mais relevantes.

4.5 Na avaliação da descrição da experiência serão levados em consideração como critérios para julgamento: apresentação do material, a contextualização da experiência (objetivo, desafio, desenvolvimento e solução), formas de pesquisa e levantamento de informação para desenvolvimento da experiência, pertinência da solução ao objetivo e resultados obtidos.

## 5. PREMIAÇÃO

5.1 Trata-se de uma premiação de caráter institucional e de reconhecimento público, de abrangência nacional.

5.2 A Banca de Juizes irá selecionar **3 (três) experiências** em cada categoria, podendo conferir Menções Honrosas a experiências ou organizações, em reconhecimento aos seus esforços de implantação da cultura do marketing.

5.3 As experiências selecionadas receberão Troféus e Certificados em Cerimônia da BIENAL ANTP DE MARKETING, a realizar-se no mês de novembro de 2010, em data e local a serem informados futuramente.

5.4. Todas as demais organizações que inscreveram experiências receberão Certificados de Participação no mesmo evento.

5.5 Na ocasião desta Cerimônia as experiências selecionadas serão apresentadas e será lançado o Regulamento da 5ª edição da Bienal de Marketing.

5.5 Para dar maior visibilidade as experiências selecionadas, serão promovidas as seguintes ações: inserção das experiências no site da ANTP, elaboração de publicação com as experiências para distribuição nacional e promoção de uma Exposição das selecionadas no 18º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito – 2011.