

MMA
SMARTIES
BRASIL 2025

MANUAL DE INSCRIÇÃO



1. Sobre o MMA Smarties Brasil

O MMA Smarties Brasil reconhece as campanhas mais inovadoras e eficazes do marketing moderno. O prêmio valoriza a criatividade que gera resultados reais, destacando marcas, agências, profissionais e tecnologias que estão moldando o futuro do setor.

2. Quem pode inscrever

Toda e qualquer empresa pertencente ao ecossistema de marketing: anunciantes, agências (publicidade e propaganda, PR, eventos, trade), veículos, plataformas de tecnologia, start ups e afins.

3. Datas e prazos

Período de inscrições: **20 de maio de 2025 a 15 de agosto de 2025**

Anúncio dos finalistas: semana de 29 de setembro

Cerimônia de premiação: 29 de outubro de 2025

4. Elegibilidade

Campanhas veiculadas **no Brasil entre janeiro de 2024 e julho de 2025** com resultados fornecidos dentro do mesmo período. Não serão aceitos casos já submetidos em edições anteriores, a não ser que sejam fases distintas e/ou complementares aos mesmos.

É responsabilidade da empresa garantir a detenção dos direitos de uso da propriedade intelectual da marca anunciada. Assumimos que todas as inscrições enviadas têm a permissão/ autorização prévia do cliente/ titular dos direitos da campanha.

Todos os formulários de inscrição devem ser preenchidos online e **as inscrições não serão consideradas concluídas até que o pagamento total tenha sido realizado.**

5. Valores e pagamentos

BRASIL	MEMBRO	NÃO-MEMBRO
1 campanha em até 2 categorias	USD 675	USD 899
Por categoria adicional	USD 225	USD 299

- Os pagamentos devem ser feitos via cartão de crédito (VISA, MasterCard, Discover ou American Express) através da plataforma online do prêmio no momento do término da inscrição.
- Na conclusão do pedido, será enviada por email a confirmação com o PDF dos formulários de inscrição e a invoice/ recibo.
- Inscrições com pagamento pendente após o deadline **não serão submetidas ao processo de avaliação e julgamento.**

6. Categorias

São **21 categorias no prêmio** distribuídas entre disciplinas com foco em A) Branding, B) Mídia, Tecnologia & Growth, e C) Criatividade e Inovação. Cada campanha pode ser inscrita simultaneamente em uma delas ou mais, de acordo com sua natureza, estratégia e objetivo. Ao inscrevê-las, certifique-se de apresentá-la de forma alinhada ao desafio descrito na definição da(s) categoria(s) escolhida.

- 6.1 **Experiência de marca (Brand Experience):** essa categoria reconhece campanhas que criam experiências de marca imersivas, memoráveis e envolventes, conectando o público de forma profunda e duradoura. Aqui são premiadas ações que vão além da comunicação tradicional, para aproximar marca e consumidor em diversos pontos de contato. Se sua campanha ofereceu uma experiência completa - antes, durante e depois da ação - e ajudou a construir engajamento, afinidade e lealdade à marca, esta é a categoria certa para ela.
- 6.2 **Marketing de jornada do consumidor - geração de leads/CRM (Customer Journey Marketing - Lead Generation/CRM):** categoria para campanhas que usaram tecnologia de forma estratégica para mapear e melhorar a jornada do consumidor gerando leads, personalização e fidelização. Se sua ação integrou recursos para impulsionar vendas e relacionamentos com o cliente, essa é a categoria ideal.
- 6.3 **Impacto imediato/Promoção (Instant Impact/Promotion):** campanhas criativas que ativaram o consumidor gerando resultados imediatos demonstrando o poder das ações promocionais. Aqui entram cases que tem como sua estratégia de base promoções que, além de engajar, conseguem comprovar impacto direto em vendas, conversões ou performance em curto prazo.
- 6.4 **Lançamento de produto e/ou serviço (Product and/or Service Launch):** categoria para campanhas que lançaram (ou relançaram) produtos ou serviços no mercado (novos produtos, variantes, embalagens, linhas, nomes etc.). Campanhas que mostraram como um lançamento bem planejado para atrair atenção, gerar buzz e impulsionar vendas pode transformar um produto em sucesso.
- 6.5 **Baixo orçamento X alto impacto (Small Budget, Big Impact):** campanhas com orçamento limitado (até R\$ 150 mil) que comprovaram que o poder da criatividade e eficiência da estratégia superaram o investimento financeiro. Se sua campanha alcançou ótimos resultados com poucos recursos, essa é a sua categoria.
- 6.6 **Propósito de marca/ Ativismo (Brand Purpose/Activism):** campanhas que usam o poder das marcas em prol de um bem maior, para defender causas relevantes ou enfrentar questões sociais importantes, desde sustentabilidade até inclusão, equidade ou temas políticos e econômicos. Essa categoria enfatiza a atuação da marca como defensora de causas sociais, políticas, econômicas ou ambientais, onde a marca assume uma posição de liderança e usa sua plataforma para apoiar uma causa, demonstrando alinhamento com seus valores e identidade. Aqui, o foco é mostrar como a marca se posiciona com autenticidade, na defesa ativa liderada pela marca.
- 6.7 **Marketing de impacto social (Social Impact Marketing):** campanhas que usam o marketing como ferramenta de transformação, gerando mudanças sociais concretas. Essa categoria reconhece iniciativas ligadas a serviços públicos, responsabilidade social ou mudança de comportamento, que vão além da publicidade tradicional para fazer a diferença no mundo. Aqui, a marca pode ou não ser o agente central da mudança, com foco em resultados mensuráveis e mobilização da comunidade.
- 6.8 **Diversidade e excelência inclusiva (Diversity & Inclusive Excellence):** campanhas que colocam a representatividade, a equidade e a inclusão no centro da estratégia, promovendo diálogo, diminuindo desigualdades e amplificando vozes que precisam ser ouvidas. É o marketing atuando para construir uma sociedade mais justa e plural.

- 6.9 Marketing com criadores/ influenciadores/ celebridades (Creator / Influencer / Celebrity Marketing):** campanhas que utilizaram personalidades, influenciadores ou celebridades como base de forma estratégica e autêntica para engajar o público e atingir objetivos de marca. Aqui, o destaque vai para a integração criativa entre a marca e o talento, com impacto real em conexão, alcance e conversas.
- 6.10 Gaming, gamificação e e-Sports (Gaming / Gamification & E-Sports):** campanhas que mergulharam no universo dos games ou dos E-Sports para se conectar com o público de forma interativa, imersiva e criativa. Vale tanto o uso de plataformas populares quanto elementos de gamificação ou ações dentro do ecossistema gamer - sempre com foco em engajamento e resultado.
- 6.11 Marketing em redes sociais (Social Media Marketing):** campanhas que usaram redes sociais, aplicativos de mensagens ou SMS como canal principal da estratégia para gerar resultado. Se o case brilhou com conteúdo estratégico, engajamento criativo ou conversa direta com a comunidade, este é o lugar certo.
- 6.12 Marketing Omnicanal (Omnichannel Marketing):** campanhas que garantiram uma experiência fluida e coerente entre diferentes canais (online e/ou offline) ao longo da jornada do consumidor. Essa categoria reconhece casos que integraram diferentes canais (mínimo dois ou mais) de mídia digital entre si e/ou mídia digital e TV, rádio, OOH, PR e outros pontos de contato com estratégia e consistência.
- 6.13 Data insights/ Marketing contextualizado (Data Insights / Contextual Marketing):** campanhas que usaram dados de forma estratégica para criar experiências personalizadas. Aqui entram cases que integraram plataformas como programática e utilizaram dados comportamentais, contextuais ou históricos para entregar mensagens relevantes e com impacto real. É o marketing orientado por dados, na prática.
- 6.14 TV Conectada (Connected TV):** campanhas que exploraram o potencial da TV conectada (CTV) de forma inovadora com segmentação, interatividade e integração com plataformas digitais. Se sua campanha usou CTV para engajar um público específico com resultados mensuráveis, essa é a categoria correta.
- 6.15 Marketing com tecnologias emergentes (Future Forward Technology Marketing):** campanhas que usaram tecnologias facilitadoras como áudio, AR/VR, metaverso, voz, NFT, etc. para criar experiências imersivas e inovadoras. Se sua campanha rompeu padrões e aprofundou o relacionamento com o público através da inovação tecnológica, inscreva aqui.
- 6.16 Inovação em E-commerce Integrado & Live Streaming (Integrated Ecommerce Innovation & Live Streaming):** campanhas que se destacam pelo uso de estratégias digitais 360°, integrando conteúdos em vídeo ao vivo a plataformas de e-commerce. Valorizam iniciativas que combinam de forma eficaz diferentes ferramentas e abordagens digitais para transformar a experiência de compra online, impulsionar o crescimento dos negócios e aumentar o engajamento do consumidor
- 6.17 O2O / Retail Media / Canais de Venda Inovadores e Tecnológicos (O2O / New Retail / Innovative & New Tech Sales Channels):** campanhas que conectam com sucesso os mundos online e offline, criando experiências de consumo fluidas que aumentam tanto o engajamento quanto as vendas. A categoria valoriza estratégias de varejo inovadoras que integram elementos físicos e digitais, com o uso de novas tecnologias e plataformas para revolucionar a jornada de compra e atrair tráfego para lojas físicas e digitais.
- 6.18 Experiência do Cliente/ Experiência do Usuário & Design (Customer/ User Experience & Design):** campanhas que proporcionam experiências superiores ao cliente e ao usuário, seja em ambientes online ou offline, por meio de design inovador e centrado no usuário. Reconhece iniciativas que elevam a satisfação e o engajamento do público por meio de soluções criativas e funcionais.

- 6.19 **Engajamento de Audiência Potencializado por IA (AI-Powered Audience Engagement):** campanhas que utilizam inteligência artificial para ampliar de forma significativa o engajamento com o público. A categoria valoriza o uso de IA para analisar comportamentos, prever preferências, automatizar interações e personalizar comunicações em escala, promovendo conexões mais profundas, relevantes e eficazes com a audiência.
- 6.20 **Uso Inovador de IA em Publicidade (Innovative Use of AI in Advertising):** campanhas que integram inteligência artificial de forma inovadora em estratégias publicitárias, utilizando IA preditiva e/ou generativa para aprimorar segmentação, personalização e efetividade geral. Inclui iniciativas que reinventam práticas tradicionais, desenvolvendo novos produtos, serviços ou formas de atendimento ao cliente, com foco na criação de experiências publicitárias mais relevantes e eficazes.
- 6.21 **Excelência Criativa com Uso de IA (AI-Driven Creative Excellence):** campanhas que integram inteligência artificial a estratégias criativas de forma excepcional, elevando o impacto e a eficiência das ações de marketing. Valoriza o uso de ferramentas de IA para geração de imagens e vídeos, síntese de voz, tradução multilíngue e transmissões em tempo real. A categoria destaca projetos que otimizam custos, adaptam conteúdo dinamicamente para diferentes públicos e entregam resultados de negócios mensuráveis por meio de soluções criativas e tecnológicas.

7. Critérios de Avaliação

Os jurados avaliarão os cases com base nos seguintes critérios:

- **Estratégia – 20%**
- **Execução – 20%**
- **Criatividade – 20%**
- **Impacto de negócio – 40%**

8. Como se inscrever

As inscrições devem ser feitas **online**, através da plataforma oficial do prêmio. Crie sua conta e preencha o formulário. Você pode começar a preenchê-lo e retornar a qualquer momento para concluir a inscrição antes de enviar.

Link para acessar a plataforma: https://www.mmaglobal.com/smarties-2025/?region_id=19

9. Preenchendo o formulário

- **Responda com atenção às perguntas nos quatro campos principais:** estratégia, execução, criatividade e impacto de negócio. Cada campo tem limite de caracteres, então vá direto ao ponto, com clareza e objetividade. As campanhas vencedoras costumam ter formulários curtos, porém bem escritos e fáceis de entender.
- **Conte sua campanha como uma boa história - simples e clara:** os jurados são profissionais experientes e avaliam muitas inscrições por vez. Use parágrafos curtos, organize bem as ideias e facilite a leitura. Um storytelling pertinente com apresentação enxuta e bem estruturada faz toda a diferença.

- **Apresente resultados com dados e contexto:** os jurados avaliam campanhas de diferentes categorias e setores, então contextualize o mercado ou cenário da sua campanha. Isso ajuda a mostrar o nível do desafio enfrentado e a real importância dos resultados conquistados.
- **Tem dados confidenciais? Sem problemas:** se não puder divulgar números absolutos, use métricas relativas, como % de melhoria, ROI ou índices comparativos com campanhas anteriores e benchmarkings. Mas atenção: explique sempre qual é o parâmetro usado - números fora de contexto não ajudam, pioram.
- **Não mencione o nome da agência/ seller no corpo do case:** para garantir a imparcialidade do júri, só inclua o nome da agência onde for solicitado no formulário. Não escreva no texto principal da inscrição e não acrescente logos no videocase e nem menções em locução.
- **A revisão faz toda a diferença:** é fundamental revisar com atenção a gramática, a ortografia, os cálculos e possíveis inconsistências no texto. Erros como esses podem atrapalhar a leitura e prejudicar a avaliação da sua campanha.
- **Capriche nos créditos das empresas e equipe:** há um campo específico para listar todas as pessoas e empresas envolvidas na campanha, tanto do lado do cliente quanto da agência. Se o case for finalista ou vencedor, esses créditos serão utilizados no site, releases, posts, troféus etc. EXATAMENTE COMO FORAM SUBMETIDOS. A MMA não garante a viabilidade de posteriores ajustes em artigos, releases, troféus e afins.
- **Quem inscreve é o responsável oficial pela campanha:** essa pessoa será o ponto de contato para todas as comunicações sobre o prêmio. Se ela deixar a empresa durante o processo, é necessário nos avisar por e-mail no endereço: smartiesbra@mmaglobal.com informando o número da inscrição, nome da campanha e os dados do novo contato.

10. Videocase – IMPORTANTE!

Faça o upload do videocase de acordo com as seguintes especificações:

- duração máxima de até 2'30" (dois minutos e meio)
 - proporção 16:9
 - resolução mínima 1280 x 720
 - MP4, QuickTime acessível em link direto - recomendamos YouTube, ou Vimeo para serem visualizados e avaliados pelos jurados
- **Um bom videocase é essencial:** é altamente recomendado que a inscrição seja acompanhada de um vídeo que mostre como a ideia foi colocada em prática. Ele deve explicar o projeto e pode incluir o contexto cultural da campanha, apresentando de forma clara o desafio, estratégia, objetivos, execução e resultados, com narração em português (utilize legendas caso não seja possível). Esse vídeo será assistido online e exibido durante as sessões de júri presencial.
 - **Respeite a duração do videocase:** seu vídeo deve ter no **máximo 2'30" (dois minutos e meio)** - vídeos com duração superior podem ser vetados ou interrompidos pelos presidentes de júri durante as sessões de julgamento, a fim de garantir a isonomia dos competidores.

11. Vencedores anteriores

Conheça aqui os finalistas e vencedores da edição 2024 do MMA Smarties Brasil:

<https://marketingfuturetoday.com/category/smarties/>

12. Dúvidas e Suporte

Entre em contato com Thais Schauff
Email: smartiesbra@mmaglobal.com
Cel: (55 11) 99365-0222

13. Informações gerais

- MMA Smarties é uma competição de propriedade da MMA Global, uma organização com sede em Nova York.
- Cada empresa participante é integralmente responsável pela qualidade do material inscrito e isenta a MMA de qualquer responsabilidade perante terceiros.
- Todos os participantes deverão seguir rigorosamente as regras. O preenchimento e envio do formulário de pagamento da inscrição implicam na total aceitação.
- O descumprimento de qualquer uma das regras resultará na desclassificação automática da inscrição.
- O Júri dos Smarties, para cada programa, fará a seleção final dos vencedores. Caso não haja indicados adequados, os jurados poderão optar por não nomear um vencedor para determinado metal ou categoria ou região.
- As decisões da MMA em todos os assuntos relacionados ao Smarties serão finais e inquestionáveis.
- Se sua campanha for vencedora, seu vídeo também poderá ser usado na cerimônia do Smarties, na galeria do prêmio, no site oficial, no Case Studies Hub, e em parcerias com WARC, RECMA, ANA, além de ser utilizado para fins educacionais e de mídia.