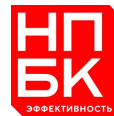


ПОЛОЖЕНИЕ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ БИЗНЕС-
КОММУНИКАЦИЙ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ

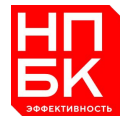
2023 год

Содержание



- 3** О ПРЕМИИ
- 4** УРОВНИ ПРЕМИИ
- 5** НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕМИИ
- 7** ВНЕШНИЕ КОММУНИКАЦИИ
- 14** ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ
- 22** ОТКЛОНЕНИЕ ЗАЯВКИ
- 23** ВАРИАНТЫ УЧАСТИЯ В ПРЕМИИ
- 24** ДАТЫ ПРОЕКТА
- 25** СРОКИ ПОДАЧИ ЗАЯВОК И СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ
- 27** СИСТЕМА ЛОЯЛЬНОСТИ
- 28** ПРОЦЕСС РЕГИСТРАЦИИ И ОПЛАТЫ
- 29** РЕГИСТРАЦИОННЫЙ ВЗНОС
- 31** ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ
- 34** СТРУКТУРА ГОЛОСОВАНИЯ
- 42** РЕГЛАМЕНТ ГОЛОСОВАНИЯ
- 43** КОНТАКТЫ

О премии



Премия «Национальная премия бизнес-коммуникаций.Эффективность» учреждена Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР) и Центром развития бизнес-коммуникаций в 2015 году.

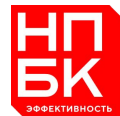
Миссия премии: популяризация духа российского предпринимательства, традиций российских деловых кругов, улучшение делового климата страны.

Цели премии:

- Открытие и признание заслуг в области бизнес-коммуникаций.
- Формирование профессиональной экспертизы.
- Построение рейтинга лучших российских практик эффективного ведения бизнеса и системы обмена знаниями в целях развития российской экономики.

Оргкомитет **не принимает к участию** заявки, где исполнителем и/или заказчиком является физическое или юридическое лицо, а также СМИ и НКО, признанное Минюстом России иностранным агентом и/или выполняющим функции иностранного агента. Все проекты, участвующие в конкурсе, **не должны** нарушать действующие законы РФ.

Уровни премии



Попробуйте оценить собственный кейс и его эффективность, а затем выбрать уровень, опираясь на достигнутые показатели и опыт участия в подобных конкурсах и премиях.

- Региональный
- Федеральный

К участию в **региональном уровне** приглашаются локальные компании со всех Федеральных округов РФ. **Федеральный уровень** подразумевает бóльшую масштабность рассматриваемых кейсов с доказанной эффективностью вне зависимости от того, какой город представляет номинант.

Оргкомитет советует участникам учитывать все внешние факторы, требования выбранной номинации и подаваться на соответствующий уровень. Тем не менее, **окончательное решение** о том, на каком уровне конкурса участвовать, остается за самим участником.

Участие в **федеральном уровне** конкурса может предоставить дополнительные возможности для продвижения проекта и получения признания на более широкой площадке.

Однако, участнику также следует учитывать, что конкуренция на этом уровне может быть более жесткой.

Направления премии

Национальная **премия** бизнес-коммуникаций. Эффективность



Конкурс НПБК.Внешние
коммуникации

Номинации Внешние коммуникации:

- Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям
- Лучшая маркетинговая кампания
- Лучшее использование маркетинговых инструментов



Конкурс НПБК.Внутренние
коммуникации

Номинации Внутренние коммуникации:

- Лучший эксперт по внутренним коммуникациям
- Лучшая внутрикоммуникационная практика
- Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов

Категории ЛЭМК:

- FMCC
- Фармацевтика
- Товары длительного пользования
- Медиа, коммуникации
- и т.д.

Категории ЛМК:

- Эффективность в бизнесе
- Эффективность в коммуникации
- Инновации и технологии
- Долгосрочный эффект
- Социальная ответственность

Категории ЛИМИ:

- Медиа-микс (> 5 000 000 руб)
- Медиа-микс (< 5 000 000 руб)
- Бренддинг
- Интернет реклама
- и т.д.

Категории ЛЭВК:

- Коммуникационная стратегия
- HR-бренд компании
- Антикризисные коммуникации
- Адаптация / Онбординг
- и т.д.

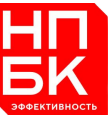
Категории ЛВП:

- Компания 360
- Подбор персонала
- Корпоративная культура, видение, миссии и ценности компании
- и т.д.

Категории ЛИВИ:

- Бренд-медиа
- Интеграция / Спонсорство
- Видео
- Ивент
- и т.д.

Внешние коммуникации



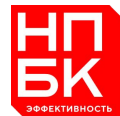
Участники премии:

Менеджеры и компании*, достигшие выдающихся результатов в области бизнес-коммуникаций и внедрившие в свою работу:

- Передовые системы управления бизнес-процессами
- Уникальные технологии построения брендов
- Эффективные рекламно-маркетинговые решения
- Инновационные маркетинговые/PR-инструменты

* Организации всех форм собственности, учрежденные в соответствии с законодательством РФ; сотрудники компаний, коллективы, государственные служащие и индивидуальные предприниматели, осуществляющие коммерческую или хозяйственную деятельность на территории РФ.

Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям



В номинации может принять участие **специалист**, в обязанности которого входит:

- Развитие и продвижение компании/организации
- Управление проектами/кампаниями
- Разработка стратегии и принятие управленческих решений

Премия присуждается:

- Специалистам маркетинговых направлений
- Внесшим весомый личный вклад в развитие бренда или компании
- Достигнувшим высоких показателей эффективности при решении бизнес-задач

География участников: Заявки принимаются от граждан занимающих должность в компаниях зарегистрированных на территории РФ.

Стоимость участия: Выдвижение проектов на соискание Премии «Лучший маркетолог» осуществляется на бесплатной основе, без оплаты регистрационного взноса и использования квот.

Сроки реализации: С 1 января 2022 года по 1 ноября 2023 года.

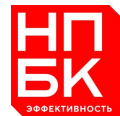
Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- Фотография номинанта (300 dpi)
- Работа ранее не должна была подаваться в Премию в предыдущих сезонах
- **По желанию:** Самопрезентация (видео формат / презентационный формат)

Технические требования для предоставляемых материалов:

- Во всех прилагаемых медиафайлах и ссылках не допускается упоминание компании/агентства и размещение логотипов Участника
- Общий объем файлов не должен превышать 100 Мб
- Изображения в формате JPG/PNG
- Презентационные материалы в формате PDF
- Аудио файлы в формате MP3
- Видео файлы должны быть загружены на видеохостинг (YouTube/Vimeo и т.д.)
- Язык - русский или русские субтитры

Лучшая маркетинговая компания



Номинация подразумевает:

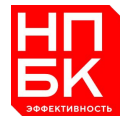
- Запуск нового продукта/услуги
- Активацию нового канала коммуникации с целевой аудиторией
- Реализацию сезонных промо
- Спецпроекты
- Изменение корпоративной идентичности / ребрендинг
- Работу по повышению узнаваемости / лояльности бренда / продукта/услуги

Премия присуждается за:

- Проведенную маркетинговую кампанию, эффективность которой подтверждена соответствующими показателями
- Реализацию поставленных целей и задач

Сроки реализации: С 1 января 2022 года по 1 ноября 2023 года.

Лучшая маркетинговая компания



География участников: Заявки принимаются от Международных компаний с филиалом или официальным представительством на территории РФ и Российских компаний.

Стоимость участия: Выдвижение проектов на соискание Премии «Лучшая маркетинговая кампания» производится на общих основаниях, с оплатой регистрационного взноса.

Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- Работа ранее не должна была подаваться в Премию в предыдущих сезонах
- **По желанию:** Видеокейс (не больше 3 минут, ссылкой на видеохостинг, русская озвучка или русские субтитры) и/или презентация (не больше 15 слайдов)

Технические требования для предоставляемых материалов распространяются на все конкурсы премии (см. Слайд 9).

Номинация подразумевает:

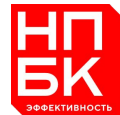
- Запуск нового продукта/услуги
- Активацию нового канала коммуникации с целевой аудиторией
- Реализацию сезонных промо
- Спецпроекты
- Изменение корпоративной идентичности / ребрендинг
- Работу по повышению узнаваемости / лояльности бренда / продукта/услуги

Премия присуждается за:

- Проведенную маркетинговую кампанию, эффективность которой подтверждена соответствующими показателями
- Реализацию поставленных целей и задач

Сроки реализации: С 1 января 2022 года по 1 ноября 2023 года.

Лучшее использование маркетинговых инструментов



География участников: Международных компаний с филиалом или официальным представительством на территории и Российских компаний.

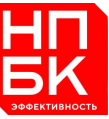
Стоимость участия: Выдвижение проектов на соискание Премии «Лучшее использование инструментов» производится на общих основаниях, с оплатой регистрационного взноса.

Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- Работа ранее не должна была подаваться в Премию в предыдущих сезонах
- **По желанию:** Видеокейс (не больше 3 минут, ссылкой на видеохостинг, русская озвучка или русские субтитры) и/или презентация (не больше 15 слайдов)

Технические требования для предоставляемых материалов распространяются на все конкурсы премии (см. Слайд 9).

Внутренние коммуникации



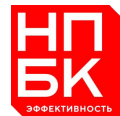
Участники премии:

Менеджеры и компании*, достигшие выдающихся результатов в области бизнес-коммуникаций и внедрившие в свою работу:

- Передовые системы управления бизнес-процессами
- Уникальные технологии построения HR-брендов
- Эффективные коммуникационные решения
- Коммуникационные инструменты HR и внутрикоммуникационные механики

* Организации всех форм собственности, учрежденные в соответствии с законодательством РФ; сотрудники компаний, коллективы, государственные служащие и индивидуальные предприниматели, осуществляющие коммерческую или хозяйственную деятельность на территории РФ.

Лучший эксперт по внутренним коммуникациям



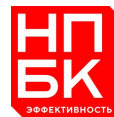
В конкурсе может принять участие **специалист**, в обязанности которого входит формирование и развитие одного или нескольких из перечисленных направлений:

- HR и внутрикоммуникационных стратегий
- Корпоративной культуры, видения, миссии и ценностей компании
- Внутренних и внешних каналов и инструментов коммуникации
- HR-бренда компании
- Антикризисные коммуникации
- HR и внутрикоммуникационных функций (подбор персонала, онбординг, оффбординг, оценка и аттестация персонала, программы по вовлеченности и мотивации сотрудников, их развитие и обучение, корпоративная и социальная политика, ESG-повестка)

Премия присуждается HR-специалистам и специалистам по внутренним коммуникациям:

- Внесшим весомый личный вклад в развитие HR-бренда компании и внутрекorporативных коммуникаций
- Достигнувшим высоких показателей эффективности при решении HR и внутрикоммуникационных задач

Лучший эксперт по внутренним коммуникациям



География участников: Заявки принимаются от граждан занимающих должность в компаниях, зарегистрированных на территории РФ.

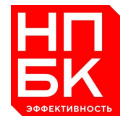
Сроки реализации: С 1 января 2022 года по 1 ноября 2023 года.

Стоимость участия: Выдвижение кандидатов на соискание Премии «Лучший эксперт по внутренним коммуникациям» осуществляется на бесплатной основе, без оплаты регистрационного взноса и использования квот.

Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- Фотография номинанта (300 dpi)
- Работа ранее не должна была подаваться в Премию в предыдущих сезонах
- **По желанию:** Самопрезентация (видео формат / презентационный формат)

Лучшая внутрикоммуникационная практика



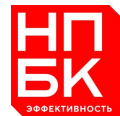
Номинации подразумевает запуск нового или развитие текущего проекта в сфере HR и внутрикорпоративных коммуникаций по следующим направлениям:

- Формирование и развитие HR и внутрикоммуникационных стратегий
- Развитие корпоративной культуры, видения, миссии и ценностей компании
- Развитие внутренних и внешних каналов и инструментов коммуникации
- Развитие HR-бренда компании
- Антикризисные коммуникации
- Развитие HR и внутрикоммуникационных функций (подбор персонала, онбординг, оффбординг, оценка и аттестация персонала, программы по вовлеченности и мотивации сотрудников, их развитие и обучение, корпоративная и социальная политика, ESG-повестка)

Премия присуждается за:

- За проведенные HR и внутрикорпоративные кампании / проекты, эффективность которых подтверждена соответствующими показателями
- Реализация поставленных целей и задач

Лучшая внутрикоммуникационная практика



География участников: Заявки принимаются от Российских компаний и Международных компаний с филиалом или официальным представительством на территории РФ.

Сроки реализации: С 1 января 2022 года по 1 ноября 2023 года.

Стоимость участия: Выдвижение проектов на соискание Премии «Лучшая внутрикоммуникационная практика» производится на общих основаниях, с оплатой регистрационного взноса.

Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- Работа ранее не должна была подаваться в Премию в предыдущих сезонах
- **По желанию:** Презентация (видео формат / презентационный формат)

Технические требования для предоставляемых материалов распространяются на все конкурсы премии (см. Слайд 9).

Номинация подразумевает Запуск нового проекта по следующим направлениям:

- Формирование и развитие HR и внутрикоммуникационных стратегий
- Развитие корпоративной культуры, видения, миссии и ценностей компании
- Развитие внутренних и внешних каналов и инструментов коммуникации
- Антикризисные коммуникации
- Развитие HR бренда компании
- Развитие **HR-функций**:
 - Подбор персонала
 - Онбординг и оффбординг
 - Оценка и аттестация персонала
 - Развитие и обучение персонала
 - Экономика труда/Мотивация персонала (организация и оплата труда)
 - Корпоративная и социальная политика и ESG повестка

Премия присуждается за:

- За проведенные HR и внутрикорпоративные кампании / проекты, эффективность которых подтверждена соответствующими показателями
- Реализацию поставленных целей и задач

География участников: Заявки принимаются от Российских компаний и Международных компаний с филиалом или официальным представительством на территории РФ.

Стоимость участия: Выдвижение проектов на соискание Премии «Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов» производится на общих основаниях, с оплатой регистрационного взноса.

Сроки реализации: С 1 января 2022 года по 1 ноября 2023 года.

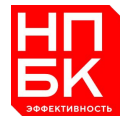
Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- Работа ранее не должна была подаваться в Премию в предыдущих сезонах
- **По желанию:** Презентация (видео формат / презентационный формат)

Технические требования для предоставляемых материалов:

- Во всех прилагаемых медиафайлах и ссылках не допускается упоминание компании/агентства и размещение логотипов Участника
- Общий объем файлов не должен превышать 100 Мб
- Изображения в формате JPG/PNG
- Презентационные материалы в формате PDF
- Аудио файлы в формате MP3
- Видео файлы должны быть загружены на видеохостинг (YouTube/Vimeo и т.д.)
- Язык - русский или русские субтитры

Отклонение заявки

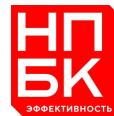


Отклонение заявки возможно в том случае, если:

- Данные номинанта заполнены не полностью
- Заявка номинанта заполнена не полностью
- Заявка номинанта заполнена некорректно (указывается наименование агентства, логотип в материалах, ссылки на сайт агентства)
- Предоставлены недостоверные данные
- Жюри не смогли оценить поданную работу из-за недостатка данных

На этапе заполнения заявки **Оргкомитет Премии** вправе потребовать доработать заявку, если она не соответствует пунктам

Варианты участия в премии



Внешние коммуникации

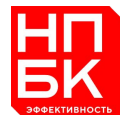
- Рекламодатель
- Рекламодатель + агентство
- Агентство

Внутренние коммуникации

- Компания
- Компания + Подрядчик / Контрагент
- Подрядчик / Контрагент

ВАЖНО: В премии могут принять участие **только** компании, осуществляющие свою деятельность на территории РФ или имеющие филиал/представительство на территории РФ. К голосованию допускаются заявки с кейсами, реализованными **только** на территории РФ.

Даты проекта



Прием заявок:

- Ранний период: 13.11.23 – 13.12.23
- Основной период: 14.12.23 – 21.01.24
- Поздний период: 22.01.24 – 14.02.24
- Сверхпоздний период: 15.02.24 – 01.03.24

Формирование экспертного совета: 13.11.23 – 15.01.24

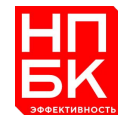
Голосование:

- 1-й этап (лонг-лист): 04.03.24 – 17.03.24
- 2-й этап (призовые места): 18.03.24 – 25.03.24
- Гран-при голосование: 26 и 27 марта 2024

Объявление победителей:

Церемония награждения – Апрель 2024

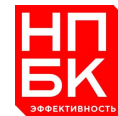
Сроки подачи заявок и стоимость участия



Конкурс «Внешние коммуникации»

	Ранний период 13.11.23-13.12.23 г	Основной период 14.12.23-21.01.24 г	Поздний период 22.01.24-14.02.24 г	Сверхпоздний период 15.02.24-01.03.24 г
Федеральный уровень				
Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
Лучшая маркетинговая кампания	70 000 руб	80 000 руб	90 000 руб	100 000 руб
Лучшее использование маркетинговых инструментов	70 000 руб	80 000 руб	90 000 руб	100 000 руб
Региональный уровень				
Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
Лучшая маркетинговая кампания	15 000 руб	18 000 руб	20 000 руб	25 000 руб
Лучшее использование маркетинговых инструментов	15 000 руб	18 000 руб	20 000 руб	25 000 руб

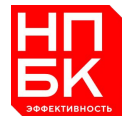
Сроки подачи заявок и стоимость участия



Конкурс «Внутренние коммуникации»

	Ранний период 13.11.23-13.12.23 г	Основной период 14.12.23-21.01.24 г	Поздний период 22.01.24-14.02.24 г	Сверхпоздний период 15.02.24-01.03.24 г
Федеральный уровень				
Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
Лучшая маркетинговая кампания	30 000 руб	40 000 руб	50 000 руб	55 000 руб
Лучшее использование маркетинговых инструментов	30 000 руб	40 000 руб	50 000 руб	55 000 руб
Региональный уровень				
Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно
Лучшая маркетинговая кампания	15 000 руб	18 000 руб	20 000 руб	25 000 руб
Лучшее использование маркетинговых инструментов	15 000 руб	18 000 руб	20 000 руб	25 000 руб

Система лояльности

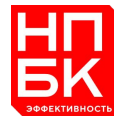


Система скидок распространяется на оба Конкурса:
Внешние коммуникации и Внутренние коммуникации

- 5%** Скидка при подаче **от 3-х до 4-х** заявок (включительно)
- 7%** Скидка при при подаче **от 5-ти до 9-ти** заявок (включительно)
- 10%** Скидка при при подаче **от 10-ти до 19-ти** заявок (включительно)
- 15%** Скидка при при подаче **от 20-ти до 29-ти** заявок (включительно)
- 20%** Скидка при при подаче **от 30-ти** заявок (включительно)

Скидки не действуют при оплате участия в Сверхпоздний период!

Процесс регистрации и оплаты

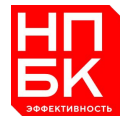


- 01 Ознакомиться с правилами конкурса
- 02 Зарегистрироваться в личном кабинете участника на сайте GrandAwards.Ru
- 03 Заполнить и отправить заявку, а также дополнительные материалы в личном кабинете участника на сайте GrandAwards.Ru
- 04 Выставить счет и оплатить участие в конкурсе

Регистрационный взнос

Внешние коммуникации	
Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Бесплатно
Лучшая маркетинговая кампания	От 70 000 до 100 000 В зависимости от периода подачи проектов Действуют скидки
Лучшее использование маркетинговых инструментов	От 70 000 до 100 000 В зависимости от периода подачи проектов Действуют скидки
Внутренние коммуникации	
Лучший эксперт по внутренним коммуникациям	Бесплатно
Лучшая внутрикоммуникационная практика	От 30 000 до 55 000 для федеральных компаний / от 15 000 до 25 000 для региональных компаний В зависимости от периода подачи проектов Действуют скидки
Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов	От 30 000 до 55 000 для федеральных компаний / от 15 000 до 25 000 для региональных компаний В зависимости от периода подачи проектов Действуют скидки

Даты проекта



Прием заявок:

- Ранний период: 13.11.23 – 13.12.23
- Основной период: 14.12.23 – 21.01.24
- Поздний период: 22.01.24 – 14.02.24
- Сверхпоздний период: 15.02.24 – 01.03.24

Формирование экспертного совета: 13.11.23 – 15.01.24

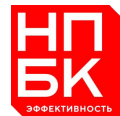
Голосование:

- 1-й этап (лонг-лист): 04.03.24 – 17.03.24
- 2-й этап (призовые места): 18.03.24 – 25.03.24
- Гран-при голосование: 26 и 27 марта 2024

Объявление победителей:

Церемония награждения – Апрель 2024

Экспертный совет



В **седьмой раз** лидеров маркетинговой индустрии России выберет профессиональный экспертный совет, в состав которого входит более 100 ведущих специалистов в сфере бизнес-коммуникаций:

- Владельцы крупнейших международных и российских компаний
- Топ-менеджеры ведущих брендов
- Крупнейшие игроки медиарынка
- Представители СМИ, аудиторских и исследовательских компаний

Экспертный совет

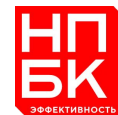


Внешние коммуникации



Внутренние коммуникации

Экспертный совет



Внешние коммуникации

	Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Лучшая маркетинговая кампания	Лучшее использование маркетинговых инструментов
Экспертный совет	120 - 130 человек		
Состав экспертного совета	Генеральные основатели маркетинголог, стратеги директора, бизнес, исследователи,	Состав экспертного совета будет зависеть от категории, в которую была подана заявка*	Генеральные основатели маркетинголог, стратеги директора, бизнес, исследователи, диджитал директора и др.

Внутренние коммуникации

Экспертный совет	45 - 50 человек		
Состав экспертного совета	Генеральные, исполнительные директора; руководители HR, PR, маркетинга (руководители департаментов, директора, руководители отделов и направлений, эксперты)	Генеральные, исполнительные директора; руководители HR, PR, маркетинга (руководители департаментов, директора, руководители отделов и направлений, эксперты)	Генеральные, исполнительные директора; руководители HR, PR, маркетинга (руководители департаментов, директора, руководители отделов и направлений, эксперты)

Категории «Эффективность в бизнесе» и «Долгосрочный эффект»

Оценивать будут:

- Основатели и владельцы бизнеса
- Генеральные директора
- Коммерческие директора

Категория «Эффективность в коммуникациях»

Оценивать будут:

- Директора по маркетингу
- PR-директора
- Стратеги

Категория «Инновации и технологии»

Оценивать будут:

- Специалисты высшего менеджмента по инновациям и технологиям

Категория «Социальная ответственность» (социальные проекты)

Оценивать будут:

- Руководители НКО - социальных фондов

ПЕРВЫЙ ЭТАП

Экспертный совет путем online-голосования определяет лонг-лист в конкурсах «Лучшая маркетинговая кампания», «Лучшее использование маркетинговых инструментов» и «Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям». Эксперты оценивают заявки проставляя баллы за каждый ответ участника.

Специальные награды

1. После изучения результатов Эксперты могут номинировать работы на специальные награды.
2. На специальную награду **«Прорыв года»** члены жюри могут номинировать только заявки из номинации «Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям».
3. На специальную награду **«Trendsetter»** могут быть номинированы только заявки из номинации «Лучшая маркетинговая кампания» и «Лучшее использование маркетинговых инструментов».
4. На втором этапе голосования Оргкомитет выгружает результаты, и Экспертам предстоит выбрать до 3-х работ, которые будут рассматриваться Экспертным советом **Гран-при** на присуждение данных наград.

ВТОРОЙ ЭТАП

- **Формирование шорт-листа**

Группа Экспертов начинает голосование с выбора работ из лонг-листа, претендующих на шорт-лист.

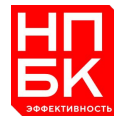
- **Голосование за призовые места**

Председатель Экспертной группы предлагает коллегам оценить работы, входящие в шорт-лист и заслуживающие награды призовых категорий — 3-е, 2-е и 1-е места.

Поданные работы вне зависимости от списка категорий рассматриваются на призовое место индивидуально.

Внешние коммуникации

ТРЕТИЙ ЭТАП



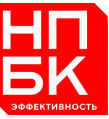
Голосование Экспертного совета Гран-При НПБК — это возможность выбрать:

- Лучшего эксперта по маркетинговым коммуникациям Гран-При
- Лучшего регионального эксперта по маркетинговым коммуникациям Гран-При
- Лучшую маркетинговую кампанию Гран-При
- Лучшую региональную маркетинговую кампанию Гран-При
- Лучшее использование маркетинговых инструментов Гран-При
- Лучшее региональное использование маркетинговых инструментов Гран-При

Специальные награды:

- Прорыв года
- Trendsetter

Регламент голосования



1. **Члены Экспертного совета не оценивают** свои проекты, либо проекты, поданные агентством/брендом/медиа, которые они представляют. Также Эксперты **не допускаются к оценке** работ конкурента.
2. **Вся информация** о Заявках, их форме и содержании, разъяснениях, рассмотрении, отборе, оценках и сопоставлении заявок, а также информация, касающаяся рекомендаций по выбору победителей и призеров Премии, **является строго конфиденциальной** и доступна **только** Оргкомитету Премии и членам Экспертного совета Премии.
3. Указанная в заявках **информация** ни при каких обстоятельствах **не должна раскрываться** третьим лицам.
4. **Лица**, допустившие разглашение информации, упомянутой в пункте 1, **несут ответственность**, предусмотренную законодательством Российской Федерации.
5. **Эксперты**, не оценившие все заявки, представленные в личном кабинете, **исключаются** из Экспертного совета и не допускаются до второго этапа голосования.
6. В заявках необходимо оценить **каждый блок** (или вопрос): без проставленных баллов перейти к следующей заявке будет **невозможно**.

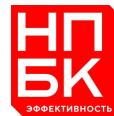
ПЕРВЫЙ ЭТАП

Экспертный совет путем online-голосования определяет лонг-лист в конкурсах «Лучшая внутрикоммуникационная практика», «Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов» и «Лучший эксперт по внутренним коммуникациям». Эксперты оценивают заявки проставляя баллы за каждый ответ участника.

Специальные награды

1. После изучения результатов Эксперты могут номинировать работы на специальные награды.
2. На специальную награду **«Прорыв года»** члены жюри могут номинировать только заявки из номинации «Лучший HR / эксперт по внутренним коммуникациям».
3. На специальную награду **«Trendsetter»** могут быть номинированы только заявки из номинации «Лучшая HR / внутрикоммуникационная кампания» и «Лучшее использование внутрикоммуникационных и коммуникационных HR-инструментов».
4. На специальную награду **«Лучший проект с использованием ивент-технологий»** могут быть номинированы только заявки из номинации «Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов»

Внутренние коммуникации



ВТОРОЙ ЭТАП

На втором этапе голосования Оргкомитет выгружает результаты, экспертам предстоит выбрать до 3-х работ, которые будут рассматриваться Экспертным советом **Гран-при** на присуждение данных наград.

- **Формирование шорт-листа**

Группа Экспертов начинает голосование с выбора работ из лонг-листа, претендующих на шорт-лист и определяет дату публикации шорт-листа.

- **Голосование за призовые места**

Председатель Экспертной группы предлагает коллегам оценить работы, входящие в шорт-лист и заслуживающие награды призовых категорий — 3-е, 2-е и 1-е места.

Поданные работы вне зависимости от списка категорий рассматриваются на призовое место индивидуально.

ТРЕТИЙ ЭТАП

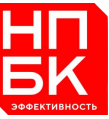
Голосование Экспертного совета Гран-При НПКБК — это возможность выбрать:

- Лучшего эксперта по внутренним коммуникациям Гран-При
- Лучшего регионального эксперта по внутренним коммуникациям Гран-При
- Лучшую внутрикоммуникационную практику Гран-При
- Лучшую региональную внутрикоммуникационную практику Гран-При
- Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов Гран-При
- Лучшее региональное использование внутрикоммуникационных инструментов Гран-При

Специальные награды:

- Прорыв года
- Trendsetter
- Лучшее использование ивент-технологий (награда от ивент-комитета АКАР)

Регламент голосования



1. **Члены Экспертного совета не оценивают** свои проекты, либо проекты, поданные агентством/брендом/медиа, которые они представляют. Также Эксперты **не допускаются к оценке** работ конкурента.
2. **Вся информация** о Заявках, их форме и содержании, разъяснениях, рассмотрении, отборе, оценках и сопоставлении заявок, а также информация, касающаяся рекомендаций по выбору победителей и призеров Премии, **является строго конфиденциальной** и доступна **только** Оргкомитету Премии и членам Экспертного совета Премии.
3. Указанная в заявках **информация** ни при каких обстоятельствах **не должна раскрываться** третьим лицам.
4. **Лица**, допустившие разглашение информации, упомянутой в пункте 1, **несут ответственность**, предусмотренную законодательством Российской Федерации.
5. **Эксперты**, не оценившие все заявки, представленные в личном кабинете, **исключаются** из Экспертного совета и не допускаются до второго этапа голосования.
6. В заявках необходимо оценить **каждый блок** (или вопрос): без проставленных баллов перейти к следующей заявке будет **невозможно**.

Контакты



Валерия Мегрибанова

Продюсер

v.megribanova@adpass.ru

+7 977 867 58 94

Екатерина Коваленко

Менеджер экспертного совета

e.kovalenko@adpass.ru

+7 902 932 63 10

Наталья Белова

PR-менеджер

n.belova@akarussia.ru

+7 915 478 30 41

Дарья Подгорнова

Менеджер по работе с участниками

d.podgornova@adpass.ru

+7 991 704 14 07