

НП
БК

ПОЛОЖЕНИЕ
«НАЦИОНАЛЬНОЙ
ПРЕМИИ БИЗНЕС-
КОММУНИКАЦИЙ.
ЭФФЕКТИВНОСТЬ»



ЭФФЕКТИВНОСТЬ

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.

- Региональный
- Федеральный

К участию в региональном уровне приглашаются локальные компании со всех Федеральных округов РФ, деятельность которых сосредоточена в одном регионе. Кейс, который подается на региональный уровень должен быть реализован в рамках одного региона. Федеральный уровень подразумевает бóльшую масштабность рассматриваемых кейсов с доказанной эффективностью вне зависимости от того, какой город представляет номинант. На федеральный уровень подаются кейсы, реализованный в двух и более регионах.

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

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.

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 эксперт по маркетинговым коммуникациям» 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 агентства и размещение логотипов Участника
- Общий объем файлов не должен превышать 100 Мб, отдельный файл не должен превышать 50 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

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.

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 7).

Лучшее использование маркетинговых инструментов

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 7)

Участниками конкурса «Внутренние коммуникации» могут быть Менеджеры и компании* со всех регионов Российской Федерации, достигшие выдающихся результатов в области бизнес-коммуникаций, развивающие HR-культуру и внедрившие в свою работу:

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

Сроки реализации проектов: С 1 января 2022 года по 31 декабря 2023 года.

В конкурсе может принять участие **специалист компании**, 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 внутрикорпоративных коммуникаций;
- Достигнувшим высоких показателей эффективности при решении HR и внутрикоммуникационных задач.

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

Сроки реализации: с 1 января 2022 года по 31 декабря 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);
- **По желанию:** Самопрезентация (видео формат / презентационный формат)

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.

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

Сроки реализации проекта: с 1 января 2022 года по 31 декабря 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
- **По желанию:** Презентация (видео формат / презентационный формат)

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

Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов



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 проекта: с 1 января 2022 года по 31 декабря 2023 года.

Требования номинации:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие
- Медиафайлы и подтверждающие документы
- **По желанию:** Презентация (видео формат / презентационный формат)

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 информации

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

НПБК. Внешние коммуникации

- Рекламодатель
- Рекламодатель + агентство
- Агентство

НПБК. 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.

Конкурс НПБК. Внешние коммуникации

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): 12.03.24 – 19.03.24
- 2-й этап (призовые места): 21.03.24
- Гран-при голосование: 26 марта 2024

Объявление победителей:

Церемония награждения – 17 апреля 2024

Конкурс НПБК. Внутренние коммуникации

Прием заявок:

- Ранний период: 13.11.23 – 13.12.23
- Основной период: 14.12.23 – 21.01.24
- Поздний период: 22.01.24 – 21.06.24
- Сверхпоздний период: 22.06.24 – 28.06.24

Голосование: Сентябрь 2024 года

Объявление победителей: Ноябрь 2024 года

Оргкомитет оставляет за собой право изменения дат проведения проекта с оповещением об этом участников через социальные сети Премии и по e-mail.

Конкурс НПБК. 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

Конкурс НПК. Внутренние коммуникации

	Ранний период 13.11.23-13.12.23 г	Основной период 14.12.23-21.01.24 г	Поздний период 22.01.24-21.06.24 г	Сверхпоздний период 22.06.24-28.06.24 г
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

Компаниям, которые реализовывают свою деятельность в 1 регионе РФ и не имеют филиалов офисов по России предоставляется скидка 15% (за исключением регионов Москва, Санкт-Петербург и Московская область). **Скидки не суммируются.**

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!

- 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

В **седьмой раз** лидеров индустрии бизнес-коммуникаций России выберет профессиональный экспертный совет, в состав которого входит более 150 ведущих специалистов:

- 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

	Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям	Лучшая маркетинговая кампания	Лучшее использование маркетинговых инструментов
Кол-во экспертов	120 - 130 человек		
Состав экспертного совета	Генеральные директора, основатели бизнеса, маркетологи, исследователи, стратеги	Основатели и владельцы бизнеса, Генеральные директора, Коммерческие директора, директора по маркетингу, Специалисты высшего менеджмента по инновациям и технологиям, PR-директора, Руководители НКО - социальных фондов	Генеральные директора, основатели бизнеса, маркетологи, отраслевые специалисты: медиа директора, диджитал директора и др.
	Лучший эксперт по внутренним коммуникациям	Лучшая внутрикоммуникационная практика	Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов
Кол-во экспертов	40-45 человек		
Состав экспертного совета	Генеральные, исполнительные директора; руководители HR, PR, маркетинга (руководители департаментов, директора, руководители отделов и направлений, эксперты)		

1. **Члены Экспертного совета не оценивают** свои проекты либо проекты, поданные агентством/брендом/медиа, которые они представляют.
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 2, **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 маркетинговая кампания», «Лучшее использование маркетинговых инструментов» и «Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям».

Эксперты оценивают заявки проставляя баллы за каждый ответ участника.

ВТОРОЙ

ЭТАП

Группа Экспертов начинает голосование с выбора работ из лонг-листа, претендующих на шорт-лист и призовые места. По итогам второго этапа голосования эксперты могут выбрать до 3-х работ в каждой номинации, которые будут рассматриваться

Экспертным советом Гран-при. А также выдвинуть до 3-х работ на получение специальных наград, которые будут определяться

Экспертным советом Гран-при.

ТРЕТИЙ ЭТАП

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

- Лучшего эксперта по маркетинговым коммуникациям Гран-При
- Лучшую маркетинговую кампанию Гран-При
- Лучшее использование маркетинговых инструментов Гран-При
- Прорыв года
- Trendsetter

Специальные награды. Внешние коммуникации



На специальную награду **«Прорыв года»** члены жюри могут номинировать только заявки из номинации «Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям».

На специальную награду **«Trendsetter»** могут быть номинированы только заявки из номинаций «Лучшая маркетинговая кампания» и «Лучшее использование маркетинговых инструментов».

В каждой номинации может быть выбран только 1 обладатель приза Гран-при*

**По решению экспертного совета Гран-При кол-во обладателей приза Гран-при может быть изменено*

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.

ВТОРОЙ ЭТАП

Группа Экспертов начинает голосование с выбора работ из лонг-листа, претендующих на шорт-лист и призовые места. По итогам второго этапа голосования эксперты могут выбрать до 3-х работ в каждой номинации, которые будут рассматриваться Экспертным советом Гран-при. А также выдвинуть до 3-х работ на получение специальных наград, которые будут определяться Экспертным советом Гран-пр.

ТРЕТИЙ ЭТАП

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

- Лучшего эксперта по внутренним коммуникациям Гран-При
- Лучшую внутрикоммуникационную практику Гран-При
- Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов Гран-При
- Прорыв года
- Trendsetter
- Лучшее использование ивент-технологий (награда от ивент-комитета АКАР)

На специальную награду **«Прорыв года»** члены жюри могут номинировать только заявки из номинации «Лучший эксперт по внутренним коммуникациям».

На специальную награду **«Trendsetter»** могут быть номинированы только заявки из номинаций «Лучшая внутрикоммуникационная практика» и «Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов».

На специальную награду **«Лучший проект с использованием ивент-технологий»** могут быть номинированы только заявки из номинации «Лучшее использование внутрикоммуникационных инструментов»

Валерия Мегрибанова

Продюсер

v.megribanova@adpass.ru

+7 977 867 58 94

Наталья Белова

PR-менеджер

n.belova@akarussia.ru

+7 915 478 30 41

Екатерина Коваленко

Менеджер экспертного совета

e.kovalenko@adpass.ru

+7 902 932 63 10

Дарья Подгорнова

Менеджер по работе с участниками

d.podgornova@adpass.ru

+7 991 704 14 07

[Группа Вконтакте](#)

[Телеграм-канал](#)