ПОЛОЖЕНИЕ РЕЙТИНГА
БИЗНЕС-ЭФФЕКТИВНОСТИ НПБК 2026

1. Определение рейтинга

1.1. Рейтинг бизнес-эффективности НПБК (далее Рейтинг НПБК) — это порядковый показатель места компаний и директоров по маркетингу в списке участников по результатам экспертной оценки по ряду критериев и показателей.

Объективной основой для ранжирования являются места, занятые на премии «НПБК. Эффективность» за один сезон. В расчёт рейтинга включаются только те награды, которые были официально присуждены жюри премии в рамках периода голосования.

Рейтинг НПБК создан, внедрен и ежегодно проводится оргкомитетом премии «НПБК. Эффективность», при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР).

1.2. Рейтинг включает в себя:

- Рейтинг рекламных агентств и сервисов;
- Рейтинг рекламных групп и холдингов;
- Рейтинг рекламодателей;
- Рейтинг директоров по маркетингу.

1.3. Процедура подсчета и оценки Рейтинга НПБК открыта для всех участников и прописана в данном Положении.

1.4. Основные определения

«Национальная Премия бизнес-коммуникаций. Эффективность» (далее «НПБК. Эффективность») — престижная награда в области бизнес-коммуникаций, отмечающая лучшие маркетинговые и технологические практики, а также одно из важнейших деловых событий страны. Премия учреждена в 2015 году в качестве ежегодного проекта Центра развития бизнес-коммуникаций (ЦРБК). Ключевая цель проекта — определить лучших маркетологов и отметить эффективную деятельность агентств, брендов и медиа, сформировав единый рейтинг лучших маркетинговых и технологических практик. Лидеров индустрии ежегодно выбирает профессиональный экспертный совет, в состав которого входит более 150 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.

Рекламно-коммуникационные услуги — услуги по созданию, распространению и размещению (с помощью любых средств и в любой форме) коммуникационных

сообщений, с целью достижения намерений организации (формирование или поддержание интереса к товарам, товарным знакам, услугам, работам и т.п.).

2. Цели и задачи рейтинга

Главная цель Рейтинга – выявление лучших и самых эффективных компаний и директоров по маркетингу на российском рынке рекламно-коммуникационных услуг на основе их побед в премии «НПБК. Эффективность», а также стимулирование развития конкурентной среды в области бизнес-коммуникаций и повышение профессиональных стандартов. Задачи рейтинга:

2.1. Формирование и развитие единых стандартов качества в сфере коммуникационных услуг.

2.2. Создание мотивации для разработки инновационных и эффективных коммуникационных решений.

2.3. Укрепление положительного имиджа и репутации как внутри страны, так и за её пределами.

3. Участники рейтинга

Рейтинг НПБК Рекламных агентств и сервисов. Участник рейтинга — организация любой организационно-правовой формы, кроме самозанятых, которая предоставляет клиентам на территории РФ рекламно-коммуникационные услуги. Также к участию допускаются компании, предоставляющие рекламные решения и сервисы для бизнеса.

Рейтинг НПБК Рекламодатели. Участник рейтинга — организация любой организационно-правовой формы, кроме самозанятых, которая заказывает рекламно-коммуникационные услуги и/или обслуживает рекламно-коммуникационный рынок (исследовательские, аудиторские, IT-компании, СМИ (медиа)).

Рейтинг НПБК Рекламные группы агентств/рекламные холдинги. Участник рейтинга — объединение организаций любой организационно-правовой формы, кроме самозанятых, действующее на территории РФ и включающее в свой состав два и более агентств, предоставляющих рекламно-коммуникационные услуги. Подсчёт баллов осуществляется суммарно по результатам агентств, входящих в группу или холдинг*.

** В случае, если компания была заявлена как группа компаний в перечне победителей премии «НПБК. Эффективность», она включается исключительно в Рейтинг рекламных групп и холдингов и не учитывается в Рейтинге рекламных агентств и сервисов.*

Рейтинг НПБК Директора по маркетингу. Участник рейтинга — физическое лицо, занимающее должность директора по маркетингу, CMO, Head of Marketing и

аналогичные позиции в организации-рекламодателе, которая заказывает рекламно-коммуникационные услуги на территории РФ*.

** В случае, если директор по маркетингу не указан в заявке, оргкомитет вправе включить в Рейтинг директоров по маркетингу руководителя со смежной должностью, при условии его указания в заявке.*

** В случае, если участник отказался от участия в Рейтинге, он исключается их подсчетов и результатов Рейтинга.*

К участию в рейтинге не допускаются организации (юридические лица) являющиеся иностранными агентами в соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 года № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием»; предоставляющие рекламно-коммуникационные услуги для клиентов, являющихся иностранными агентами в соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 года № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием».

4. Методология рейтинга

4.1. Баллы начисляются за награды и шорт-листы в следующих номинациях:

МАРКЕТИНГ

- Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям (только при подсчете Рейтинга директоров по маркетингу)
- Лучшая отраслевая кампания
- Лучшая эффективность в бизнесе
- Лучшая эффективность в коммуникации
- Лучший долгосрочный эффект
- Лучший социальный проект
- Лучшая малобюджетная кампания
- Лучшая кампания для малого и микробизнеса
- Лучшая кампания для отдельного сегмента аудитории
- Лучшая вирусная кампания для бизнеса
- Лучший запуск нового бренда/продукта
- Лучшая кампания по построению HR-бренда
- Лучший ребрендинг
- Лучшая креативная эффективность
- Лучшее использование маркетинговых инструментов

ТЕХНОЛОГИИ

- Лучшая технологическая организация
- Лучшая кампания с применением технологических и/или инновационных инструментов в маркетинге

- Лучшее применение технологий автоматизации маркетинга
- Лучшее использование генеративного искусственного интеллекта для бизнеса

4.2. Баллы ранжируются следующим образом:

4.2.1. Агентства получают баллы за те кейсы, которые они подали и оплатили.

4.2.2. Агентство, которое оплачивало и подавало заявку считается основным. В одном кейсе выделяется одно основное агентство.

4.2.3. В случае, если кейс подаётся несколькими участниками, основное агентство получает полный балл.

4.2.4. Рекламодатели получают баллы как за самостоятельно заявленные на премию кейсы, так и за поданные совместно с агентствами;

4.2.5. Группы рекламных агентств и холдинги получают суммарные баллы всех входящих в группу агентств.

4.2.6. Директора по маркетингу получают баллы за победы в персональной номинации «Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям» и за кейсы, в которых они указаны в качестве руководителя проекта на стороне бренда/рекламодателя.

4.3. Шкала баллов в зависимости от получаемой награды:

- Гран-при – 20 баллов;
- Специальные награды (Трендсеттер / Инноватор / Прорыв года) — 15 баллов;
- Золото – 10 баллов;
- Серебро – 5 баллов;
- Бронза – 3 балла;
- Шорт-лист – 1 балл.

4.4. Особенности распределения баллов в зависимости от формата участия в кейсе:

4.4.1. Рекламодатель получает полный балл вне зависимости от количества участников кейса.

4.4.2. Если кейс подан и реализован одним участником — участник получает полный объём баллов за награду.

4.4.3. Если кейс подан совместно агентством и рекламодателем, оба участника получают полный балл.

4.4.4. Если кейс подан несколькими рекламными агентствами (основным и вспомогательными), основное агентство получает полный балл, а вспомогательные — полный балл, деленный на количество агентств, выполнивших кейс.

4.4.5. Для директоров по маркетингу баллы за полученную награду в персональной номинации «Лучший эксперт по маркетинговым коммуникациям» умножаются на коэффициент 1,5. Баллы за кейсы начисляются без коэффициента в соответствии с п. 4.2.6-4.3.

4.5. Если участники набирают одинаковое количество баллов, то они располагаются на одной позиции в рейтинге в алфавитном порядке. В таком случае, позиция следующего участника считается от количества участников, расположенных на предыдущей позиции.

4.6. Рейтинг НПБК составляется на основании результатов конкурса одного года и не суммируется по совокупности лет.

4.7. Рейтинг НПБК формируется исключительно на основе заранее согласованных и опубликованных результатов в разделе «Победители» на сайте grandawards.ru.

4.8. В случае возникновения неучтенных в данном Положении вопросов, решение по ним принимается оргкомитетом премии «НПБК. Эффективность».

4.9. Участники, получившие награды на премии «НПБК. Эффективность» попадают в Рейтинг автоматически, если соответствуют критериям, указанным в п. 3.

5. Заключительные положения

5.1. Итоговая таблица рейтинга публикуется в открытом доступе на официальном сайте Премии: https://grandawards.ru/.

5.2. По всем вопросам, связанным с Рейтингом, обращаться по адресу: hello@akarussia.ru

5.3. Настоящее Положение ежегодно пересматривается и утверждается оргкомитетом премии «НПБК. Эффективность».