Каталог номинаций
Блок «Маркетинг»

Национальная премия бизнес-коммуникаций «НПБК. Эффективность»

10 сезон

Лучшая отраслевая кампания

Оцениваются кампании с фокусом на отрасль, в которой работает клиент, и ее специфику.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные результаты: ROI, ROMI, лояльность, изменения восприятия, масштабируемость и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Категории

Автомобильная индустрия; Агропромышленность; Букмекеры; Госсектор; Здоровый образ жизни и спорт; Индустрия детских товаров; Интернет-площадки и платформы; Киберспорт и игровая индустрия; Культура и мероприятия; Логистика, включая такси и курьерские службы; Лотереи; Маркетплейсы и e-com; Медицинские услуги и клиники; Недвижимость; Образование; Фэшн и бьюти; Паблишеры; Промышленность; Радио; Ресторанный бизнес и кейтеринг; Розничные сети; Строительная промышленность; Телевидение и онлайн-кинотеатры; Телекоммуникации; Товары для дома (мебель, интерьер); Топливная и нефтегазовая промышленность; Туризм и путешествия; Услуги бизнеса; Услуги населения; Фармацевтика; Финансовый сектор, страхование; Экосистемы; Электробытовые приборы для дома, работы и личного пользования; FMCG: продукты питания и безалкогольные напитки; FMCG: непродовольственные товары; Алкогольные напитки и табачная продукция; IT и программное обеспечение.

Лучшая эффективность в бизнесе

Оцениваются кампании, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей: рост продаж, увеличение доли рынка и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Серебряный кейс 2026: «Molped. История дружбы: когда бренд и блогер растут вместе»

Лучшая эффективность в коммуникации

Оцениваются кампании, нацеленные на формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду, изменение потребительского поведения и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Золотой кейс 2026: Гигабэк от Т2. Это как кешбэк, только гигабайтами

Лучший долгосрочный эффект

Оцениваются кампании, показывающие высокие результаты и стремительный рост показателей на протяжении всего периода реализации (длительностью от 2 лет).

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты и их устойчивость, нацеленные на долгосрочные перспективы развития: получение прибыли и рост продаж в течение всего периода кампании, увеличение доли рынка, ROI, рост лояльности к бренду, изменения потребительского поведения и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Лучшая малобюджетная кампания

Оцениваются кампании, показавшие высокие бизнес-результаты при наличии небольшого бюджета (менее 5 млн).

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются высокий рост бизнес-показателей с использованием ограниченного/небольшого бюджета: получение прибыли, увеличение финансовых показателей, рост продаж, увеличение доли рынка, ROI, лояльность к бренду, изменения потребительского поведения и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Лучшая кампания для малого и микробизнеса

Оцениваются кампании, разработанные с учетом ограничений малого и микробизнеса и показавшие высокую эффективность при ограниченных ресурсах.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются высокий рост бизнес-показателей малого и микробизнеса с использованием ограниченного/небольшого бюджета: получение прибыли, увеличение финансовых показателей, рост продаж, увеличение доли рынка, ROI, лояльность к бренду, изменения потребительского поведения и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Лучшая кампания для отдельного сегмента аудитории

Оцениваются кампании, направленные на конкретный сегмент целевой аудитории (пенсионеры, государственные служащие, дети и др).

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на достижение эффективности в коммуникации с конкретным сегментом аудитории: формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду, изменение потребительского поведения сегмента аудитории и др.

2. Понимание ЦА
Оценивается качество сегментации и работы с целевой аудиторией, анализ потребностей и ценностей ЦА.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность и нестандартность идеи и инсайта в рамках работы со специализированной аудиторией.

Лучшая вирусная кампания для бизнеса

Оцениваются кампании, добившиеся органического вирусного эффекта с измеримыми бизнес-результатами.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности за счет вирусной кампании
Оцениваются высокий рост бизнес-показателей в условиях получения органического вирусного эффекта: охваты, лояльность к бренду, изменения потребительского поведения, рост продаж и др.

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Золотой кейс 2026: Розовый бургер во «Вкусно – и точка»

Лучший запуск нового бренда/продукта

Оцениваются комплексные кампании по выводу на рынок новых брендов или продуктов, продемонстрировавшие стратегически выверенный подход и измеримые рыночные результаты.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются высокий рост бизнес-показателей: формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда, получение прибыли, увеличение финансовых показателей, повышение узнаваемости продукта/бренда, увеличение доли рынка, лояльность, рост продаж и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Лучший ребрендинг

Оцениваются кампании, направленные на изменение позиционирования бренда и его комплекса маркетинговых коммуникаций.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду, получение бизнес-результатов и их устойчивость (прибыль, финансовые показатели, рост продаж).

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Лучшая маркетинговая кампания с использование одного инструмента

Оценивается маркетинговая кампания, для реализации которой был использован в основном или только 1 инструмент маркетинга

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Нестандартное и/или инновационное применение инструмента
Оценивается новизна использования инструмента в рамках проекта.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучшая креативная эффективность

Оцениваются нестандартные, креативные кампании, где четко сформулированный инсайт и креативная идея привели к росту бизнес-эффективности.

Критерии

1. Оригинальность идеи и инсайта
Оценивается оригинальный и неожиданный использованный творческий подход, который не только выделяет бренд, но и напрямую влияет на достижение измеримых бизнес-результатов.

2. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты, полученные благодаря реализации креативной идеи: повышение узнаваемости бренда, рост продаж, охваты, изменение восприятия и др.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Лучшая региональная кампания

Оцениваются кампании, направленные на развитие бизнеса в конкретных регионах, учитывающие локальную специфику, культурные и потребительские особенности.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются высокий рост бизнес-показателей бренда с использованием небольшого бюджета: получение прибыли, увеличение финансовых показателей, рост продаж, увеличение доли рынка, ROI, лояльность к бренду, изменения потребительского поведения и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

Лучшая кампания с мгновенным эффектом

Оцениваются краткосрочные кампании, результат которых был достигнут в течение максимум 3 месяцев, а также с опережением обычных показателей бренда, конкурентов и рыночных бенчмарков. В приоритете — скорость окупаемости и резкий прирост ключевых метрик в сжатые сроки.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются высокий рост бизнес-показателей за счет краткосрочности кампании: получение прибыли, увеличение финансовых показателей, рост продаж, увеличение доли рынка, ROI, лояльность к бренду, изменения потребительского поведения и др.

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Лучшая антикризисная кампания

Оцениваются маркетинговые и коммуникационные проекты, благодаря которым компании эффективно отреагировали на внешние ограничения, изменение законодательства или рыночной конъюнктуры. Ключевой критерий — способность сохранить бизнес-процессы и доверие аудитории в период турбулентности.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются рост и/или сохране бизнес-показателей в условиях кризиса и турбулентности рынка. Важны скорость реакции, оцифрованная общественная реакция на изменения, рост продаж и другие показатели эффективности.

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам в рамках отрасли.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Лучшая диджитал-кампания

Оценивается кампания, для реализации которой были использованы в основном или полностью иструмененты диджитал маркетинга, в том числе социальные сети, perfomance.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучший ситуативный маркетинг

Оцениваются проекты, в основе которых лежит быстрое реагирование на актуальную повестку и использование текущих событий (в том числе сезонный маркетинг) для вовлечения аудитории и достижения бизнес-результатов.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные результаты: ROI, ROMI, лояльность, изменения восприятия, масштабируемость и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучшая коллаборация брендов

Оцениваются проекты, в которых благодаря эффективному сотрудничеству двух и более брендов в рамках одной рекламной кампании или продукта всем сторонам удалось достичь высоких бизнес-показателей.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные результаты у всех брендов: ROI, рост продаж, прибыли, доли рынка, знания бренда, показателей привлечения и удержания клиентов, а также охваты, виральность, лояльность и тд.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Серебряный кейс 2026: Острая курочка вместо острых киберугроз

Лучшее применение brand experience

Оцениваются проекты, в которых инструменты маркетинга были использованы максимально органично с учетом позиционирования бренда, особенностей целевой аудитории и поставленных задач. Таким образом был создан уникальный Brand Experience, благодаря которому бренду удалось достичь поставленных бизнес-результатов.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются количественные и качественные показатели эффективности: ROI, рост продаж, прибыли, доли рынка, знание бренда, привлечение и удержание клиентов, а также охваты, виральность, лояльность и другие метрики, подтверждающие достижение поставленных целей.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Золотой кейс 2026: Honor. Проверен Россией

Лучшая кампания торгового маркетинга

Оцениваются комплексные решения в ритейле, которые помогают эффективно взаимодействовать с покупателями, стимулировать продажи и развивать собственные торговые предложения.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей: рост продаж, увеличение доли рынка и др.

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Категории

Торговый маркетинг. Оцениваются комплексные решения в ритейл-пространстве, сочетающие эффективные инструменты торгового маркетинга с измеримыми бизнес-результатами. В том числе оценивается мерчендайзинг, работа с полками, POS-материалы, стимулирование продаж.

Программы лояльности. Оцениваются системные решения по повышению клиентской лояльности, демонстрирующие измеримый рост Retention Rate, частоты покупок и CLV.

Собственная торговая марка (СТМ). Оцениваются кампании по позиционированию, запуску и продвижению собственных торговых марок ритейлеров.

Лучший проект в спортивном маркетинге

Оцениваются эффективные маркетинговые кампании в спортивной сфере и кампании, посвященные спорту, развлечениям и спонсорству в единой маркетинговой стратегии, где ключевую роль в достижении целей бренда сыграла креативная идея и стратегия.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей: рост продаж, увеличение доли рынка и др.

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Лучшее мероприятие для бизнеса

Оцениваются проекты, включающие участие в мероприятии или проведение собственного мероприятия. В рамках заявки необходимо обосновать, почему именно эта кампания выходит за рамки стандартной, какие технологии, дополнительные настройки позволили выделить ее в глазах потребителя и достичь высоких бизнес-результатов.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей (рост продаж, увеличение доли рынка), а также на формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду, изменение потребительского поведения

2. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

3. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучшее использование брендинга и мерча

Оцениваются проекты необычные, креативные решения в области коммуникационного дизайна, в том числе по созданию, производству и продвижению брендированной продукции и мерча для решения поставленных бизнес-задач.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Нестандартное и/или инновационное применение инструмента
Оценивается новизна использования инструмента в рамках проекта.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучшая спонсорская интеграция

Оцениваются проекты, в которых ключевым инструментом коммуникации было спонсорство. В заявке необходимо пояснить выбор реализованной спонсорской стратегии, а также продемонстрировать эффективность реализованной кампании — ее влияние на бизнес- и имиджевые результаты бренда.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются полученные бизнес-результаты, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей (рост продаж, увеличение доли рынка), а также на формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду, изменение потребительского поведения

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

Лучшая кампания с использованием Retail Media (включая e-commerce)

Оцениваются проекты, в которых ритейл-медиа использовались как основные инструменты и помогли достигнуть поставленных бизнес-целей. В заявке необходимо пояснить выбор инструмента и реализованной стратегии.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Нестандартное и/или инновационное применение инструмента
Оценивается новизна использования инструмента в рамках проекта.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Серебряный кейс 2026: t2 делает покупку SIM-карты частью e-commerce опыта и меняет правила игры для всего телеком-рынка

Лучшее использование традиционных медиа по-новому

Оцениваются проекты, в которых использовались стандартные и привычные рынку инструменты и форматы коммуникации, но нестандартным способом. В заявке необходимо продемонстрировать эффективность реализованной кампании — ее влияние на бизнес- и имиджевые результаты бренда.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Нестандартное и/или инновационное применение инструмента
Оценивается новизна использования инструмента в рамках проекта.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучшая кампания с привлечением инфлюенсера

Оцениваются проекты, в которых использовались стандартные и привычные рынку инструменты и форматы коммуникации, но нестандартным способом. В заявке необходимо продемонстрировать эффективность реализованной кампании — ее влияние на бизнес- и имиджевые результаты бренда.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета..

Лучшее использование нестандартных инструментов

Оцениваются проекты по эффективному использованию нестандартных каналов коммуникации (product placement, ambient media, life placement и др.)

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Нестандартное и/или инновационное применение инструмента
Оценивается новизна использования инструмента в рамках проекта.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучший игровой маркетинг

Оцениваются проекты, использующие возможности игровой индустрии и игровых механик для достижения маркетинговых и бизнес-целей. К участию принимаются интеграции брендов в игры и игровые вселенные, коллаборации с игровыми проектами и персонажами, in-game-реклама и активации, создание собственных игровых продуктов и механик, игровые спецпроекты, программы с использованием игровых механик, а также проекты на стыке брендов, игр, киберспорта и игровой культуры.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Конкретные бизнес-результаты от внедрения решений. Анализируются достигнутые KPI: рост производительности, снижение затрат, увеличение конверсий, формирование знания о бренде, повышение имиджа и узнаваемости бренда и другие.

2. Выбор игровой механики
Оценивается, насколько выбранные игровые механики соответствуют задачам проекта, мотивируют целевую аудиторию к необходимым действиям и способствуют достижению заявленных результатов.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, ЦА, каналов, стратегии и распределение бюджета.

4. Инсайт и идея
Оценивается релевантность идеи и инсайта заявленным целям и задачам.

Лучшее продвижение государственных программ и инициатив

Оцениваются коммуникационные и маркетинговые кампании, направленные на продвижение государственных программ и инфраструктурных инициатив. К участию принимаются проекты, которые помогли привлечь внимание и вовлечь целевые аудитории, изменить их информированность или поведение и обеспечить измеримый результат.

Критерии

1. Достижение высоких показателей эффективности
Оцениваются достигнутые результаты в соответствии с поставленными задачами и KPI: охват и вовлеченность целевых аудиторий, повышение информированности о государственных программах и инициативах, изменение отношения и поведения граждан, уровень участия в программах и другие релевантные показатели.

2. Инсайт и идея
Оценивается релевантность и сила идеи, ее соответствие целям государственной программы или инициативы, потребностям целевых аудиторий и специфике решаемой задачи.

3. Реализация кампании
Оценивается качество реализации кампании: обоснованность выбора инструментов, каналов и механик, эффективность взаимодействия с целевыми аудиториями, доступность коммуникации и эффективное использование ресурсов.

КАТАЛОГ НОМИНАЦИЙ

Источники

Номинации 10 сезона

Библиотека кейсов 2026*

* Названия номинаций в библиотеке могут отличаться от названий в 10 сезоне.