Национальная Премия бизнес-коммуникаций

Заявка на конкурс «Лучшая маркетинговая кампания»

Ознакомьтесь с информацией!

Заявка

1. Язык заполнения – русский
2. Для участия в конкурсе ваш проект должен был действовать на территории РФ в любой период с 1 января 2021 по 31 августа 2022 года.
3. Все показатели должны относиться непосредственно к данному периоду.
4. Указывайте достоверные источники всех данных и фактов, представленных в проекте.
5. Если у вас нет ответа на вопрос, кратко изложите причину. Не оставляйте не заполненные поля.
6. Если у Вас возникли сложности при заполнении заявки, обратитесь за помощью к ответственному менеджеру или продюсеру Премии (контакты на сайте grandawards.ru).
7. Все заявки проверяются оргкомитетом. Оргкомитет вправе дать рекомендации и попросить дополнить информацию. Обращайте внимание на комментарии.
8. При заполнении заявки сотрудниками со стороны агентства, прежде чем отправлять заявку, просим согласовывать финальный вариант с компанией-номинантом (рекламодателем).
9. Если вы оформляете офлайн-заявку, прикрепите дополнительные файлы архивом.

Оплата участия

1. Заполните форму на оплату в конце заявки
2. Оргкомитет не допускает заявки до голосования без оплаты
3. Оплата должна быть произведена в тот период, когда подается заявка (ранний, основной, финальный. См. Положение Премии)
4. Закрывающие документы предоставляются после проведения мероприятия (после Церемонии награждения победителей)

Экспертный совет

1. Каждый Эксперт подписывает документы о неразглашении информации, с которой столкнется при голосовании.
2. Эксперты будут распределены таким образом, чтобы не иметь доступа к заявкам из своей профессиональной отрасли.

1 пункт. Данные заполняющего заявку

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО |  |
| Компания |  |
| Должность |  |
| E-MAIL |  |
| Мобильный телефон |  |

Данные необходимы для оперативной связи с лицом, заполняющим заявку, для уточнения информации и комментариев. Необходимо заполнить все поля!

|  |  |
| --- | --- |
| Юридическое название компании |  |
| Название компании (это название указывается в награде, дипломе, рейтинге) |  |
| Бренд |  |
| Фактический адрес (адрес для курьерской доставки документов) |  |
| Рабочий телефон |  |
| WEB SITE/WEB PAGES компании |  |
| E-MAIL компании |  |
| Описание деятельности компании (не более 300 символов) |  |

2 пункт. Данные о компании – рекламодателе

3 пункт. Данные об агентстве – заявителе

Указывать, если агентство принимало участие в разработке и реализации проекта или оплачивает заявку клиента

|  |  |
| --- | --- |
| Юридическое название агентства |  |
| Название агентства (это название указывается в награде, дипломе, рейтинге) |  |
| Фактический адрес (адрес для курьерской доставки документов) |  |
| Рабочий телефон |  |
| WEB SITE/WEB PAGES агентства |  |
| E-MAIL агентства |  |
| Описание деятельности (не более 300 символов) |  |
| Укажите коммуникационное агентство (может совпадать с медиа) | Агентству будут засчитаны баллы в рейтинг эффективности коммуникационных агентств АКАР, в случае победы данной работы |
| Укажите медиа агентство (может совпадать с коммуникационным) | Агентству будут засчитаны баллы в рейтинг эффективности медийных агентств, в случае победы данной работы |

4 пункт. Данные о Marketing Team рекламодателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |

5 пункт. Данные о Marketing Team агентства

Указывать, если агентство принимало участие в разработке и реализации проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |
| Должность | ФИО |  |
| Почта |  |
| Телефон |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Номинация |  |

6 пункт. Выбор номинации и категории

|  |  |
| --- | --- |
| Категория |  |

**Блок вопросов №1 – Вводная часть**

|  |
| --- |
|  |

1. **Название рекламной кампании**
2. **Период реализации**

|  |
| --- |
|  |

1. **Товарная категория, положение бренда в категории, описание продукта, услуги**

|  |
| --- |
|  |

1. **Долгосрочные задачи бренда**

|  |
| --- |
|  |

1. **География**

- Опишите географию кампании. Например, международный рынок, европейский рынок, российский рынок (все регионы страны), отдельные регионы страны (один или несколько регионов), отдельные города или город.

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие новые идеи или технологии предлагает продукт или услуга? В чём его уникальность?**

- В данном вопросе предполагается описание изменений и улучшений продукта (внедрение новых технологий и инноваций) и его преимуществ среди конкурентов. Если нет возможности описать изменения, улучшения и преимущества продукта/услуги, то нужно объяснить, с чем связано отсутствие необходимости изменять продукт

|  |
| --- |
|  |

**Блок вопросов №2 – Основные данные**

1. **Опишите, пожалуйста, задачи кампании**

- Опишите, какие задачи решает данная кампания. Оценивается описание маркетинговых задач для данной кампании, их связи с бизнес-задачами бренда

|  |
| --- |
|  |

1. **Опишите целевую аудиторию, на которую была ориентирована данная кампания**

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие параметры успешности кампании Вы для себя определяете? Как Вы будете их измерять?**

- Оценивается определение и выбор KPIs (почему именно эти KPIs?), а также инструменты и методология их оценки

|  |
| --- |
|  |

**Блок вопросов № 3 – Реализация и продвижение кампании**

1. **В чём заключается Ваша идея?**

- Опишите, в чем заключается идея, на чем она основывается, и как она визуально воплощена. Оценивается умение описать идею и как она помогает решить задачи кампании?

|  |
| --- |
|  |

1. **Какое ключевое сообщение Вы хотите донести до своих потребителей?**

- Укажите, какую главную мысль вы хотели донести до целевой аудитории.

Оценивается умение выделить ключевое сообщение и связать его с сегментами потребителей

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие механики и технологии использованы Вами в продвижении продуктов, услуг?**

- Опишите, какие идеи или технологии использованы в механике продвижения продукта/услуги. Оценивается обоснование выбранных механик и технологий, а также новые способы их использования, которые не применялись ранее вообще или не применялись в данной категории

|  |
| --- |
|  |

**4. Какие каналы продвижения вы выбрали в рамках реализации данной кампании? Использовали ли вы нестандартные виды размещения?**

- Опишите, какие конкретно каналы продвижения вы выбрали, что повлияло на выбор данных каналов. Под нестандартными подразумеваются необычные для бренда или товарной категории каналы.

Оценивается обоснование выбранных каналов продвижения, в том числе нестандартных видов размещения.

|  |
| --- |
|  |

**5. Как Вы определяли уровень бюджета для каждого канала продвижения?**

- Опишите, как вы определяли уровень бюджета для каждого канала продвижения на период кампании. В ответе требуется разъяснение подхода по определению бюджета и анализ эффективности его использования. Укажите бюджет или «вилку» бюджета по каждому инструменту.

Оценивается разъяснение подхода по определению бюджета, почему именно такой бюджет считается наиболее эффективным для данной кампании?

|  |
| --- |
|  |

**Блок вопросов № 4 – Результаты**

**Данный блок вопросов Экспертный совет оценивает по критериям оценок.**

Работа по результатам может быть представлена как со стороны агентства, так и со стороны клиента. Желательно предоставлять подтверждающие файлы в формате графиков, диаграмм, таблиц, презентаций, видео и т.д.

Если нет возможности предоставить данные, проведите логический анализ (что и для чего было сделано, какие выводы, какие результаты вы получили)

***Номинация: «Эффективность в бизнесе»***

**1. Как Вы оцениваете результаты Вашей кампании?**

- Сопоставьте достигнутые результаты с поставленными задачами и сформулируйте вывод об успешности кампании

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты маркетинг результаты (привлечение новых потребителей, рост частоты использования/покупки, формирование лояльных потребителей, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах

|  |
| --- |
| Например: реклама товара «X» позволила привлечь «123» новых потребителей. Зафиксирован рост частоты покупок с увеличением в «123» раза по сравнению с показателями до. |

***Номинация: «Эффективность в коммуникации»***

1. **Как Вы оцениваете результаты Вашей кампании?**

- Сопоставьте достигнутые результаты с поставленными задачами и сформулируйте вывод об успешности кампании

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты коммуникационные результаты (рост знания бренда, понимание преимуществ товаров, услуг, рост намерения о покупке, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра.

|  |
| --- |
| **Например: Нам удалось повысить показатели знания бренда: «123» россиян в возрасте «123-123» лет знают о нас. Результатом позитивного развития имиджа стал рост доверия к нам «Х». Доля целевой аудитории, которая называет выбирает нас, увеличилась с «123%» до «123%». А конверсия из знания в намерение «купить/оформить/зарегистрироваться» достигла «123%». Реклама товара «X» позволила привлечь на «50%» больше трафика на сайт.** |

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах.

***Номинация: «Инновации и технологии»***

1. **Как Вы оцениваете результаты Вашей кампании? Как использованные вами инновации и технологичные идеи в продвижении повлияли на результаты кампании?**

|  |
| --- |
|  |

1. Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты маркетинг результаты (привлечение новых потребителей, рост частоты использования/покупки, формирование лояльных потребителей, другое)?

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах

|  |
| --- |
| Например: реклама товара «X» позволила привлечь «123» новых потребителей. Зафиксирован рост частоты покупок с увеличением в «123» раза по сравнению с показателями до. |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты коммуникационные результаты (рост знания бренда, понимание преимуществ товаров, услуг, рост намерения о покупке, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра.

|  |
| --- |
| Например: Нам удалось повысить показатели знания бренда: «123» россиян в возрасте «123-123» лет знают о нас. Результатом позитивного развития имиджа стал рост доверия к нам «Х». Доля целевой аудитории, которая называет выбирает нас, увеличилась с «123%» до «123%». А конверсия из знания в намерение «купить/оформить/зарегистрироваться» достигла «123%». Реклама товара «X» позволила привлечь на «50%» больше трафика на сайт. |

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах.

***Номинация: «Долгосрочный эффект»***

1. **Как Вы оцениваете результаты Вашей кампании?** Какие результаты и показатели отражают стабильное развитие и рост компании на протяжении нескольких лет?

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты МАРКЕТИНГ результаты (привлечение новых потребителей, рост частоты использования/покупки, формирование лояльных потребителей, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах

|  |
| --- |
| Например: реклама товара «X» позволила привлечь «123» новых потребителей. Зафиксирован рост частоты покупок с увеличением в «123» раза по сравнению с показателями до. |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты КОММУНИКАЦИОННЫЕ результаты (рост знания бренда, понимание преимуществ товаров, услуг, рост намерения о покупке, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра.

|  |
| --- |
| Например: Нам удалось повысить показатели знания бренда: «123» россиян в возрасте «123-123» лет знают о нас. Результатом позитивного развития имиджа стал рост доверия к нам «Х». Доля целевой аудитории, которая называет выбирает нас, увеличилась с «123%» до «123%». А конверсия из знания в намерение «купить/оформить/зарегистрироваться» достигла «123%». Реклама товара «X» позволила привлечь на «50%» больше трафика на сайт. |

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах.

***Номинация: «Социальная ответственность»***

1. **Как Вы оцениваете результаты Вашей кампании?**

|  |
| --- |
|  |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты МАРКЕТИНГ результаты (привлечение новых потребителей, рост частоты использования/покупки, формирование лояльных потребителей, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах

|  |
| --- |
| Например: реклама товара «X» позволила привлечь «123» новых потребителей. Зафиксирован рост частоты покупок с увеличением в «123» раза по сравнению с показателями до. |

1. **Какие параметры успешности выполнены по сравнению с планом? Какие достигнуты КОММУНИКАЦИОННЫЕ результаты (рост знания бренда, понимание преимуществ товаров, услуг, рост намерения о покупке, другое)?**

- Опишите, насколько рекламная кампания повысила результаты по показателям каждого параметра.

|  |
| --- |
| Например: Нам удалось повысить показатели знания бренда: «123» россиян в возрасте «123-123» лет знают о нас. Результатом позитивного развития имиджа стал рост доверия к нам «Х». Доля целевой аудитории, которая называет выбирает нас, увеличилась с «123%» до «123%». А конверсия из знания в намерение «купить/оформить/зарегистрироваться» достигла «123%». Реклама товара «X» позволила привлечь на «50%» больше трафика на сайт. |

- Перечислите достижения по задачам в цифрах/процентах.

**Блок с дополнительной информацией**

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.

+ Презентация

+ Ролики

+ Графики/таблицы

**Дипломы за данный проект**

|  |
| --- |
|  |

**Награды за данный проект (название/дата)**

|  |
| --- |
|  |

**Участие в конференциях с данным проектом (название/дата)**

|  |
| --- |
|  |

Заполните форму для выставления счета

|  |  |
| --- | --- |
| Юридическое название компании |  |
| Юридический/фактический адрес |  |
| ИНН |  |
| КПП |  |
| ОГРН |  |
| Расчетный счет |  |
| Наименование банка |  |
| БИК |  |
| Лицо, подписывающее документы |  |
| Основание (устав/доверенность) |  |
| Должность |  |
| Телефон бухгалтерии |  |