



ПОЛОЖЕНИЕ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ

2022 Г.



СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ
- 1.2 О ПРЕМИИ
- 1.3 ЦЕЛИ ПРЕМИИ
- 1.4 МИССИЯ
- 1.5 УЧАСТНИКИ
- 1.6 УРОВНИ ПРЕМИИ, КОНКУРСЫ, НОМИНАЦИИ, КАТЕГОРИИ
- 1.7 УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ
- 1.8 РЕГИСТРАЦИОННЫЙ ВЗНОС

2. СТРУКТУРА
3. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ
4. НОМИНАЦИИ
5. ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ
6. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА
7. ОРГАНИЗАЦИЯ



1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 О ПРЕМИИ

Премия учреждена Ассоциацией коммуникационных агентств России и Центром развития бизнес-коммуникаций.

1.2 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.

1.3 МИССИЯ

- Популяризация духа российского предпринимательства, традиций российских деловых кругов, улучшение делового климата страны.

1.4 УЧАСТНИКИ

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

1. передовые системы управления бизнес-процессами;
2. уникальные технологии построения брендов;
3. эффективные рекламно-маркетинговые решения;
4. 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.

1.5 УРОВНИ ПРЕМИИ

1.5.1 Федеральный уровень Премии

Для крупных международных и российских компаний. Подходит для номинантов, имеющих опыт участия в премиях/конкурсах.

Премия данного уровня подразумевает представление реализованных на высоком уровне проектов с доказанной эффективностью.

Необходимо качественное оформление заявок с аргументацией, аналитическими данными и дополнительными материалами.

Утвержденные варианты участия:

Агентство; Агентство + бренд; Агентство + медиа; Медиа;

Медиа + бренд; Бренд.

1.5.2 Региональный уровень Премии

Для небольших локальных компаний со всех Федеральных округов РФ. Подходит для номинантов, не имеющих опыта участия в премиях/ конкурсах.

Премия данного уровня подразумевает представление реализованных проектов с доказанной эффективностью.

Утвержденные варианты участия:

Агентство; Агентство + бренд; Агентство + медиа; Медиа;

Медиа + бренд; Бренд.

1.6 КОНКУРСЫ

1. Лучший маркетолог
2. Лучшая маркетинговая кампания
3. Лучшее использование инструментов

1.7 НОМИНАЦИИ

1.7.1 Номинации конкурса «Лучший маркетолог» Номинация - FMCG

- Продукты питания;
- Безалкогольные напитки;
- Алкогольные напитки, табачная продукция;
- Косметика, парфюмерия, средства гигиены, товары по уходу и бытовая химия;
- Индустрия детских товаров (FMCG)
- Товары для животных

Номинация - Товары длительного пользования

- Автомобильная индустрия
- Товары автомобильной индустрии
- Одежда, обувь, аксессуары
- Индустрия детских товаров (DGO)
- Товары для дома и загородной жизни
- Товары для офиса
- Электробытовые приборы для дома, работы и личного пользования

Номинация - Медиа, коммуникации

- Медиа, СМИ, издательства
- Телекоммуникации
- Интернет-провайдеры

Номинация - Культура, искусство, мероприятия Номинация - Розничная торговля

Номинация - Фармацевтика

Номинация - Недвижимость

- Коммерческая недвижимость
- Жилая недвижимость

Номинация - Промышленность

- Строительная промышленность
- Агропромышленность
- Топливная и нефтегазовая промышленность
- Промышленность

Номинация - Услуги для населения

- Отели, рестораны, кафе
- Образование
- Туризм
- Развлекательные услуги
- Медицинские услуги
- Индустрия спорта
- Финансовый сектор (B2C)
- Другие услуги

Номинация - Услуги для бизнеса

- Реклама
- Логистика
- Консалтинг
- Финансовый сектор (B2B)
- MICE
- Другие услуги

Номинация - IT и инновации

- Услуги
- Аппаратное и программное обеспечение
- Образование
- Развлечения
- Финансы и торговля
- E-commerce

1.7.2 Номинации конкурса «Лучшая маркетинговая кампания»

Эффективность в бизнесе - номинация, где рассматриваются кампании, нацеленные на получение прибыли и увеличение финансовых показателей

Эффективность в коммуникации - номинация, где рассматриваются кампании, нацеленные на формирование имиджа, повышение уровня осведомленности и лояльности к бренду

Инновации и технологии - Номинация, где рассматриваются кампании, причиной успеха которых стало использование инноваций и технологий

Долгосрочный эффект - Номинация, где рассматриваются кампании, показывающие устойчивое развитие и высокие результаты на протяжении всего периода реализации (длительностью от 2-х лет)

Социальная ответственность (социальные проекты) - Номинация, где рассматриваются кампании, целью которых является формирование социальных ценностей и привлечение внимания к общественно важным проблемам

Категория - FMCG

- Продукты питания;
- Безалкогольные напитки;
- Алкогольные напитки, табачная продукция;
- Косметика, парфюмерия, средства гигиены, товары по уходу и бытовая химия;
- Индустрия детских товаров (FMCG)
- Товары для животных

Категория - Товары длительного пользования

- Автомобильная индустрия
- Товары автомобильной индустрии
- Одежда, обувь, аксессуары
- Индустрия детских товаров (DGO)
- Товары для дома и загородной жизни
- Товары для офиса
- Электробытовые приборы для дома, работы и личного пользования

Категория - Медиа, коммуникации

- Медиа, СМИ, издательства
- Телекоммуникации
- Интернет-провайдеры

Категория - Культура, искусство, мероприятия Категория - Розничная торговля

Категория - Фармацевтика

Категория - Недвижимость

- Коммерческая недвижимость
- Жилая недвижимость

Категория - Промышленность

- Строительная промышленность
- Агропромышленность
- Топливная и нефтегазовая промышленность
- Промышленность

Категория - Услуги для населения

- Отели, рестораны, кафе
- Образование
- Туризм
- Развлекательные услуги
- Медицинские услуги
- Индустрия спорта
- Финансовый сектор (B2C)
- Другие услуги

Категория - Услуги для бизнеса

- Реклама
- Логистика
- Консалтинг
- Финансовый сектор (B2B)
- MICE
- Другие услуги

Категория - IT и инновации

- Услуги
- Аппаратное и программное обеспечение
- Образование
- Развлечения
- Финансы и торговля
- E-commerce

1.7.3 Номинации конкурса «Лучшее использование инструментов»

Номинация - Медиапланирование (> 2 000 000 рублей)

Номинация - Медиапланирование (< 2 000 000 рублей) Номинация - Брендинг

Номинация - Нестандартные медиа / Ambient Номинация – Интернет-реклама

Номинация - Мобильные приложения Номинация - Programmatic закупки Номинация - ТВ

Номинация - Видео Номинация - Influence Номинация - Спонсорство Номинация - Out-of-home

Номинация - Радио Номинация - Социальные сети

Номинация - Мероприятия/промо кампании

1.8 УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

1.8.1 Выдвижение кандидатов на соискание Премии «Лучший маркетолог» осуществляется на бесплатной основе без оплаты регистрационного взноса и использования квот.

1.8.2 Подача заявок на конкурс в номинации «Лучший маркетолог» производится на русском языке и принимается от граждан занимающих должность в компаниях зарегистрированных на территории РФ.

1.8.3 Выдвижение проектов на соискание Премии «Лучшая маркетинговая кампания» и «Лучшее использование инструментов» производится на общих основаниях, с оплатой регистрационного взноса.

1.8.4 В премии могут участвовать иностранные компании с филиалом или официальным представительством на территории РФ в номинации «Лучшая маркетинговая кампания» и «Лучшее использование инструментов»

1.8.5 В номинации «Лучшая маркетинговая кампания» принимаются кампании разработанные и проведенные в период с 1 января 2021 – 1 августа 2022 гг.

1.8.6 В номинации «Лучшее использование инструментов» принимаются заявки разработанные и проведенные в период с 1 января 2021 – 1 августа 2022 гг.

1.8.7 В номинациях «Лучшая маркетинговая кампания» и «Лучшее использование инструментов» не допускается участие проекта, который уже был подан в Премию в 2021 году, за исключением подачи в номинацию «Долгосрочный эффект».

1.8.8 Документы, необходимые для участия в Премии:

- Полностью заполненная на сайте заявка на участие.
- Медиафайлы и подтверждающие документы.
- Фотография номинанта (300 dpi).

1.8.9 Сроки подачи документов определяются оргкомитетом Премии.

1.8.10 Заявка может быть отклонена советом оргкомитета Премии, в случае:

- Данные номинанта заполнены не полностью
- Заявка номинанта заполнена не полностью
- Заявка номинанта заполнена некорректно
- Номинант не подходит по критериям, указанным в пункте 1.4
- Предоставлены недостоверные данные
- Жюри не смогли оценить поданную работу из-за недостатка данных

1.8.10.1 Оргкомитет Премии вправе потребовать доработать заявку, если она не соответствует пунктам, указанным в параграфе 1.7.3 и 1.7.5



1.8.10.2 Жюри конкурса и организационный комитет Премии может перевести заявку в другую отрасль и категорию, если заявка не соответствует требованиям выбранной номинантом категории

1.9 РЕГИСТРАЦИОННЫЙ ВЗНОС

1.9.1 Сумма регистрационного взноса, а также программа скидок и наценок утверждаются оргкомитетом Премии ежегодно и публикуются на официальном сайте Премии.

1.9.2 Регистрационный взнос должен быть уплачен до окончания периода срока приема заявок.

1.9.1 Базовая стоимость регистрационного взноса в 2022 году в номинациях «Лучшая маркетинговая кампания» и «Лучшее использование инструментов» составляет 65 000 рублей.

1.9.2 Регистрационный взнос в 2022 году будет зависеть от трех периодов подачи заявок:

- в ранний период приема заявок с 12 сентября 2022 года по 9 октября 2022 года - регистрационный взнос составляет - 65 000 рублей (НДС не облагается),
- в основной период подачи заявок, с 10 октября 2022 по 20 ноября 2022 - регистрационный взнос составляет - 75 000 рублей (НДС не облагается),
- в поздний период приема заявок с 21 ноября 2022 по 12 декабря 2022 - регистрационный взнос составляет 85 000 рублей (НДС не облагается),
- в сверхпоздний период приема заявок с 12 декабря 2022 по 25 декабря 2022 - регистрационный взнос составляет 85 000 рублей, без возможности расчета скидки (НДС не облагается).

2. СТРУКТУРА

2.1 Проведение премии включает в себя четыре этапа.

Этап 1: сбор заявок и присвоение участникам звания «номинант».

Этап 2: определение призеров и победителей основного конкурса Премии и формирование шорт-листа по итогам онлайн-голосования.

Этап 3: определение победителей в конкурсе Гран-При и присуждение Специальных номинаций*

Этап 4: Церемониальное награждение призеров и победителей конкурса Премии.

*На третьем этапе возможно присуждение специальных номинаций на усмотрение экспертного совета и оргкомитета конкурса.

3. СТРУКТУРА

3.1 Проведение премии включает в себя четыре этапа.

Этап 1: сбор заявок и присвоение участникам звания «номинант».

Этап 2: определение призеров и победителей основного конкурса Премии и формирование шорт-листа по итогам онлайн-голосования.

Этап 3: определение победителей в конкурсе Гран-При и присуждение Специальных номинаций*

Этап 4: Церемониальное награждение призеров и победителей конкурса Премии.

*На третьем этапе возможно присуждение специальных номинаций на усмотрение экспертного совета и оргкомитета конкурса.

4. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ

4.1 Органы управления Премией: организационный комитет, экспертный совет.

4.2 Организационный комитет (далее — Оргкомитет) является исполнительным органом.

4.3 Оргкомитет формируется для осуществления организационного и финансового обеспечения деятельности по подготовке и проведению голосования экспертного совета Премии, юридического и информационного сопровождения Премии, а также организации и проведения торжественной церемонии награждения.

4.4 Состав и председатель Оргкомитета определяются учредителями Премии.

4.5 Полномочия Оргкомитета:

- информационная, консультационная и финансовая работа с участниками;
- организационное и материально-техническое обеспечение деятельности экспертного и попечительского советов;
- информационное сопровождение Премии;
- ведение делопроизводства;
- общее руководство и организация торжественного награждения победителей Премии, решение организационных, технических вопросов, связанных с проведением церемонии.

4.6 Экспертный совет Премии является экспертным органом и принимает решения по определению призеров и победителей Премии.

4.7 Экспертный совет Премии формируется Оргкомитетом путем персонального приглашения ведущих экспертов из числа:

- топ-менеджеров крупнейших компаний;
- собственников бизнеса;
- аналитиков ведущих деловых СМИ;
- представителей государственных и муниципальных органов власти;
- представителей промышленных объединений;
- представителей аудиторских/исследовательских компаний.

4.8 На первом этапе Экспертный совет Премии определяет шорт-лист в каждой отраслевой категории путем онлайн-голосования.

4.9 На втором этапе Экспертный совет Премии определяет победителей и призеров путем голосования на закрытом заседании совета.

4.10 Экспертный совет Гран-при состоит из 15-20 человек и формируется Оргкомитетом из состава Экспертного совета Премии.

4.11 Порядок работы экспертных советов определяется и регулируется Положением, утвержденным на год проведения.

4.12 Экспертный совет утверждается ежегодно.

5. ПРИСУЖДЕНИЕ НАГРАД В КОНКУРСАХ, НОМИНАЦИЯХ, КАТЕГОРИЯХ

Премия присуждается в следующих конкурсах:

■ Лучшая маркетинговая кампания

Премия присуждается за: проведенную маркетинговую кампанию, эффективность которой подтверждена соответствующими показателями

- Лучшее использование инструментов

Премия присуждается за: нестандартное и эффективное использование инструмента

- Лучший маркетолог

Премия присуждается специалистам Маркетинговых направлений:

- внесшим весомый личный вклад в развитие бренда или компании;
- достигнувшим высоких показателей эффективности при решении бизнес-задач

6. ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ

6.1 Призовые места присуждаются на конкурсной основе Экспертным советом Премии.

6.2 Онлайн голосование признается состоявшимся, если в нем приняло участие не менее 60% членов экспертного совета, опубликованного на сайте в день начала онлайн голосования.

6.3 Экспертный совет путем интернет-голосования определяет шорт-лист в конкурсах «Лучший маркетолог» «Лучшая маркетинговая кампания», «Лучшее использование инструментов».

6.4 При необходимости, члены Экспертного совета имеют право запросить у оргкомитета дополнительную информацию по заявке номинанта Премии, подтверждающую указанные в Заявках результаты (например, отчеты, подтверждающие бизнес результаты, данные исследовательских кампаний, в случае использования технологий – попросить показать, как они работают, и т.д.).

6.5 Заявки номинантов, вошедшие в Шорт-лист, передаются Экспертному совету для голосования на закрытом заседании совета.

6.6 Экспертный совет по согласованию с Оргкомитетом конкурса вправе присудить специальные номинации.

6.7 Все заявки победителей (только первые места) основного конкурса Премии передаются Экспертному совету конкурса Гран-при.

6.8 Участники Премии получают сертификаты, подтверждающие участие в конкурсе. Сертификаты предоставляются по запросу.

6.9 Участники, вошедшие в Шорт-лист, получают дипломы номинантов Премии. Дипломы предоставляются по запросу.

6.10 Полный список призеров публикуется на сайте Премии.

6.11. За один день до Торжественной Церемонии награждения победителей на официальном сайте Премии публикуется Шорт-лист.

6.1 В день торжественной Церемонии награждения победителей публикуется полный список победителей, призеров и участников, вошедших в Шорт-лист Премии.

6.13. Информация о победителях конкурса Гран-при публикуется только после окончания церемонии награждения.

6.14. Оргкомитет вправе вручать ценные призы от партнеров.

7. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

7.1 Оргкомитет объявляет о проведении Премии путем размещения информации на официальном сайте в открытом доступе, а также путем публикации в средствах массовой информации.

7.2 В объявлении о проведении Премии указываются:

- категории и номинации;
- условия приема заявок и требования;
- сроки подачи заявок;
- члены экспертных советов;
- сроки проведения голосований;
- дата оглашения имен призеров и победителей;
- дата проведения торжественной церемонии награждения.

7.3 Вся информация о порядке проведения Премии, ее партнерах, участниках, составе экспертного совета, этапах отбора, результатах голосования, а также фото- и видеоотчеты с торжественной церемонии награждения размещаются на официальном сайте Премии.

7.4 Оргкомитет Премии оставляет за собой право вносить изменения в информацию, размещенную на сайте, с обязательным информированием на сайте о факте и сути произошедших изменений.

7.5 Оргкомитет привлекает информационных партнеров из числа деловых средств массовой информации, которые освещают основные этапы Премии.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ

8.1 Премия учреждена в 2015 году и вручается ежегодно.

8.2 Премия присуждается за достижения в области маркетинга 2021–2022 годов, исключение – номинация Долгосрочный эффект, период оценки 2020–2022 г.

8.3 Изменения в настоящее Положение вносятся по итогам заседания оргкомитетом Премии и утверждаются генеральным директором.

8.4 Настоящее Положение регулирует порядок организации и проведения, отбора и награждения лауреатов Премии.

8.5 Настоящее Положение утверждается ежегодно.