awards

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРЕМИИ

E+ Awards 2027

СОДЕРЖАНИЕ

3 ДЕДЛАЙНЫ И ЦЕНЫ
4 ПРАВИЛА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ
5 ПРОЦЕСС УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ
6 ПРОЦЕСС ПОДАЧИ ЗАЯВКИ
7 РЕГИСТРАЦИОННАЯ ФОРМА
9 ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ
10 КРЕАТИВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
11 ПРИЧИНЫ ДЛЯ ДИСКВАЛИФИКАЦИИ
12 ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ
13 РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ
14 РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ IMPACT
15 ПРАВИЛА ПУБЛИКАЦИИ
17 ВОПРОСЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ
19 ФОРМА АВТОРИЗАЦИИ
21 ПРОЦЕСС ОЦЕНКИ ЗАЯВОК
22 ПОБЕДА НА E+ AWARDS
23 НОМИНАЦИИ
25 СПЕЦИАЛЬНАЯ НАГРАДА RISING STARS
26 СПЕЦИАЛЬНАЯ НАГРАДА RISING STARS IMPACT
27 ПИРАМИДЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ E+
28 ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ IMPACT
29 ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ TECH
30 ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ КРЕАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
31 ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ PR

ДЕДЛАЙНЫ И ЦЕНЫ

Чтобы подать заявку на участие проекта в конкурсе E+ Awards, необходимо создать личный кабинет на сайте profile.eplus.marketing и оплатить Регистрационный взнос.

Размер Регистрационного взноса зависит от Периода регистрации, в котором участник оплачивает и подает заявку, а также от скидки при единовременной подаче нескольких заявок*.

При единовременной подаче нескольких заявок применяются скидки:

5% – при подаче 3-4 заявок

10% – при подаче 5-9 заявок

15% – при подаче 10 и более заявок

После того, как заявка отправлена, редактировать ее можно только за дополнительную плату и при условии согласования со стороны организатора.

Размер платы за редактирование одного раздела заявки составляет:
30 000 руб. + НДС. После 5 марта 2027 года редактировать можно только раздел «Инфо об участниках».

Период регистрации	Сроки для оплаты	Регистрационный взнос за одну заявку (не включая НДС)**	Дедлайн для подачи заявки
Пре-регистрация	21.09.2026 - 30.10.2026	100 000 РУБ.	26.02.2027 18:00
Ранняя регистрация	01.11.2026 - 27.11.2026	120 000 РУБ.	26.02.2027 18:00
Основная регистрация	28.11.2026 - 25.12.2026	140 000 РУБ.	26.02.2027 18:00
Поздняя регистрация	26.12.2026 - 29.01.2027	160 000 РУБ.	26.02.2027 18:00
LAST CALL	30.01.2027 - 05.03.2027	180 000 РУБ.	05.03.2027 18:00

* Например, чтобы воспользоваться ценой периода «Ранняя регистрация» нужно оплатить заявку в срок по 27 ноября 2026 г. включительно. Датой оплаты является дата зачисления денежных средств на расчетный счет E+ Awards.
Если оплата будет произведена Участником после указанной даты, к заявке применяется размер Регистрационного взноса, установленный для следующего периода регистрации. Участнику в таком случае надлежит осуществить соответствующую доплату суммы Регистрационного взноса.
В случае если оплата будет произведена после 05 марта 2027 г., заявка поданной в срок не считается. Решение о принятии такой Заявки на конкурс и условиях ее рассмотрения остается на усмотрение организатора.

** Сумма НДС прибавляется дополнительно.

ПРАВИЛА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Для участия в конкурсе принимаются любые маркетинговые проекты, реализованные на территории России в любой период с 1 января 2026 года по 31 декабря 2026 года*

— Любые проекты в сфере маркетинговых коммуникаций, как полноценные маркетинговые стратегии, так и отдельные кампании, могут принимать участие в конкурсе, главное — продемонстрировать измеримые и значимые результаты по достижению целей, которые стояли перед брендом;
— Не включайте в заявку результаты, относящиеся к периоду до 1 января 2026 года и после 31 декабря 2026 (для сезонных новогодних кампаний - до 1 декабря 2025 года и после 31 января 2027 года);
— Некоторые элементы кампании могут быть разработаны до или после допустимого периода, но основой вашей заявки должны выступать данные и результаты, полученные с 1 января 2026 года по 31 декабря 2026 года;

* исключение – номинация Устойчивый успех, в которой необходимо предоставить результаты за 3+ лет, и сезонные новогодние кампании.

— В сезонных новогодних кампаниях можно показывать Результаты, включая декабрь 2025 и январь 2027, если такие проекты еще не были поданы в прошлом сезоне;

— В вопросе про контекст можно и нужно продемонстрировать данные и результаты по предыдущим годам для того, чтобы объяснить его, а также значимость и амбициозность целей;

— Тестовые кампании не допускаются к участию в конкурсе;

— Один и тот же проект может быть подан максимум в 5 номинаций, только одна из которых может быть индустриальной;

— Один и тот же проект не может быть подан в одну номинацию, даже от лица разных организаций;

— Заявка на конкурс должна быть заполнена с учетом контекста номинации, в которую она подается;

— Команда E+ Awards оставляет за собой право перенести заявку в более подходящую номинацию, а также дисквалифицировать ее на основе соответствующего решения судей;

— Все участники прошлого сезона E+ Awards 2026, кроме золотых победителей, могут повторно подавать свои работы на конкурс в новом сезоне 2027 при условии, что у них есть впечатляющие результаты за 2026 год, которыми они готовы поделиться;

— Золотые победители E+ Awards 2026 могут повторно представить свои работы только в те номинации, в которых они не выиграли.

Причины для дисквалификации:

1) упоминание маркетинговых, коммуникационных, креативных или других агентств или их логотипов в письменной части заявки, источниках, изображениях или креативных материалах, за исключением исследовательских агентств, не принимавших участие в разработке кейса;

2) результаты, полученные вне допустимого периода;

3) несоблюдение технических требований к заявке, креативным материалам, а равно – неполное заполнение заявки

Мы не дисквалифицируем за цифры в ролике, но рекомендуем оставлять только ключевые, поскольку ролик не должен повторять заявку, его главная цель – ее иллюстрировать.

Экспертиза и знания, которые агрегирует премия E+ Awards – вне политики, поэтому к участию в конкурсе не допускаются кампании, содержащие в себе политические заявления или агитацию к участию в политических событиях. Если вы не уверены, что вашу кампанию допустят к участию, вы всегда можете обратиться к нам и мы с радостью поможем подобрать кейсы.

ПРОЦЕСС УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Для участия в конкурсе необходимо:

— Ознакомиться с правилами конкурса

— Зарегистрироваться в личном кабинете участника на сайте profile.eplus.marketing

— Выбрать количество заявок для подачи и получить пакет документов на почту

— Подписать документы и оплатить участие в конкурсе

— Заполнить и отправить заявку, а также креативные материалы в личном кабинете участника на сайте profile.eplus.marketing **не позднее 18:00 26 февраля 2027 года.**
Для заявок, оплаченных в период Last Call - не позднее 18:00 05 марта 2027 года

— Проверить, что вы получили письмо о принятии заявки к судейству

— Дождаться результатов – победители будут объявлены на торжественной Церемонии награждения 20 апреля 2027 года и опубликованы на сайте E+ Awards.

Форма заявки и весь пакет документов опубликованы на сайте eplus.marketing

ПРОЦЕСС ПОДАЧИ ЗАЯВКИ

Заявка заполняется исключительно через личный кабинет участника: profile.eplus.marketing

Вы можете использовать темплейты заявки для подготовки шаблонов заявки, а также для совместной работы с другими членами команды, партнерскими агентствами и клиентами. Обратите внимание, что все материалы должны быть обязательно **перенесены в личный кабинет участника**.

РАЗДЕЛЫ ЗАЯВКИ

Заявка состоит из 5 **обязательных** разделов:
1. Регистрационная форма
2. Креативные материалы
3. Инфо об участниках
4. Форма авторизации
5. Дополнительная анкета для исследования

Из пяти разделов только 2 видны судьями и непосредственно влияют на результат вашего проекта: **Регистрационная форма и Креативные материалы.**

Раздел **Инфо об участниках** содержит информацию о разработчиках кампании и будет использован в публикациях в случае прохождения вашей заявки в финал конкурса. Для участия в конкурсе вам необходимо принять правила конкурса, подписав **Форму авторизации.**

Раздел **Дополнительная анкета для исследования** используется исключительно для аналитических целей и становится основой для ежегодного Исследования E+ Awards Marketing Effectiveness Report.

При подаче проекта в категорию Impact обязательно заполнение **Анкеты для исследования устойчивой трансформации бизнеса E+ Change в России.**

РЕГИСТРАЦИОННАЯ ФОРМА

Письменная часть заявки (регистрационная форма) рассказывает историю реализации вашего проекта от начала до конца. Все части заявки должны быть взаимосвязаны и быть частью единой истории.

Помните, что судьи, оценивающие заявку, могут не знать о нормах и нюансах индустрии вашего бренда, поэтому важно описать контекст и бэкграунд, в котором ваш бренд находился в момент реализации кейса.

Каждая заявка оценивается в контексте номинации, в которую она была подана, поэтому ориентируйтесь на описание номинации и рекомендации по KPIs, описанных в заявке.

БЛОКИ

20% от общей оценки

Контекст + вызов + цели

В данном разделе судьи оценивают, предоставили ли вы необходимый контекст о рынке, индустрии, позициях бренда и конкурентах для понимания вашего кейса, насколько выявленная вами проблема релевантна для бизнеса, а также насколько амбициозны цели и задачи кампании. Выявленные проблемы и поставленные цели могут быть связаны с бизнесом, обществом или индустрией.

20% от общей оценки

Стратегия

Этот раздел посвящен работе с целевой аудиторией кампании: насколько четко и емко она выявлена, а ее роль обоснована для бизнеса, насколько найденное вами решение отвечает на проблемы бизнеса и меняет в нужном ключе поведение аудитории.

20% от общей оценки

Идея и ее реализация

В этом разделе вам необходимо описать большую идею вашей кампании, а также то, как она была реализована. Будет оцениваться соответствие механики поставленным целям и выбранной стратегии, а также ее релевантность к выбранной ЦА.

30% от общей оценки

Результаты

Результаты — раздел, который имеет наибольший вес в заявке. В нем нужно будет не только предоставить результаты вашей кампании, но и объяснить их значимость и ценность для бизнеса, общества или индустрии. Необходимо убедительно и неопровержимо показывать связь между результатами и маркетинговой активностью.

10% от общей оценки

Новое знание

В данном разделе необходимо сформулировать, какое новое знание несет ваш проект и почему о нем нужно и важно рассказывать другим маркетологам. Ваш кейс может задавать новый тренд на рынке, быть совершенно уникальным по своему решению или механике, развенчивать устоявшийся миф или правила индустрии.

РЕГИСТРАЦИОННАЯ ФОРМА

Для заявок в категории **Креативная эффективность и заявок номинации «Creative for change»** в категории Impact применяется измененное распределение веса оценки блоков.

Данная методология подчеркивает важность креативной идеи и качества ее воплощения, но сохраняет фокус на результатах и подтверждении эффективности.

Полный список номинаций, в отношении которых применяется данное распределение веса блоков:

- Big Idea
- Креативная рекламная кампания
- Креативный спецпроект
- Технологичный креатив
- Creative for Change

БЛОКИ

10% от общей оценки

Контекст + вызов + цели

В данном разделе судьи оценивают, предоставили ли вы необходимый контекст о рынке, индустрии, позициях бренда и конкурентах для понимания вашего кейса, насколько выявленная вами проблема релевантна для бизнеса, а также насколько амбициозны цели и задачи кампании. Выявленные проблемы и поставленные цели могут быть связаны с бизнесом, обществом или индустрией.

20% от общей оценки

Стратегия

Этот раздел посвящен работе с целевой аудиторией кампании: насколько четко и емко она выявлена, а ее роль обоснована для бизнеса, насколько найденное вами решение отвечает на проблемы бизнеса и меняет в нужном ключе поведение аудитории.

30% от общей оценки

Идея и ее реализация

В этом разделе вам необходимо описать большую идею вашей кампании, а также то, как она была реализована. Будет оцениваться соответствие механики поставленным целям и выбранной стратегии, а также ее релевантность к выбранной ЦА.

30% от общей оценки

Результаты

В этом разделе нужно будет не только предоставить результаты вашей кампании, но и объяснить их значимость и ценность для бизнеса, общества или индустрии. Необходимо убедительно и неопровержимо показывать связь между результатами и маркетинговой активностью.

10% от общей оценки

Новое знание

В данном разделе необходимо сформулировать, какое новое знание несет ваш проект и почему о нем нужно и важно рассказывать другим маркетологам. Ваш кейс может задавать новый тренд на рынке, быть совершенно уникальным по своему решению или механике, развенчать устоявшийся миф или правила индустрии.

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

Все цифры, факты и любые иные данные, упомянутые в заявке, должны иметь надежный и проверенный источник информации. Заявки, в которых нет источников данных, оцениваются судьями ниже во время судейства.

Обратите внимание!
Жюри не разрешается переходить на сторонние сайты во время судейства. Поэтому, когда вы ссылаетесь на сайт, вам необходимо прописать источник текстом (например, название СМИ/сайта, название статьи, дата публикации) и, желательно, прикрепить скриншот источника.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Для любых результатов, описанных в заявке, необходимо предоставить период, за который они были получены.

Используйте название компании в источнике данных только в том случае, если источником не является агентство (рекламное, медийное и т.д.), поскольку на конкурсе E+ Awards заявки оцениваются беспристрастно и безотносительно агентства, которое реализовало проект.
Если источником данных является агентство, упоминайте источник как «Исследование Агентства». Это относится как к агентству, подающему проект на конкурс, так и ко всем основным и вспомогательным агентствам, принимавшим участие в разработке проекта. При необходимости вы можете уточнить тип агентства в источнике данных, например: «Исследование PR-агентства / Данные медиа-агентства». Исследовательские агентства и компании должны быть указаны с названием.

КРЕАТИВНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В качестве креативного материала в равной степени могут выступать как ролик, так и презентация.

Главная цель креативного материала - продемонстрировать, как вы воплотили вашу идею в жизнь. Видео/презентация не должно повторять содержание вашей письменной заявки: это способ показать жюри ваш проект в том виде, в котором его видела целевая аудитория.

Креативный материал оценивается внутри раздела **«Идея и ее реализация», который весит 20% от общего балла (для категории «Креативная эффективность» и номинации Impact «Creative for Change» — 30%).** Постарайтесь показать минимум **по одному** примеру реализации в каждом из каналов, указанных в заявке. Не делайте слишком большой фокус на контексте и проблеме проекта – после просмотра креативного материала у судей должно сложиться четкое понимание именно о том, как ваша идея и стратегия были воплощены в жизнь.

Все креативные материалы должны сопровождаться субтитрами или письменным переводом на английский язык, если они подготовлены на русском языке, и субтитрами или письменным переводом на русский язык, если они подготовлены на английском языке.

Не включайте в креативный материал:
— результаты*
— названия и логотипы агентств (кроме исследовательских)
— какие-либо конфиденциальные данные, поскольку креативный материал публикуется в случае прохождения в финал.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РОЛИКУ

- Продолжительность ролика не должна превышать 3 минуты. Объем файла до 250 мб, форматы: .mov, .mp4
- При формате экрана 4:3: минимальный размер должен быть 640 × 480, при формате экрана 16:9: минимальный размер должен быть 1280 × 720, ролики в формате Letterbox должны иметь размер 640 x 480

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Длительность чтения презентации, включая просмотр содержащихся в ней видеофайлов, не должна превышать 3 минуты (или не более 20 слайдов). Формат: .pdf

ИЛЛЮСТРАЦИЯ ПРОЕКТА

Загрузите одно изображение, наиболее полно и ярко иллюстрирующее проект, которое затем будет использоваться в публикациях в случае вашего прохождения в финал конкурса.

Технические требования: jpg/png/psd, разрешение не менее 1063 x 591px, пропорции иллюстрации 9x5.

* Мы не дисквалифицируем за цифры в ролике, но рекомендуем избегать слишком большого количества цифр и показателей в видео, поскольку оно не должно повторять заявку. Его главная цель – ее иллюстрировать.

ПРИЧИНЫ ДЛЯ ДИСКВАЛИФИКАЦИИ

– **Несоответствие периода кампании**
Период подаваемых результатов – с 1 января 2026 г. по 31 декабря 2026 г.

Кампания может начаться раньше или закончиться позже, но подаваемые на конкурс результаты должны относиться строго к указанному периоду.

Исключения:
- Номинация «Устойчивый успех», для которой допустимый период подаваемых результатов – в течение 3-х или более лет, заканчивающийся 31 декабря 2026 г.
- Сезонные новогодние кампании- можно показывать результаты, включая периоды с 1 декабря 2025 г. по 31 января 2027 г., если такие проекты еще не были поданы в прошлом сезоне.

– **Название или логотип агентств в регистрационной форме или креативном материале,** включая ссылки на источники данных.

Исключения:
- исследовательские агентства, не принимавшие участие в разработке

– **Несоблюдение технических требований к заявке или креативному ролику,** а равно неполное заполнение заявки

ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ

E+ Awards приветствует эффективную командную работу при создании эффективных проектов. Необходимо указать всех креативных и стратегических партнеров, которые внесли свой вклад в проект. Вспомните всех ваших партнеров – клиентов, агентств (полного цикла, digital, медиа, performance, event и т.д.), СМИ, ритейлеров и т.д.

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИЯХ

Вы можете указать 1 (обязательно) или 2 (если применимо) Клиента.
Вы можете указать 1 (обязательно) или 2 (если применимо) Основных Агентства.
Вы можете указать до 4-х Вспомогательных Агентств, если это применимо.

Информация из данного раздела будет использоваться в случае прохождения в финал конкурса – она появится на статуэтках и сертификатах E+ Awards, в списке победителей E+ Awards 2027 и будет использована для расчета рейтинга эффективности.

Обратите внимание, что основные и вспомогательные агентства получают разное количество баллов в рейтинге эффективности.
Подробнее о Рейтинге Эффективности.

Мы настоятельно рекомендуем связаться с PR отделами всех компаний, указанных в заявке, чтобы убедиться в том, что названия клиентов и агентств указаны правильно.

Указывайте РЫНОЧНОЕ название компаний, именно оно будет использовано для гравировки статуэтки и публикации рейтинга. Обратите внимание на пунктуацию (кавычки, точки), е/ё, язык написания компании и согласуйте написание. Если ваша компания подает несколько заявок на конкурс, ее написание в каждой заявке должно быть одинаковым.

Правильно	E+ Awards ИЛИ E+ Awards Russia
Неправильно	ООО «Бизнес Эвордс», Бизнес Эвордс

ИНФОРМАЦИЯ О РАЗРАБОТЧИКАХ

Вы можете указать до 10 разработчиков, которые внесли вклад в проект. Укажите основных членов команды клиента и агентства и проверьте правильность написания их имен.

Обращаем внимание, что информацию о разработчиках для публикации на сайте необходимо указать в разделе «Физические лица». Коллеги, упомянутые как контактное лицо в разделах «Клиент» или «Агентство», не включаются в список разработчиков на сайте в случае прохождения заявки в финал.

После наступления дедлайна по подаче заявок дополнительные изменения могут быть внесены только после согласования с организаторами и за дополнительную плату в размере 30 000 руб. + НДС. Поэтому мы советуем вам убедиться, что все разработчики перечислены и все имена написаны правильно ДО подачи заявки.

РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Рейтинг эффективности E+ Awards определяет и ранжирует наиболее эффективные агентства и компании путем анализа данных о финалистах и победителях E+ Awards. Места в рейтинге распределяются согласно количеству набранных баллов.

Участники рейтинга

Все финалисты (шорт-лист) и победители E+ Awards имеют возможность попасть в рейтинг. Рейтинг эффективности E+ Awards позволяет оценить идеи, которые действительно работают, и агентства, которые реализуют наиболее эффективные рекламные кампании.

Основные агентства vs. Вспомогательные агентства

При подсчете баллов вспомогательные агентства (агентства, оказавшие помощь в работе над проектом) получают половину баллов, начисляемых основному агентству / основным агентствам. Баллы по умолчанию начисляются каждой уникальной компании, указанной в качестве Клиента, Основного Агентства или Вспомогательного Агентства в заявке. Баллы могут быть начислены группе компаний, к которой относятся указанные бренды или агентства, при обращении участника к организаторам не позднее 05 марта 2027 года.

СТРУКТУРА БАЛЛОВ

Клиенты и основные агентства получают за каждый проект:

● Гран-при	12 баллов
● Золотой победитель	8 баллов
● Серебряный победитель	6 баллов
● Бронзовый победитель	4 баллов
○ Финалист	2 балла

Вспомогательные агентства получают за каждый проект:

● Гран-при	6 баллов
● Золотой победитель	4 балла
● Серебряный победитель	3 балла
● Бронзовый победитель	2 балла
○ Финалист	1 балл

Рейтинг эффективности E+ Awards составляется на основании результатов конкурса одного года и не суммируется по совокупности лет.

РЕЙТИНГ ЭФФЕКТИВНОСТИ IMPACT

Рейтинг эффективности Impact премии E+ Awards определяет и ранжирует наиболее эффективные агентства, компании и НКО путем анализа данных о финалистах и победителях премии категории Impact премии E+ Awards. Места в рейтинге распределяются согласно количеству набранных баллов.

Участники рейтинга

Все финалисты (шорт-лист) и победители категории Impact E+ Awards имеют возможность попасть в рейтинг. Рейтинг эффективности Impact премии E+ Awards позволяет оценить компании, НКО и агентства, наиболее успешно и эффективно реализующие рекламные кампании на социальные и экологические темы.

Основные агентства vs. Вспомогательные агентства

При подсчете баллов вспомогательные агентства (агентства, оказавшие помощь в работе над проектом) получают половину баллов, начисляемых основному агентству / основным агентствам. Баллы по умолчанию начисляются каждой уникальной компании, указанной в качестве Клиента, Основного Агентства или Вспомогательного Агентства в заявке. Баллы могут быть начислены группе компаний, к которой относятся указанные бренды или агентства, при обращении участника к организаторам не позднее 05 марта 2027 года.

СТРУКТУРА БАЛЛОВ

Клиенты и основные агентства получают за каждый проект:

Гран-при	12 баллов
Золотой победитель	8 баллов
Серебряный победитель	6 баллов
Бронзовый победитель	4 баллов
Финалист	2 балла

Вспомогательные агентства получают за каждый проект:

Гран-при	6 баллов
Золотой победитель	4 балла
Серебряный победитель	3 балла
Бронзовый победитель	2 балла
Финалист	1 балл

Рейтинг эффективности Impact E+ Awards составляется на основании результатов конкурса одного года и не суммируется по совокупности лет.

ПРАВИЛА ПУБЛИКАЦИИ И БАЗА ДАННЫХ ПРЕМИИ

Правила публикации

E+ Awards выступает за популяризацию практик эффективного маркетинга, что, на наш взгляд, способствует целям просвещения и развития индустрии. Ваша открытость и желание делиться своими проектами-победителями с рынком также будет способствовать указанной цели.

Публикации в случае прохождения заявки в финал подлежат:

- Информация об участниках и разработчиках;
- Ваши креативные материалы (ролик или презентация, иллюстрация проекта);
- Краткое описание проекта и сообщение об эффективности

База данных Премии:

Все больше участников конкурса E+ Awards хотят делиться своими заявками с индустрией.
Мы приветствуем эту открытость, поэтому создали Базу данных лучших маркетинговых кейсов конкурса E+ Awards за всю его историю.
База данных создана с целью информировать, обучать и вдохновлять индустрию примерами прекрасных работ, представленных на конкурс.

Мы надеемся, что и ваш проект, став финалистом конкурса, займет достойное место в базе данных среди других выдающихся кейсов.

1) База данных - совокупность Заявок (Материалов Заявок), принявших участие в Премии, собранных и систематизированных таким образом, чтобы Материалы Заявок могли быть найдены и обработаны с помощью электронной вычислительной машины. Изготовителем Базы данных является ООО «Бизнес Эвордс».

2) Мы понимаем, что работы участников могут содержать конфиденциальную информацию, поэтому в заявке вы должны будете выбрать одну из предложенных опций:

   - ☐ Разрешаю включить в Базу данных заявку и креативные материалы

   Если на момент подачи заявки вы не уверены в том, что можете предоставить полный доступ к вашей заявке для целей образования и развития индустрии, то вы можете выбрать вариант(ы) доступа, который мы сможем использовать, в случае выхода вашей заявки в финал:

   - ☐ Разрешаю включить в Базу данных только Креативные материалы
   - ☐ Разрешаю включить в Базу данных только текст заявки
   - ☐ Разрешаю включить в Базу данных отредактированную заявку (отправим на редактирование при прохождении заявки в финал)

3) Подавая Заявку на участие в Премии, Участник в объеме, определяемом самим Участником при заполнении Заявки (см. выше), предоставляет Изготовителю Базы данных на условиях безвозмездной простой неисключительной лицензии согласие на использование Материалов Заявки в целях изготовления Базы данных и оказания услуг по организации и предоставлению доступа к Материалам Заявки неограниченному кругу лиц, в том числе следующими способами:

   - включение Материалов Заявки в состав Базы данных;
   - воспроизведение и распространение Материалов Заявки путем предоставления пользователям Базы данных возможности просмотра, скачивания и копирования материалов в электронном формате;
   - изготовление с использованием Материалов Заявки аналитических, статистических, учебных и иных информационных продуктов и их распространение неограниченному кругу лиц;
   - воспроизведение электронных копий Материалов Заявки в архивных целях и хранение таких архивных копий.

ПРАВИЛА ПУБЛИКАЦИИ И БАЗА ДАННЫХ ПРЕМИИ

4) ООО «Бизнес Эвордс» вправе распространять Базу данных и предоставлять доступ к включенным в ее состав Материалам Заявки неограниченному кругу лиц в сети Интернет, в том числе на возмездной (платной) основе путем заключения с третьими лицами возмездных договоров, лицензий, подписок и иных соглашений о предоставлении доступа к Базе данных, без выплаты участнику какого-либо вознаграждения.

5) Подавая Заявку на участие в Премии Участник заверяет:
   - что обладает всеми правами и разрешениями, необходимыми для использования Материалов Заявки для целей участия в Премии, включения в Базу данных и использования в составе Базы данных;
   - что Материалы Заявки не нарушают законодательство Российской Федерации, общепринятые нормы морали и нравственности, не содержат призывов и пропаганды экстремистской деятельности, наркотических средств, порнографии, а также иной информации, распространение которой запрещено или ограничено законодательством Российской Федерации.

6) Согласие предоставляется участником без ограничения территории использования на весь срок действия исключительных прав. Участник понимает и соглашается, что отзыв и/или удаление Материалов Заявки, включенных в состав Базы данных или использованных при создании информационных продуктов, может быть невозможным либо связанным со значительными издержками, и Изготовитель не гарантирует техническую и/или фактическую возможность такого отзыва/удаления.

7) При изготовлении и использовании Базы данных Изготовитель обязан соблюдать положения действующего законодательства Российской Федерации.

8) Изготовитель самостоятельно:
   - определяет структуру и функционал Базы данных;
   - организует работы по сбору Базы данных, обработке и расположению составляющих ее материалов, определяет состав и перечень Заявок, включаемых в Базу данных;
   - обнародует Базу данных, определяет формы и способы ее использования и предоставления доступа к ней третьим лицам;
   - обеспечивает работоспособность Базы данных, включая создание либо приобретение прав на необходимое программное обеспечение;
   - принимает, обрабатывает и разрешает запросы, предложения и претензии лиц, использующих Базу данных.

9) Изготовитель не вправе вносить изменения в содержание Материалов Заявки, включаемых в Базу данных. Материалы представляются в составе Базы данных в том виде, в котором Участник представил их для участия в Премии. В отдельных случаях Изготовитель вправе включить в состав Базы данных вместо Материалов Заявки описание Маркетингового проекта в формате справки или рассказа о проекте.

10) База данных используется и/или может использоваться под наименованием (обозначением) **«Библиотека кейсов»** (англ. **«Case Library»)**, ранее для обозначения Базы данных также использовалось наименование **«Каталог победителей»**. Указанные наименования относятся к одной и той же Базе данных, предусмотренной настоящим разделом Положения. Изготовитель вправе в дальнейшем изменять наименование (обозначение) Базы данных без дополнительного согласования с участниками.

ВОПРОСЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Письменная заявка – это единственная часть материалов, которая содержит конфиденциальную информацию. По этой причине письменная заявка – единственный материал, включенный в политику конфиденциальности конкурса. Креативная часть проекта (ролик, имиджи), описание проекта, заявление об эффективности не включают конфиденциальную информацию и будут демонстрироваться различными способами в случае, если ваш проект станет победителем или финалистом конкурса.

Все представленные материалы должны быть оригинальными или вы должны обладать полными правами на их предоставление на использование в рамках конкурса, а также включение в базу данных кейсов. Если вы не являетесь правообладателем представляемых на конкурс материалов, вам необходимо обязательно указать сведения о правообладателях.

Вопросы конфиденциальности в письменной заявке

Процессы подачи заявки и судейства E+ Awards разработаны таким образом, чтобы предоставить участникам возможность эффективно представить свою работу и при этом гарантировать полную конфиденциальность данных.

Судьи

Оценка работ судьями производится по четкому протоколу и под чутким руководством модераторов E+ Awards. Судьи подписывают Соглашения о конфиденциальности до начала работы. Судьи не имеют права забирать материалы из помещения, где проводятся заседания, не имеют права делать фотографии и скриншоты материалов во время онлайн-судейства. Судьи распределяются по судейским группам таким образом, чтобы исключить возможность конфликта интересов. Например, если судья в данный момент или в последние 3 года работал в индустрии напитков, такой судья не будет рассматривать проекты этой индустрии.

Коэффициентная информация vs абсолютные цифровые значения

В дополнение к указанным выше мерам по недопущению разглашения конфиденциальных данных, мы предусмотрели еще один механизм защиты: участники при заполнении заявки могут проставлять процентную или коэффициентную информацию вместо абсолютных цифр, которые, таким образом, раскрыты не будут. Кроме того, если участник выберет опцию не публиковать письменную заявку в том виде, в котором она была представлена на конкурс, только судьи увидят представленную в ней информацию в неотредактированном виде.

ВОПРОСЫ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

Конфиденциальность креативных материалов

Предоставляя свой проект для участия в конкурсе, вы автоматически разрешаете E+ Awards копировать, воспроизводить и демонстрировать креативные материалы, описание проектов и заявление об эффективности в контексте вашего проекта в образовательных целях и в целях популяризации конкурса.

Креативные материала, описание проекта и заявление об эффективности могут быть опубликованы в Базе данных, в социальных сетях E+ Awards, на Интернет-сайте E+ Awardsв пресс-релизах, новостных рассылках, программах и конференциях, мероприятиях E+, а также Церемониях награждения

Креативные материалы, представленные участниками конкурса E+ Awards, включают в себя 3-х минутное видео или презентацию и изображения в формате jpg/png/psd.

Описанием проекта является краткое резюме вашей работы из не более чем 90 слов.
Конкурсанты не должны включать в эти материалы конфиденциальную информацию.

Вопросы конфиденциальности в ролике / презентации

Участникам необходимо продемонстрировать примеры комплексной креативной работы, которая была реализована на соответствующем рынке. В ролике не должна использоваться конфиденциальная информация.

Участники имеют право презентовать все элементы креатива в ролике. В исключительных случаях E+ Awards может рассмотреть запросы на публикацию отредактированного видео. Такие запросы могут быть приняты к рассмотрению в случае, если проект вошел в финал конкурса. Ролики проектов, не прошедших в финал, рассматриваются только судьями и не публикуются.

Вопросы конфиденциальности в описании проекта и заявлении об эффективности

Участникам не рекомендуется добавлять какую-либо конфиденциальную информацию в описание проекта и заявление об эффективности. Описание проекта и заявление об эффективности должны быть написаны в формате и стиле для публикации.

ФОРМА АВТОРИЗАЦИИ

Подавая проект на конкурс, вы соглашаетесь со следующими правилами, и ваше согласие является необходимым условием для участия в конкурсе (есть в пакете документов).

1. Все материалы, переданные на конкурс, могут использоваться E+ Awards для целей проведения конкурса, его популяризации. Если материалы переданы на материальных носителях, такие носители являются собственностью E+ Awards и не возвращаются.

2. Вы соглашаетесь с правилами публикации, приведенными выше.

3. Вы заверяете и гарантируете, что предоставленные на конкурс работы созданы вами (вашей организацией), либо вы представляете работы на конкурс по поручению и в интересах того лица, которое их создало. Предоставление материалов на конкурс и использование их в конкурсе, в том числе путем публикации, как это указано выше, не нарушает личные неимущественные и имущественные права третьих лиц, в том числе авторов, исполнителей и иных правообладателей. Если вследствие участия проекта в конкурсе, а также использования материалов проекта по правилам конкурса, в адрес E+ Awards будут предъявлены любые претензии или иски со стороны третьих лиц, вы обязуетесь разрешать такие претензии и иски своими силами и за свой счет, оказывать всестороннюю поддержку E+ Awards в решении претензий и исков, а также обязуетесь компенсировать E+ Awards причиненные убытки в полном объеме.

4. Вы заверяете и гарантируете, что когда это необходимо в силу закона или соглашения, вы получили все необходимые разрешения на использование изображений от всех лиц, чьи изображения используются в составе материалов проекта, включая актеров, моделей, владельцев имущества, изображенного в работах, и т.д. Вы должны немедленно сообщить E+ Awards о любых требованиях и ограничениях в отношении использования проекта, заявляемых указанными лицами. Если в адрес E+ Awards будут предъявлены любые претензии или иски со стороны указанных лиц, вы обязуетесь разрешать такие претензии и иски своими силами и за свой счет, оказывать всестороннюю поддержку E+ Awards в решении претензий и исков, а также обязуетесь компенсировать E+ Awards причиненные убытки в полном объеме.

5. Вы заверяете и гарантируете, что вся информация, приведенная в заявке, является правдивой и достоверной и иллюстрирует задачи и результаты проекта, а также, что результаты относятся к периоду между «01» января 2026 года и «31» декабря 2026 года.
Исключение – номинация Устойчивый успех, в которой необходимо предоставить результаты за 3+ лет, и сезонные новогодние кампании.

Факт подачи заявки означает разрешение на включение данных, содержащихся в ней, в массив данных E+ Awards в исследовательских целях, которые не нарушают условия конфиденциальности.

6. Вы заверяете и гарантируете, что указали всех партнеров, принимавших участие в создании проекта, представленного в заявке.

7. После того, как заявка отправлена, редактировать ее можно только за дополнительную плату и при условии согласования со стороны E+ Awards. Размер платы за редактирование одного раздела заявки составляет: 30 000 руб. + НДС. После 05 марта 2027 года редактировать можно только раздел «Инфо об участниках».

8. Любые решения E+ Awards относительно конкурса окончательны и обжалованию не подлежат.

9. Если вы откажетесь от участия в конкурсе по любым причинам, уплаченный регистрационный взнос возвращен не будет. Если вы откажетесь от любых услуг, заказанных в рамках проведения конкурса, денежные средства уплаченные в счет оплаты таких услуг возвращены не будут. Отказом от участия в конкурсе признается, в том числе, непредставление в установленные сроки заявки в полном объеме. Возврат уплаченных денежных средств возможен исключительно в случае переплаты или неверного списания.

ПРОЦЕСС ОЦЕНКИ ЗАЯВОК

Ваша заявка будет оцениваться ведущими профессионалами индустрии. Эксперты помогают нам не только выявить самые эффективные проекты, но и сформировать общие выводы для всего рынка.

Заявки оцениваются в 2 тура судейства, в течение которых судьи рассматривают и оценивают регистрационную форму и креативные материалы (видео/ презентацию). Оценка выставляется анонимно и индивидуально. По каждому рассмотренному проекту судьи оставляют специальный отзыв, доступ к которому можно получить, заказав **Обратную связь.**

E+ Awards делит судей на группы таким образом, чтобы максимально исключить возможность конфликта интересов. Например, если судья в данный момент или в последние 3 года работал в индустрии напитков, такой судья не будет рассматривать проекты из этой индустрии. Именно поэтому для участников критически важно предоставить рыночный и индустриальный контекст в заявке - чтобы судьи смогли понять амбициозность целей и значимость результатов относительно категории.

	В обоих турах судейства судьи выставляют оценки по пяти критериям эффективности E+ Awards:	**Для заявок категории Креативная эффективность и в номинации категории Impact “Creative for Change”**
Контекст + вызов + цели	20%	10%
Идея и ее реализация	20%	30%
Стратегия	20%	20%
Результаты	30%	30%
Новое знание	10%	10%

Оценки судей определяют, какие заявки станут финалистами, а затем - какие финалисты станут золотыми, серебряными или бронзовыми победителями E+ Awards. Для финалистов и призеров есть общий проходной балл, именно поэтому в номинации может быть один или несколько победителей любого ранга, а может не быть призеров вовсе, вне зависимости от количества финалистов. Золотые победители с наивысшими баллами в своей номинации становятся номинантами на Гран-при, единственную и высшую награду в каждом сезоне. Номинанты на Гран-при рассматриваются Судейским комитетом для выбора шорт-листа на Гран-при, затем Гран-при выбирается составом Старших судей E+ Awards и становится эталоном эффективности года для всей индустрии. Мы рекомендуем членам команды вашего агентства и клиента поучаствовать в судействе E+ Awards. Участие в жюри – это ценный опыт, который позволяет погрузиться в конкурс, понять, как выбираются победители, а также почувствовать нашу приверженность критериям эффективности и правилам конфиденциальности.

Заполнить анкету кандидата в жюри или порекомендовать коллегу в состав жюри E+ Awards можно по ссылке.

ПОБЕДА НА E+ AWARDS

Победа на E+ Awards демонстрирует, что ваш проект – один из самых эффективных на рынке за рассматриваемый год, совмещает в себе проницательную стратегию, эффективный креатив и значимые результаты.

Победители будут объявлены на Церемонии награждения 20 апреля 2027 года и опубликованы на сайте E+ Awards. Каждый победивший проект получает по одному экземпляру награды. Названия клиентов и основных агентств будут выгравированы на всех наградах.

Награды (статуэтки) можно будет получить на церемонии награждения E+ Awards или после нее. По согласованию с оргкомитетом могут быть изготовлены (на платной основе) дубликаты статуэток для победивших проектов. На гравировку дубликата можно добавить вспомогательное агентство или разработчиков из указанного в заявке списка разработчиков.

Если ваш проект становится победителем или финалистом E+ Awards, в течение месяца после Церемонии вы можете выгрузить из личного кабинета электронный сертификат.

По запросу победитель конкурса может получить электронный значок. Он может быть использован победителем во всех средствах коммуникации: на сайте компании, в социальных сетях, корпоративных блогах, материалах в СМИ, в подписи в корпоративной почте и на других носителях.

ОБЩИЙ СПИСОК НОМИНАЦИЙ

Ниже приведен список всех номинаций конкурса.
С подробным описанием и рекомендованными KPI для каждой номинации можно ознакомиться на сайте или в документе Описание номинаций E+ Awards 2027

ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ:

Алкогольные напитки
Банки. Финансы. Страхование
Безалкогольные напитки
Букмекерство и лотереи
Гейминг и киберспорт
Государственные организации и программы
Гостиницы. Рестораны. Кейтеринг
Забота о животных
Клиники. Медицинские услуги
Красота. Косметика и парфюмерия
Культура и искусство
Логистика. Такси и курьерские услуги
Мероприятия
Мода. Стиль. Одежда. Украшения
Недвижимость. Строительство
Непродовольственные товары
Образование
Продукты питания
Промышленность
Розничная торговля
СМИ. Производители и распространители контента
Спорт, фитнес и ЗОЖ
Транспортные средства и сопутствующие товары
Телекоммуникации. Интернет
Товары для дома (мебель, интерьер)
Товары и услуги для детей
Туризм. Путешествия
Услуги для бизнеса
Фармацевтические препараты
Электроника и бытовая техника
E-commerce, маркетплейсы и агрегаторы
IT и Программное обеспечение

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ:

Бизнес-вызовы:
Антикризисный маркетинг
Брендированная продукция и мерч
Бренд работодателя
Давид против Голиафа
Запуск нового продукта или услуги
Кампании с мгновенным эффектом
Ребрендинг
Устойчивый успех
Brand Experience

Коллаборации:
Коллаборация брендов
Спонсорство
Спортивный маркетинг

Креативная эффективность:
Big Idea
Креативная рекламная кампания
Креативный спецпроект
Технологичный креатив

Локальный маркетинг:
Региональная кампания
International Success
Развитие территорий

Медиа:
Брендированный контент
Медиаинновация и медиаидея
Партнёрства с медиаканалами и площадками
Search & Performance Marketing
SMM и ORM

Ритейл-медиа и торговый маркетинг:
Online & e-commerce
In-Store & offline
Омниканальные кампании
Собственная торговая марка

Ситуативный маркетинг:
Реакция на событие или инфоповод
Сезонный маркетинг

Специальные аудитории:
Детский маркетинг
Молодёжный маркетинг
Зрелый возраст
Программы лояльности
Розничные инвесторы
Community Marketing

B2B-маркетинг:
Бренд и доверие
Развитие рынка и запуск новых решений
Привлечение и развитие клиентов

Influencer-marketing:
Influencer-marketing кампания
Influencer Co-Creation
Системный influencer-marketing
Кампании с микро- и нано-инфлюенсерами

Marketing Transformation:
Трансформация внутренних процессов и команды маркетинга
Трансформация клиентского опыта и модели отношений с покупателем

PR:
Эффективная PR-кампания
Корпоративная репутация и антикризисный PR
Продвижение государственных программ и инициатив

Impact:
Защита окружающей среды и устойчивое развитие
Коллаборации
Общество и устойчивое развитие. Бренды / Компании
Общество и устойчивое развитие. НКО
Общество и устойчивое развитие /Равенство возможностей (DE&I)
Ответственные PR-кампании
Creative for Change

Tech:
Лучшее использование данных
Лучший проект по геймификации
Технологическое партнёрство или коллаборация
Лучшее управление клиентским опытом, жизненным циклом и ценностью клиента с помощью применения технологий
Технологическая инновация в маркетинговом решении

Использование ИИ в маркетинге:
ИИ-технологии и контент
ИИ и автоматизация
Трансформация маркетинга с ИИ и технологиями

Специальные награды:
Rising Stars
Rising Stars Impact

СПЕЦИАЛЬНАЯ НАГРАДА RISING STARS

Rising Stars – специальная награда для проектов тех брендов, которые впервые принимают участие в конкурсе E+ Awards.

Таким образом мы хотим поощрить компании и команды за их открытость к диалогу на тему маркетинговой эффективности и готовность делиться своими проектами с индустрией.

Специальная награда присуждается в рамках дополнительного раунда судейства. Разработчики топ-10 заявок от брендов-первопроходцев, набравших наибольшее количество баллов в 1 туре, приглашаются на очную защиту своих проектов. Защита проходит в формате презентации и сессии вопросов от опытных судей конкурса.

Для того, чтобы стать претендентом на награду Rising Stars, нужно:

- подать заявку в одну из номинаций E+ Awards 2027
- отметить в заявке, что бренд принимает участие в конкурсе впервые

Во время защиты судьи также оценивают кейсы по критериям:

- смелость vs обстоятельства/амбициозность
- результат как главный фокус
- потенциал системного эффективного маркетинга

Оглашение лауреатов и награждение проходит на Церемонии награждения E+ Awards. Обладателей I места награждают статуэтками, а II и III — дипломами II и III степени.

СПЕЦИАЛЬНАЯ НАГРАДА RISING STARS IMPACT

Rising Stars Impact – специальная награда для проектов тех брендов и НКО, которые впервые принимают участие в категории Impact премии E+ Awards.

С помощью данной награды мы хотим дать стимул компаниям и некоммерческим организациям активнее работать со сложными социальными и экологическими темами и громче заявлять о своих проектах. Специальная награда присуждается в рамках дополнительного раунда судейства.

Разработчики заявок от брендов / НКО-первопроходцев, набравших наибольшее количество баллов в 1 туре, приглашаются на очную защиту своих проектов. Итоговое количество участников данной защиты определяется на основе общих результатов 1 тура категории Impact премии E+ Awards 2027.

Защита проходит в формате презентации и сессии вопросов от опытных судей категории Impact конкурса E+ Awards.

Для того, чтобы стать претендентом на награду Rising Stars Impact, нужно:
• подать заявку в одну из номинаций категории Impact премии E+ Awards 2027
• отметить в заявке, что ваш бренд / ваше НКО принимает участие в категории Impact впервые

Во время защиты судьи также оценивают кейсы по критериям:
• готовность к системной работе с затрагиваемой социальной / экологической проблемой
• влияние от работы с социально / экологически значимой проблемой на бизнес и бренд-метрики (для брендов) или влияние на объем привлеченных денежных средств (для НКО)

Оглашение лауреатов и награждение проходит на Церемонии награждения E+ Awards. Обладателей I места награждают статуэтками, а II и III — дипломами II и III степени.

ПИРАМИДЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ E+

Пирамиды эффективности E+ — это удобный инструмент, помогающий структурировать подход к KPI как на этапе планирования маркетинговых кампаний, так и при оформлении кейсов.
Пирамида ранжирует ключевые KPI для маркетинговых проектов и специализированных направлений, распределяя их по степени влияния на конечный бизнес-результат. Этот инструмент поможет заполнить заявку на конкурс и структурировать кейсы, чтобы показать судьям ценность проведенной кампании.

Рекомендуем воспользоваться пирамидой, соответствующей номинации, в которую подается ваш проект:

- **Левая часть пирамид** — для оценки эффективности любых маркетинговых b2c- и b2b-кампаний.

Правая часть адаптирована под кампании с разной спецификой:

- **Impact** — для оценки проектов, которые решают социальные и экологические проблемы через маркетинговые коммуникации.
- **Tech** — для проектов, связанных с внедрением инноваций и технологичных решений.
- **Креативная эффективность** — для оценки рекламных кампаний с высокой степенью влияния качества креативного решения (креативной идеи, визуального решения или др.) на конечный результат
- **PR** — для оценки PR-проектов

Пирамиды E+ используются при оценке судьями премии и в повседневной практике маркетологов.

Подробнее
о пирамидах
эффективности E+

ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ IMPACT

ОСНОВНОЙ КОНКУРС

БИЗНЕС-KPI

ROI
EBITDA
Продажи
Доля рынка

МАРКЕТИНГ-KPI

ROMI, Бренд KPI:
Показатели воронки бренда:
Осведомленность, Намерение купить / готовность рассматривать покупку, Trial, Usage, Предпочтение,
Показатели лояльности
Показатели конверсии:
Awareness/Trial и Trial/Usage
Улучшение имиджа бренда:
NPS, удовлетворенность, другие индексы лояльности

ТЕХНИЧЕСКИЕ И МЕДИА-KPI

CPT, CPA, CPC, Вовлеченность, CTR, Охват, Конверсия

IMPACT

SOCIAL IMPACT

Долгосрочные цели.
Изменение качества жизни, системных структур, поведенческих моделей и паттернов

SOCIAL OUTCOME

Среднесрочные цели.
Изменение существующих убеждений, стереотипов и отношения людей

SOCIAL OUTPUT

Краткосрочные цели.
Охваты и вовлечённость в коммуникацию о проблеме

ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ TECH

ОСНОВНОЙ КОНКУРС

ТЕСН

БИЗНЕС-KPI

ROI,
EBITDA,
Продажи,
Доля рынка

ROI,
EBITDA,
Продажи,
Доля рынка
Продуктивность /
Снижение затрат

МАРКЕТИНГ-KPI

ROMI, Бренд KPI:
Показатели воронки бренда:
Осведомленность, Намерение купить / готовность рассматривать покупку, Trial, Usage, Предпочтение, Показатели лояльности
Показатели конверсии:
Awareness/Trial и Trial/Usage
Улучшение имиджа бренда:
NPS, удовлетворенность, другие индексы лояльности

Стоимость
привлечения и удержания
Клиентов: CAC, CPO, CPA, CPL,
CRR, Churn, LTV, ARPU/ ARPA
Количество пользователей:
MAU / DAU
Характеристики удовлетворенности
Клиентов:
NPS, CSI, CSAT

ТЕХНИЧЕСКИЕ И МЕДИА-KPI

CPT, CPA, CPC, Вовлеченность, CTR,
Охват, Конверсия

CPT, CPC, Вовлеченность, CTR, Охват, Конверсия, MAU/DAU
технологический ROI, Бюджет, Сроки реализации проекта Параметры
реализованного решения (Time To Market, масштабируемость, воспроизводимость)

ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ КРЕАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ОСНОВНОЙ КОНКУРС

CREATIVE

БИЗНЕС-KPI

ROI
EBITDA
Продажи
Доля рынка

ROI
Продажи
Доля рынка

МАРКЕТИНГ-KPI

ROMI, Бренд KPI:
Показатели воронки бренда:
Осведомленность, Намерение купить, Trial, Usage, Предпочтение, Показатели лояльности
Показатели конверсии:
Awareness/Trial и Trial/Usage
Улучшение имиджа бренда:
NPS, удовлетворенность, др. Индексы лояльности

BHT-показатели,
Имиджевые метрики,
Ad Awareness, Brand Lift, Consideration, Likeability, Trial, Purchase intent, Memorability, Brand Loyalty, Retention, PR Value, Engagement, MAU / WAU / DAU, Заметность / Рост поисковых запросов, Brand perception, Perception gap**

ТЕХНИЧЕСКИЕ И МЕДИА-KPI

CPT, CPA, CTR, вовлеченность, охват, конверсия

Показатели тестирования и замеров креативов***, Ad recall, Виральный эффект (social buzz, объем цитирования, репосты, UGC, мем-органика и пр.), Показатели конверсии

*Стоимость привлечения клиента

**Разница между объективными показателями бренда/продукта и восприятием аудитории

***Результаты исследований – см. рекомендованные виды исследований в приложении к пирамиде

ПИРАМИДА KPI + КАТЕГОРИЯ PR

ОСНОВНОЙ КОНКУРС

БИЗНЕС-KPI

ROI
EBITDA
Продажи
Доля рынка

PR IMPACT

Долгосрочные цели.
Вклад в бизнес-результат

Продажи, целевые лиды, доля рынка, привлечение инвестиций, стоимость акций компании. Изменения в поведении, правовых нормах.

МАРКЕТИНГ-KPI

ROMI, Бренд KPI:
Показатели воронки бренда:
Осведомленность, Намерение купить / готовность рассматривать покупку, Trial, Usage, Предпочтение, Показатели лояльности
Показатели конверсии:
Awareness/Trial и Trial/Usage
Улучшение имиджа бренда:
NPS, удовлетворенность, другие индексы лояльности

PR OUTCOME

Среднесрочные цели.
Изменение отношения и поведения аудитории

Awareness, репутационные и бренд атрибуты, доверие, показатели лояльности (в динамике), рост поисковых запросов, NPS, репутационный индекс

PR

ТЕХНИЧЕСКИЕ И МЕДИА-KPI

CPT, CPA, CPC, Вовлеченность, CTR, Охват, Конверсия

PR OUTPUT

Краткосрочные цели.
Объем и качество размещения

Медиааналитика: публикации/упоминания, reach/OTS, Share of Voice (SOV), доля позитивных упоминаний, видимость и цитируемость бренда в AI-генерируемых ответах (нейровыдаче)
Качество размещения: вовлеченность (лайки/репосты/комментарии, UGC), медиарейтинги, индекс цитируемости