

Эта информация необходима для статистических и научных целей,
она не будет рассматриваться и оцениваться судьями

1. Выберите тип вашей кампании (можно выбрать один или несколько вариантов):

- B2B
- B2C
- B2G

2. Отметьте, к какой категории относится ваш продукт/услуга (можно выбрать один или несколько вариантов):

- Массовый сегмент
- Премиальный сегмент
- Luxury сегмент
- Не применимо

3. Special Recognition. Связан ли проект с одной из 17-ти Целей устойчивого развития?

Effie совместно с некоммерческим фондом PVBLC оказывает поддержку Программам ООН «Устойчивое развитие 2030» и «17 Целей Устойчивого Развития».

Дипломом Special Recognition Effie Russia награждает победителей отдельного тура судейства, проводимого в рамках программы «Устойчивое развитие» Effie. Чтобы претендовать на диплом победителя Special Recognition необходимо, дополнительно к заявке, заполнить анкету по Целям устойчивого развития.

- Да
- Нет

4. Исследование

4.1 . Выберите основной вид исследования, который был проведен для реализации кейса:

Один вариант ответа

- Тестирование коммуникаций
- Фокус-группы
- Нейромаркетинговые исследования

- Тестирование концепций позиционирования
- Стратегическое исследование (сегментирование, структурирование рынка, U&A)
- Трекинги
- Тестирование идей коммуникации (ранний этап)
- Не применимо
- Другое _____

4.2. Выберите все виды исследования, которые были проведены для реализации кейса:

Несколько вариантов ответа

- Тестирование коммуникаций
- Фокус-группы
- Нейромаркетинговые исследования
- Тестирование концепций позиционирования
- Стратегическое исследование (сегментирование, структурирование рынка, U&A)
- Трекинги
- Тестирование идей коммуникации (ранний этап)
- Не применимо
- Другое _____

5. Целевая аудитория

5.1. Выберите гендер вашей целевой аудитории:

- Женщины
- Мужчины
- Другое
- Не сегментировали ЦА по гендеру

5.2. Выберите возраст вашей целевой аудитории:

- Дети до 12 лет
- 13-17 лет
- 18-24 года
- 25-34 года
- 35-44 года
- 45-54 года
- 55-64 года

- 65+ лет
- Не применимо (не сегментировали ЦА по возрасту)

5.3. Тип целевой аудитории:

- Родители/ Семьи
- Инфлюенсеры бренда
- Работающие
- Не применимо
- Другое _____

6. Стратегический вызов / цели

6.1. Выберите все цели вашей кампании из представленного списка

Бизнес-цели

- Увеличение доли на рынке
- Увеличение / рост продаж
- IPO (первичное размещение акций)
- Выход на новые рынки / ниши
- Найм сотрудников
- Отношения с персоналом, мотивация персонала
- Привлечение финансирования
- Финансовые отношения / работа с акционерами

- Политические кампании
- Другое (укажите, что именно) _____

Маркетинговые цели

Общие

- Глобальное продвижение
- Поддерживающее мероприятие, выставка
- Рекламное спонсорство
- Рекламные мероприятия
- Другое (укажите, что именно) _____

Показатели воронки бренда

- Запуск бренда
- Увеличение узнаваемости
- Сохранение существующего пула потребителей
- Сохранение уровня цен в рамках класса «премиум»
- Увеличение онлайн-трафика, заказов
- Увеличение лояльности к бренду
- Другое (укажите, что именно) _____

Показатели конверсии

- Испытания / исследования
- Привлечение новых потребителей
- Привлечение и поддержка дистрибуцию
- Привлечение и поддержка поставщиков
- Другое (укажите, что именно) _____

Бренд-метрики / показатели имиджа

- Перезапуск бренда, репозиционирование
- Изменение имиджа бренда
- Создание ценности марки
- Создание / защита позиций бренда
- Создание / изменение имиджа компании
- Другое (укажите, что именно) _____

СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ / ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

- Социальные цели
- Экологические цели
- Социальные / экологические цели органов власти
- Другое (укажите, что именно) _____

7. Результаты

7.1. Выберите самые важные результаты вашей кампании

БИЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТЫ

- ROI
- Защита доли на рынке / остановка падения продаж
- Привлечение новых потребителей / увеличение доли на рынке
- Увеличение доли рынка
- Увеличение уровня дохода
- Увеличение уровня прибыли
- Другое (укажите, что именно) _____

МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- Изменение стратегического восприятия
- Изменение уровня узнаваемости
- Повышение лояльности потребителей к бренду
- Другое (укажите, что именно) _____

СОЦИАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ / ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА

- Социальные результаты
- Экологические результаты
- Социальные / экологические результаты органов власти
- Другое (укажите, что именно) _____

8. Конкуренты

8.1. Укажите названия основных конкурентов вашего бренда (не более трех).

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- Не применимо

8.2. Укажите компании, сотрудники которых не могут входить в команду судей для оценки вашей заявки (не более трех).

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- Не применимо

9. Прорыв

9.1. Считаете ли Вы, что ваша рекламная кампания стала прорывом года в категории?

- Да
- Нет

9.2. Отметьте, в чем заключается революционность вашего подхода:

- Новые технологии, использованные в кампании
- Новая целевая группа(ы)
- Новый взгляд на проблему/инновационная идея
- Новый взгляд на каналы продвижения
- Другое _____

10. Тренды. На ваш взгляд, какие тренды в бизнесе и маркетинге отражает данная рекламная кампания? (не более трех ответов)

- Agile / Real time-маркетинг
- Data-driven-маркетинг
- Performance-маркетинг
- Brand & Performance
- Здоровье & Благополучие & Ментальное здоровье
- Использование инфлюенсеров
- Интерактивный контент / Геймификация
- Молодежный маркетинг
- Маркетинг 55+
- Маркетинг со смыслом
- Персонализированный маркетинг / Микротаргетинг
- Маркетинговые технологии
- Человекоцентричная модель маркетинга
- Шеринговая экономика
- Экономика опыта и впечатлений
- Edutainment
- Коллаборация брендов
- Маркетинг экосистем
- Нейромаркетинг/поведенческая экономика