

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

1. ОТРАСЛЬ

1.1. Выберите отрасль вашего бренда. Если Вы сомневаетесь в выборе — пожалуйста, ознакомьтесь со [справочником отраслей](#)

- Авто- и мото
- Бизнес и промышленность
- Государственные институты и НКО
- Медиа и СМИ
- Напитки
- Одежда, обувь и аксессуары
- Отдых и развлечения
- Продукты питания
- Путешествия, транспорт, туризм
- Розничная торговля
- Сервисы и услуги Телекоммуникации
- Товары для дома и быта
- Товары по уходу за лицом и телом
- Фармацевтика и товары для здоровья
- Финансовые услуги

2. ТИП КАМПАНИИ

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

- B2B
- B2C
- B2G

3. ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Effie совместно с некоммерческим фондом PVBLC оказывает поддержку

Программам ООН «Устойчивое развитие 2030» и «17 Целей Устойчивого Развития»

3.1. Связан ли проект с одной из 17ти целей устойчивого развития?

- Да
- Нет

4. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

4.1. Выберите все целевые аудитории вашей кампании из представленного списка.

- Дети (до 12 лет включительно)
- Женщины
- Женщины (25-45)
- Инфлюенсеры бренда
- Матери
- Молодежь
- Мужчины
- Мужчины (25-45)
- Отцы
- Работающие
- Семьи
- Старшее поколение (45+)
- Другое (указать, что именно) _____

5. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЫЗОВ / ЦЕЛИ

5.1. 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) _____

6. РЕЗУЛЬТАТЫ

6.1. 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) _____

7. КОНКУРЕНТЫ

7.1. Укажите названия основных конкурентов вашего бренда (не более трех). Если конкурентов нет, укажите «Не применимо» в первом поле

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

7.2. Укажите компании, сотрудники которых не могут входить в команду судей для оценки вашей заявки (не более трех). Если таких нет, укажите «Не применимо» в первом поле

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

8. ТРЕНДЫ

8.1 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
- Здоровье & Благополучие
- Использование инфлюенсеров / Интерактивный контент / Геймификация
- Маркетинг 55+
- Маркетинг со смыслом
- Персонализированный маркетинг / Микротаргетинг
- Человекоцентричная модель маркетинга
- Шеринговая экономика
- Экономика опыта и впечатлений