



# WOW

**AWARDS**

wowawards.ru

## Регламент Премии 2017

REAL ESTATE PROFESSIONALS' ASSOCIATION  
**Рера**

Ассоциация профессионалов  
рынка недвижимости

# 1. О ПРЕМИИ

**1.1. WOW Awards** – это премия, определяющая лучшие рекламные проекты компаний по недвижимости, самый эффективный и эффективный креатив отрасли.

**1.2. Цель премии** – отметить лучшие проекты, интересные, креативные решения в области рекламного продвижения недвижимости, оценить высокий профессионализм участников и способствовать формированию современных стандартов в каждом сегменте рынка. В состав Экспертного совета – Жюри Премии входят ведущие специалисты по маркетингу и рекламе крупных девелоперских компаний, руководители рекламных агентств, издатели журналов рынка недвижимости, обладающие многолетним опытом работы и обширными знаниями в данной отрасли, ассоциации в области маркетинга.

**1.3.** Премия WOW Awards учреждена в 2012 г. и проводится в 2017 году в шестой раз по инициативе REPA. Это уникальное мероприятие, не имеющее аналогов на рынке недвижимости, увлекательное зрелище, место встречи и общения профессионалов рынка.

## 1.2. Задачи премии:

**WOW** Поощрение лучших специалистов и проектов в области маркетингового и рекламного продвижения на рынке недвижимости;

**WOW** Повышение профессионального уровня участников рынка;

**WOW** Консолидация рынка недвижимости;

**WOW** Формирование новых стандартов рекламного продвижения в сфере недвижимости.

## 2. Номинации WOW Awards-2017:

Категория	Номинация
«Печатная реклама»	Слоган
	Наружная реклама
	Рекламный модуль в печатном СМИ
	Буклет
«Мультимедиа»	Рекламный видеоролик
	Имиджевый видеоролик
	Презентационный видеоролик
	Радиореклама
«Интернет-продвижение»	Рекламный интернет-баннер
	Промо-сайт
	Корпоративный сайт
	Проект в соцсетях
«Продвижение»	Офис продаж
	Выставочный стенд
	EVENT
	Нестандартное продвижение
	Сувенирная продукция
«Позиционирование»	Брендинг объекта
	Бренд компании
	Рекламная кампания года
	Персона

### 3. График проведения 2017:

13 июня - 13 июля	Подача работ
20 июля - 16 августа	I тур голосования
24 августа	II тур голосования
7 сентября	Церемония награждения WOW Awards

\*Дата уточняется

### 4. Условия участия:

- 4.1. Подаваемые на конкурс работы должны представлять объекты, компании или услуги в сфере недвижимости;
- 4.2. К участию в конкурсе допускаются девелоперы и застройщики, а также компании, оказывающие услуги, связанные с рекламным продвижением в этой отрасли, в частности:
- Риэлторы
  - Консультанты
  - Управляющие компании
  - Архитекторы
  - Рекламные, коммуникационные и брендинговые агентства
  - Брокеры и другие компании, напрямую или косвенно связанные рынком недвижимости.
- 4.3. На соискание Премии может быть подан любой проект, который участвовал в рекламной кампании и был представлен на рынке в период с 1 июня 2016 г. по 1 июня 2017 г.
- 4.4. Конкурсант имеет право одновременно принять участие в нескольких номинациях, выставив на них разные работы.
- 4.5. **На соискание Премии можно подать не более 2-х\*\* заявок одного заказчика в каждую из номинаций. \*\*\***
- \*\* Расширение до 5 возможно в рамках рекламного пакета.
- \*\*\* При возникновении спорных вопросов, заказчик и исполнитель согласовывают подаваемые работы совместно. Приоритетным является решение заказчика.
- 4.6. **Конкурсант может подать работу из 1 рекламной кампании не более чем в 3 номинации** (номинации каналов коммуникации):

**СЛОГАН**

**НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА**

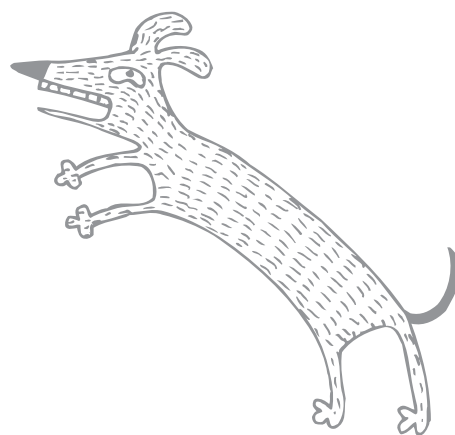
**РЕКЛАМНЫЙ МОДУЛЬ В ПЕЧАТНОМ СМИ**

**РЕКЛАМНЫЙ ИНТЕРНЕТ-БАННЕР**

**ПРОМО-САЙТ**

**ВИДЕОРОЛИК (имиджевый, рекламный или презентационный)**

**РАДИОРЕКЛАМА**



Показать масштабность рекламной кампании можно в номинации РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ ГОДА.

- 4.7. Конкурсантом может стать участник Экспертного совета Премии, но в этом случае он не может голосовать за работу своей компании в составе Экспертного совета Премии.
- 4.8. Конкурсант должен иметь все юридические и интеллектуальные права на подаваемую работу или письменное разрешение правообладателя.
- 4.9. Номинация, в которой будет представлена работа, определяется заявителем самостоятельно, в зависимости от её тематики и формы.
- 4.10. Работа должна соответствовать критериям номинации, утвержденным Экспертным советом Премии (представлены в регламенте ниже).
- 4.11. Оргкомитет Премии рассматривает возможность подачи работ на конкурс как от лица заказчика и/или исполнителя.
- 4.12. Подать заявку на участие можно через официальный сайт Премии [wowawards.ru](http://wowawards.ru), воспользовавшись разделом «Подать работу». При размещении заявки необходимо строго соблюдать все правила подачи работ, изложенные в регламенте.
- 4.13. Достоверность информации, указанной в заявках участников, может быть проверена организаторами Премии. В случае, если предоставленная участником информация окажется недостоверной, организационный комитет Премии вправе потребовать письменных объяснений от компании-участника и внесения изменений. В случае отсутствия объяснений в указанные сроки, организаторы Премии оставляют за собой право самостоятельно отредактировать либо снять заявку с конкурса.
- 4.14. После подачи каждая заявка проходит стадию модерации – проверку на соответствие критериям номинации. Модерацию осуществляет оргкомитет Премии, в случае возникновения спорной ситуации финальное решение о включении работы в конкурс принимает Экспертный совет Премии.
- 4.15. Номинации Премии делятся на категории: «Печатная реклама», «Мультимедиа», «Интернет-продвижение», «Продвижение», «Позиционирование».
- 4.16. При подаче работ на WOW Awards, независимо от того, кто подаёт работу, указывается как заказчик, так и исполнитель. По желанию заказчика:
  - о исполнитель может не раскрываться;
  - о может быть указан как якорный исполнитель рекламной кампании, так и непосредственный исполнитель данного проекта. Заказчик и исполнитель в случае победы получают статуэтки Премии. Любая заявленная третья сторона получает диплом.



## 5. Критерии номинаций:

### 5.1. Слоган *wow*

Лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, характеризующая бренд, услугу или продукт. Слоган должен быть ярким, оригинальным и эмоциональным, легко восприниматься визуально и на слух, быть понятным, не противоречить правилам грамматики (если это не является частью креатива).

#### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период выхода слогана и проект, к которому он был приурочен);
- Фотографии или графические изображения, где присутствует слоган, формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi).

### 5.2. Наружная реклама *wow*

В рамках данной номинации рассматриваются рекламные носители со статичным изображением: билборды, ситиборды любых размеров и форматов, крышные установки (исключая буквы, названия и логотипы), реклама на фасадах, щиты в метро. Наружная реклама должна легко восприниматься и привлекать внимание аудитории, быть понятной, запоминающейся, читабельной и информативной, чётко информировать ЦА о продукте и/или компании. Желательно, чтобы творческая идея была новой, оригинальной и неожиданной. Реклама не должна противоречить нормам социальной этики.

#### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период выхода рекламы и проект, к которому она была приурочена);
- Макет рекламы, формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi);
- Фотографии поверхностей (не менее трёх), где размещена реклама, формат – jpg или png (не менее 150 dpi).

### 5.3. Рекламный модуль в печатном СМИ *wow*

Рекламный модуль должен привлекать к себе внимание, быть читабельным и информативным, простым и понятным для восприятия, доносить основную мысль, фокусировать интерес на продукте и его позиционировании.

#### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период выхода модуля и проект, к которому он был приурочен);
- Макет модуля, формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi);
- Фотографии модуля в СМИ (не менее трёх), формат – jpg (не менее 150 dpi).

## 5.4. Буклет *WOW*

Информационное печатное издание (рекламный буклет, лифлет, брошюра), представляющее бренд, услугу или продукт. Буклет должен быть креативным и оригинальным, достаточно информативным и стилистически выдержанным. Он должен привлекать к себе внимание, содержать грамотные тексты, качественные изображения и отличаться высоким качеством верстки. Приветствуется широта предоставления информации, нестандартность и новизна формата, использование новых технологий и материалов.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период выхода буклета и проект, к которому он был приурочен);
- Макет издания, формат – pdf;
- Фотографии информационного издания: титульный лист и развороты (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

## 5.5. Рекламный интернет-баннер *WOW*

Рекламный интернет-баннер есть графическое или информационное сообщение, представляющее в интернете бренд, услугу или продукт. Он может быть как статичным, так и анимированным. Важно, чтобы интернет-баннер был читабельным и информативным, но, при этом, лаконичным, ярким, запоминающимся, ненавязчивым, но интригующим настолько, чтобы вызвать желание аудитории ознакомиться с информацией более подробно. Интернет-баннер должен иметь хорошее качество изображения.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период размещения интернет-баннера и проект, к которому он был приурочен);
- Макет баннера, формат – jpg, png или gif (не менее 150 dpi);
- Фотографии или скриншоты интернет-ресурсов с размещённым баннером (не менее трёх), формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi).

## 5.6. Промо-сайт *WOW*

Web-ресурс, основная задача которого – продажа товара, услуги или бренда в сети Интернет. Промо-сайт должен быть ярким, запоминающимся, информативным, иметь качественную визуализацию, простой и свободный доступ к информации, удобную навигацию и доступную систему сервиса, а также грамотное текстовое наполнение. Сайт должен ясно отражать суть проекта, доступно доносить информацию до аудитории, не быть перегруженным лишней информацией. Может быть оснащён качественно новыми интернет-сервисами для пользователей.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать дату открытия сайта и проект, к которому он был приурочен);
- Ссылка на работающий сайт;
- Фотографии или скриншоты сайта (не менее пяти) формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi).

## 5.7. Корпоративный сайт *wow!*

Web-ресурс, выполняющий функцию представительства компании в сети Интернет и наделённый уникальным стилем, современным и широким функционалом. Корпоративный сайт должен иметь качественную визуализацию, простую и понятную структуру, удобную навигацию и грамотное текстовое наполнение. Сайт должен подробно отражать деятельность компании и содержать актуальную достоверную информацию. Может быть оснащён качественно новыми интернет-сервисами для пользователей.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать дату открытия сайта и проект, к которому он был приурочен);
- Ссылка на работающий сайт;
- Фотографии или скриншоты сайта (не менее пяти) формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi).

## 5.8. Рекламный видеоролик *wow!*

Видеофильм, имеющий задачу продать определённый продукт. Видеоролик должен быть оригинальным, увлекательным, понятным и логичным, согласованным и гармоничным по сочетанию изображения и звука, социально корректным. Видеоролик должен привлекать внимание, доступно доносить информацию до аудитории, иметь качественный сценарий и технические характеристики. В рамках данной номинации рассматриваются видеоролики, демонстрируемые в сети Интернет и на ТВ.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период выхода ролика и проект, к которому он был приурочен);
- Ссылка на ролик, если он размещён в сети Интернет;
- Видеоролик, формат mp4 или mpeg (разрешение 1280x720 или 1920x1080), хронометраж – до 120 сек;
- Фотографии или скриншоты ролика в состоянии показа (не менее трех), формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi).

## 5.9. Имиджевый видеоролик *wow!*

Видеофильм, направленный на формирование определённого имиджа компании как среди сотрудников, так и среди клиентов. Видеоролик должен быть оригинальным, увлекательным, понятным и логичным, согласованным и гармоничным по сочетанию изображения и звука, социально корректным. Видеоролик должен привлекать внимание, доступно доносить информацию до аудитории, иметь качественный сценарий и технические характеристики. В рамках данной номинации рассматриваются видеоролики, демонстрируемые в сети Интернет, на ТВ и на различных медиа-поверхностях.

### Форма предоставления материалов

- Фотографии или скриншоты ролика в состоянии показа (не менее пяти), формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi);



- Ссылка на ролик в сети Интернет;
- Видеоролик, формат mp4 или mpeg (разрешение 1280x720 или 1920x1080).

## 5.10. Презентационный видеоролик *WOW*

Видеофильм, направленный на презентацию и формирование определённого имиджа объекта как среди покупателей, так и среди представителей СМИ. Видеоролик должен быть оригинальным, увлекательным, понятным и логичным, согласованным и гармоничным по сочетанию изображения и звука, социально корректным. Видеоролик должен привлекать внимание, доступно доносить информацию до аудитории, иметь качественный сценарий и технические характеристики. В рамках данной номинации рассматриваются видеоролики, демонстрируемые в сети Интернет, на ТВ и на различных медиа-поверхностях.

### Форма предоставления материалов

- Фотографии или скриншоты ролика в состоянии показа (не менее пяти), формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi);
- Ссылка на ролик в сети Интернет;
- Видеоролик, формат mp4 или mpeg (разрешение 1280x720 или 1920x1080).

## 5.11. Радиореклама *WOW*

Медиа-сообщение, имеющее определённые временные рамки. Радиоролик должен быть увлекательным, оригинальным, любопытным, убедительным, позитивным, не должен противоречить нормам социальной этики. Радиореклама должна привлекать внимание аудитории, доступно доносить информацию, идентифицироваться с продуктом или компанией, иметь качественный сценарий и обеспечивать комфортное звуковое восприятие.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать период выхода ролика и проект, к которому он был приурочен);
- Аудиоролик, формат mp3, хронометраж – до 30 сек.

## 5.12. Офис продаж *WOW*

Специально оборудованное помещение или объект, предназначенный для общения покупателей с представителями компании по реализации проекта. Правильно организованный офис продаж должен иметь удобное месторасположение, подъездные пути и места для парковок, доступную навигацию, современный качественный интерьер. Офис продаж должен быть комфортабельным, функциональным и технически оснащённым, обладать высоким уровнем сервиса, располагать достаточным количеством информационных и демонстрационных материалов для предоставления клиентам полной информации о компании и рекламируемом проекте.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Презентация офиса продаж (дата открытия, месторасположение, название объекта, описание в соответствии с вышеприведенными требованиями, информация, которую участник считает необходимым сообщить дополнительно). Формат материала – pdf;



- Фотографии офиса продаж (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

### 5.13. Сувенирная продукция *wow*

Корпоративные или промо-сувениры, выпущенные в срок подачи работ. Сувенир должен привлекать внимание, пробуждать интерес и нести положительный имидж. В основе должна лежать оригинальная идея и востребованный функционал.

#### Форма предоставления материалов:

- Краткое описание (название и дата изготовления, тираж, назначение (если оно не очевидно), к какому объекту приурочено, информация, которую участник считает нужным сообщить дополнительно). Формат материала – ppt или pdf;
- Фотографии сувениров (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

### 5.14. Выставочный стенд *wow*

Техническое сооружение или совокупность элементов и предметов, размещённых на выставочной площади. Выставочный стенд должен привлекать внимание, пробуждать интерес и нести положительный имидж. Он должен иметь интересное архитектурное решение, оригинальный дизайн и оформление, гармоничное сочетание всех составляющих (конструкции, дизайн, макеты), чётко ориентировать аудиторию на рекламируемый продукт или компанию, иметь рациональное зонирование, быть функциональным и удобным для общения с посетителями.

#### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (название и дата мероприятия, описание стенда (из чего состоял), информация, которую участник считает необходимым указать дополнительно);
- Фотографии стенда (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

### 5.15. Event *wow*

Массовые мероприятия, направленные на продвижение компаний, услуг, товаров и брендов с помощью красочных и запоминающихся событий, взаимодействия и восприятия Event должен быть интересным, впечатляющим и запоминающимся, а также развлекательным, познавательным или полезным для аудитории с практической точки зрения. Мероприятие должно характеризоваться увлекательной тематикой, качественным сценарием и профессиональным исполнением. В рамках данной номинации рассматриваются форматы BTL-акций, презентаций, мероприятий для прессы, деловых мероприятий, обучающих семинаров.

#### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Презентация мероприятия (дата проведения, место, формат, название, тематика, цель проведения, целевая аудитория, количество посетителей, полученный результат). Формат материала – pdf;
- Фотографии с мероприятия (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

## 5.16. Нестандартное продвижение *WOW*

Оригинальный нетрадиционный подход, основанный на новых действенных маркетинговых инструментах, инновациях, удачных ноу-хау, нацеленных на эффективное продвижение бренда, услуги или продукта. В качестве методов нестандартного продвижения могут быть рассмотрены продакт-плейсмент, мобильные приложения, партизанский маркетинг и пр.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Презентация (период реализации, описание формата, область распространения, характеристики и механизмы/методики продвижения, эффект и достижения, информация, которую считаете необходимым сообщить дополнительно). Формат материала – pdf;
- Фотографии или графические изображения проекта, формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi).

## 5.17. Брендинг объекта *WOW*

В номинации оценивается совокупность айдентики объекта недвижимости, направленная на создание его положительного имиджа, увеличения уровня узнаваемости, привлекательности объекта для потребителя.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Описание бренда объекта в виде брендбука (в описании необходимо указать период реализации и объект, к которому он был приурочен), формат материала – pdf;
- Фотографии объекта и рекламно-информационных материалов с использованием элементов бренда объекта (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi);
- В кратком описании заявки необходимо добавить бренд-платформу с описанием позиционирования.

## 5.18. Бренд компании *WOW*

Совокупность элементов и атрибутов, обеспечивающая широкую известность компании, влияющая на её узнаваемость и создание положительного имиджа в обществе, служащая для потребителя определённым гарантом ожидаемого качества. Образ фирмы, дающий возможность выделить свой продукт на фоне аналогичных товаров или услуг. Успешный бренд является средством обеспечения конкурентоспособности и повышения лояльности потребителей, способствует формированию благоприятной репутации, определяет статус компании на рынке и влияет на её коммерческий результат.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Описание бренда компании в виде презентации или брендбука (в описании необходимо указать период реализации), формат материала – pdf;
- Фотографии рекламно-информационных материалов с использованием элементов бренда компании (не менее десяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

## 5.19. Рекламная кампания года **WCI**

Совокупность рекламных мероприятий, нацеленных на продвижение бренда, услуги или продукта, в рамках единой программы, рассчитанной на конкретную ЦА, определённые временные рамки и зону охвата, комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, объединённых общей целью, идеей, единым фирменным стилем и общим бюджетом.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Презентация рекламной кампании (описание программы, период реализации, область распространения, каналы, на какую аудиторию была направлена, характеристики и механизмы/методы продвижения, эффект и достижения, информация, которую участник считает необходимым сообщить дополнительно). Формат материала – pdf;
- Фотографии элементов рекламной кампании (не менее десяти), формат – jpg (не менее 150 dpi).

## 5.20. Проект в соцсетях **WCI**

В данной номинации рассматриваются как отдельные проекты участников рынка недвижимости в соцсетях (Facebook, Вконтакте, Одноклассники, Instagram и др.), так и части рекламных кампаний. Также могут номинироваться странички компаний/объектов и другое в соцсетях.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Презентация проекта (описание программы, период реализации, область распространения, соцсети, на какую аудиторию была направлена, характеристики и методы продвижения, эффект и достижения, информация, которую участник считает необходимым сообщить дополнительно). Формат материала – pdf;
- Фотографии элементов рекламной кампании (не менее десяти), формат – jpg (не менее 150 dpi);
- Ссылки на соответствующие страницы и/или отдельные посты;
- Аналитика.

## 5.21. Персона **WCI**

В данной номинации рассматриваются опытные специалисты сферы маркетинга и рекламы, обладающие высоким уровнем профессионализма, внесшие значительный вклад в развитие своей компании (с 1 июня 2016 г. по 31 мая 2017 г.) и получившие признание рынка в качестве эксперта в своей области.

### Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Презентация кандидата (ФИО, должность, краткая биография и описание деятельности, профессиональные достижения, награды, вклад в развитие компании за последний год работы, обоснование, почему кандидат может быть номинирован на премию, любая дополнительная информация), формат материала – pdf;
- Фотография кандидата, формат – jpg (не менее 150 dpi).

## 6. Голосование и выбор победителя

- 6.1. В целях обеспечения объективности, конкурсом предусмотрена двухуровневая система голосования:
  - 6.1.1. **I этап**

Определение финалистов конкурса: в результате online-голосования Жюри первого этапа в каждой номинации остается тройка лидеров.
  - 6.1.2. **II этап**

Жюри второго этапа выбирает единственного победителя в каждой номинации из тройки лидеров, отобранных в I этапе.
- 6.2. В голосовании могут принять участие только представители Экспертного совета (Жюри);
- 6.3. Каждый участник Экспертного совета получает персональный доступ в личный кабинет на сайте <http://www.wowawards.ru/>, который использует для голосования;
- 6.4. Конкурсная работа становится доступной для голосования после прохождения этапа модерации. Голосование начинается после окончания срока приёма всех работ, с официально объявленной даты;
- 6.5. На момент голосования в личном кабинете каждого члена Жюри первого этапа размещаются все конкурсные работы (и персоны), которые ему необходимо оценить по десятибалльной шкале, где 1 – это очень плохо, 10 – отлично, по двум равноценным категориям: креатив и исполнение; по итогам голосования каждая конкурсная работа получает одну оценку (рассчитывается как средний балл по обеим категориям).
- 6.6. Три работы из каждой номинации, набравшие максимальный средний балл, попадают в финал;
- 6.7. Каждая работа, попавшая в финал конкурса, проходит второй этап голосования, в рамках которого Жюри второго этапа оценивает финалистов по десятибалльной шкале, где 1 – это очень плохо, 10 – отлично, по двум равноценным категориям: креатив и исполнение; по итогам голосования каждая конкурсная работа получает одну оценку (рассчитывается как средний балл по обеим категориям).
- 6.8. В Жюри первого этапа входят специалисты по рекламе и маркетингу, работающие на рынке недвижимости, либо так или иначе связанные с ним. В Жюри второго этапа входят независимые эксперты, общепризнанные лидеры мнений в области маркетинга и рекламы, напрямую не работающие на рынке недвижимости;
- 6.9. Голосование первого тура проводится путем закрытого онлайн-голосования. Каждый член Жюри получает доступ в личный кабинет и не видит оценок других членов Жюри;
- 6.10. Допускается попадание в финал четырёх и более работ при условии одинакового количества набранных баллов;
- 6.11. Финалистами становятся работы или персоны, набравшие максимальное количество баллов;
- 6.12. Второй тур проводится путём закрытого голосования на собрании членов Жюри после очной защиты претендентов. Защита может проводиться путём телемоста или онлайн-трансляции;
- 6.13. Объявление финалистов и далее – победителей конкурса WOW Awards происходит в рамках торжественной церемонии вручения Премии, которая состоится в сентябре 2017 года;
- 6.14. Члены жюри могут бесплатно посетить церемонию награждения Премии при условии, что они выполнили свои обязательства членов Жюри в полном объёме (проголосовали за все авторизованные для них работы).

## 7. Официальный приз премии

Официальный приз премии – «Стеклянная собака», символ верности, дружбы и надёжности. Помимо приза, победителям вручается почетный диплом.

