



# Регламент Премии 2018

Ассоциация профессионалов рынка недвижимости



## 1. О ПРЕМИИ

- 1.1. **WOW Awards** – это премия, определяющая лучшие рекламные и маркетинговые 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 (Экспертный совет) входят ведущие специалисты по маркетингу и рекламе крупных девелоперских компаний, признанные специалисты из рекламных агентств, СМИ, обладающие многолетним опытом в отрасли, компетентные ассоциации и объединения.
- 1.3. Премия WOW Awards учреждена в 2012 году и проводится в 2018 уже в седьмой раз по инициативе Ассоциации профессионалов рынка недвижимости REPA.
- 1.4. **Задачи премии:**
- Поощрение лучших специалистов и проектов в области маркетингового и рекламного продвижения на рынке недвижимости;
  - Повышение профессионального уровня участников рынка;
  - Консолидация рынка недвижимости;
  - Формирование новых стандартов рекламного продвижения в сфере недвижимости.

## 2. Номинации WOW Awards-2018:

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 девелопера (Спецноминация)
	Рекламная кампания года
	Команда года (Девелопер)
	Команда года (Агентство)

### **3. График проведения 2018:**

1 – 30 июня	Подача работ
8 – 31 июля	I этап голосования
14 – 16 августа*	II этап голосования
6 сентября	Церемония награждения WOW Awards

*\*Дата уточняется*

3.1. График проведения (тайминг) может меняться по решению Оргкомитета.

### **4. Условия участия:**

- 4.1. Подаваемые на конкурс работы должны представлять собой продвижение объектов, компаний или B2B-услуг в сфере недвижимости;
- 4.2. К участию в конкурсе допускаются девелоперы и застройщики, а также компании, оказывающие услуги рынку недвижимости в сегменте B2B:
- ✓ Риэлторы
  - ✓ Консультанты
  - ✓ Управляющие компании
  - ✓ Архитекторы
  - ✓ Рекламные, коммуникационные и брендинговые агентства
  - ✓ Брокеры и другие компании, напрямую или косвенно связанные с рынком недвижимости.

*НЕ принимаются заявки компаний, продвигающих вспомогательные услуги: размещение рекламы без продакшн, VR, коллтрекинг и др.*

- 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 2017 г. по 31 мая 2018 г.**
- 4.4. Конкурсант имеет право одновременно принять участие в нескольких номинациях. **Одна и та же работа не может быть подана в несколько номинаций.**

- 4.5. Работы на конкурс могут быть поданы как от лица заказчика, так и от лица исполнителя (рекламное агентство и любой другой подрядчик, выполнивший работу для заказчика, если работа соответствует одной из номинаций).
- 4.6. При подаче работ на WOW Awards, независимо от того, кто подаёт работу, указывается как заказчик, так и исполнитель. По желанию заказчика может быть указан как якорный исполнитель рекламной кампании (в описании заявки), так и непосредственный исполнитель данного проекта. Заказчик и исполнитель в случае победы получают статуэтки Премии. Любая заявленная третья сторона получает диплом.
- 4.7. **На соискание Премии можно подать не более 2-х\*\* заявок одного заказчика (одной компании) в каждую из номинаций. \*\*\***

*\*\* Расширение возможно в рамках рекламного пакета премии и партнерских пакетов REPA.*

*\*\*\*При возникновении спорных вопросов заказчик и исполнитель согласовывают подаваемые работы совместно. Приоритетным является решение заказчика.*

- 4.8. Номинации Премии делятся на категории: «Печатная реклама», «Мультимедиа», «Интернет-продвижение», «Продвижение», «Позиционирование».
- 4.9. **Конкурсант может подать работу из 1 рекламной кампании не более чем в 3 номинации** + номинация Рекламная кампания года, куда подается вся кампания полностью.
- 4.10. Конкурсантом может стать участник Экспертного совета Премии, но в этом случае он не может голосовать за работу своей компании в составе Экспертного совета Премии.
- 4.11. Конкурсант должен иметь все юридические и интеллектуальные права на подаваемую работу или письменное разрешение правообладателя.
- 4.12. Если конкурсант хочет подать в одной заявке несколько типовых вариантов видеороликов, аудиороликов, рекламных модулей в СМИ, слоганов, щитов наружной рекламы, интернет-баннера, сувенирной продукции, то в названии работы необходимо указать слово «Серия». Элементы одной серии не могут быть поданы как самостоятельные заявки.
- 4.13. Заявки во все номинации могут сопровождаться видеопрезентацией, относящейся к подаваемому проекту. Организаторы премии не ограничивают участников в содержании видеопрезентаций. Единственное условие - видеопрезентация должна относиться и рассказывать о конкретной заявке. Например, при подаче интернет-баннера, рассказывать именно об этом интернет-баннере.
- 4.14. Номинация, в которой будет представлена работа, определяется заявителем самостоятельно, в зависимости от её тематики и формы.
- 4.15. Подать заявку на участие можно через официальный сайт Премии <http://www.wowawards.ru/>. При размещении заявки необходимо соблюдать все правила подачи работ, изложенные в регламенте.
- 4.16. 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.
- 4.17. Поданная работа должна соответствовать критериям номинации.
- 4.18. В номинацию «Буклет» не могут быть поданы периодические печатные издания.

- 4.19. Подавая свою работу, конкурсант соглашается с тем, что элементы из его заявки могут демонстрироваться на различных профильных мероприятиях, где участники Оргкомитета премии выступают в качестве спикеров, REPA является медиа-партнером и др. (в формате фото- или видео-презентации) с указанием, что работа участвует в премии WOW Awards, без дополнительного согласования. В случае несогласия с такой демонстрацией необходимо уведомить оргкомитет в письменном виде в свободной форме на почту [pr@repa-pr.ru](mailto:pr@repa-pr.ru).
- 4.20. 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 принимают члены Экспертного совета Премии, отвечающие за данную номинацию.

### **5. Состав номинаций\* и их описание:**

*\*подробный состав заявки для каждой номинации с комментариями также представлен на сайте [wowawards.ru](http://wowawards.ru) (страничка подачи работы в личном кабинете)*

#### **5.1. Слоган**

Лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, характеризующая бренд, услугу или продукт.

Если подается несколько однотипных слоганов, то необходимо указать в названии работы «Серия».

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (указать сам слоган/слоганы и проект, к которому он относится);
- Период использования слогана: месяц.год - месяц.год (либо «по настоящее время»);
- Фотографии или графические изображения, где присутствует слоган, формат – pdf или jpg, минимум 3 штуки;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Запоминаемость
- Ассоциации с брендом
- Понятность
- Лаконичность

#### **5.2. Наружная реклама**

В рамках данной номинации рассматриваются рекламные носители: билборды, ситиборды любых размеров и форматов, крышные установки (исключая буквы, названия и логотипы), реклама на фасадах. Можно подать статичный формат либо анимированное изображение. Видеоролик подать в данную номинацию нельзя.

Если подается несколько однотипных рекламных макетов, то необходимо указать в названии работы «Серия». Фотографии в заявке не могут содержать тоскир-билборд.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать проект, к которому относится реклама);
- Период размещения рекламы: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Макет рекламы, формат – pdf, jpg, gif;
- Фотографии поверхностей (не менее трёх), где размещена реклама, формат – jpg или png (не менее 150 dpi) – эти фотографии не могут содержать москит-биллборд;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Удобство визуального восприятия
- Заметность
- Запоминаемость
- Оригинальность (включая оригинальный формат и место размещения)
- Считываемость бренда

### 5.3. Рекламный модуль в печатном СМИ

Рекламный модуль в печатном СМИ – это вид графической рекламы, который публикуется в газетах, журналах, каталогах и в любых других изданиях. Принимается размер модуля от 1\4 полосы. 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.

Если подается несколько однотипных рекламных модулей, то необходимо указать в названии работы «Серия».

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать не менее одного издания, где был выход модуля, и проект, к которому он был приурочен);
- Период размещения модуля в СМИ: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Макет модуля, формат – pdf или jpg (не менее 150 dpi);
- Фотографии модуля в СМИ (не менее трёх), формат – jpg;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Удобство визуального восприятия модуля
- Заметность
- Запоминаемость
- Оригинальность (использование необычных идей, образов, сочетаний, ассоциаций)
- Считываемость бренда

### 5.4. Буклет

Информационное печатное издание (рекламный буклет, лифлет, брошюра), представляющее бренд, услугу или продукт. Приветствуется широта предоставления информации, нестандартность и новизна формата, использование новых технологий и материалов. **В номинацию не могут быть поданы периодические печатные издания.**

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать компанию или объект, которым посвящен буклет);
- Период распространения буклета: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Макет буклета, формат – pdf;
- Фотографии буклета: обложка и развороты (не менее пяти), формат – jpg (не менее 150 dpi);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Оригинальность
- Информативность
- Удобство формата
- Дизайн
- Доступная подача информации

### **5.5. Рекламный интернет-баннер**

Рекламный интернет-баннер - графическое изображение, представляющее в интернете бренд, услугу или продукт. Он может быть как статичным, так и анимированным. Интернет-баннер должен иметь хорошее качество изображения.

Если подается несколько однотипных баннеров, то необходимо указать в названии работы «Серия».

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Краткое описание (в описании необходимо указать проект, к которому баннер был приурочен);
- Период размещения баннера: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Макет баннера, формат – jpg, png, gif или html5;
- Фотографии или скриншоты интернет-ресурсов с размещённым баннером (не менее трёх ресурсов), формат – pdf или jpg (должно быть хорошо видно баннер);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Заметность
- Оригинальность
- Ясность сообщения
- Техническая реализация

### **5.6. Промо-сайт**

Web-ресурс, основная задача которого – продажа товара или услуги в сети Интернет. Важно наличие удобной и функциональной мобильной версии. Может быть оснащён качественно новыми интернет-сервисами для пользователей.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название и web-адрес;
- Описание (в описании необходимо указать проект, к которому он был приурочен);
- Дата запуска или редизайна сайта;
- Ссылка на работающий сайт;
- Фотографии или скриншоты сайта (не менее пяти) формат – pdf или jpg;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Юзабилити
- Удобство визуального восприятия
- Оригинальное оформление
- Скорость загрузки
- Наличие мобильной версии и ее функциональность
- Информативность
- Наличие продающих инструментов

### 5.7. Корпоративный сайт

Web-ресурс, выполняющий функцию представительства компании в сети Интернет и наделённый уникальным стилем, современным и широким функционалом. Сайт должен отражать деятельность компании и способствовать укреплению её бренда. Важно наличие удобной и функциональной мобильной версии.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать проект, к которому он был приурочен);
- Дата запуска или редизайна сайта;
- Ссылка на работающий сайт;
- Фотографии или скриншоты сайта (не менее пяти) формат – pdf или jpg;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Юзабилити (удобство использования)
- Удобство визуального восприятия
- Соответствие бренду
- Скорость загрузки
- Наличие мобильной версии и ее функциональность
- Информативность

### 5.8. Рекламный ролик

Краткий и яркий видеоролик, имеющий задачу **продать определённый продукт**. За небольшое время необходимо заинтересовать потенциального клиента, привлечь внимание, остаться в памяти. Максимальная продолжительность ролика - **30 секунд** (допускаются исключения, если формат видеоролика соответствует данной номинации, –



*по решению Оргкомитета*). В рамках данной номинации рассматриваются видеоролики, демонстрируемые в сети Интернет, на ТВ и на различных медиа-поверхностях. Если подаётся несколько однотипных роликов, то необходимо указать в названии «Серия».

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать ТВ- и другие каналы, где транслировался ролик, а также проект, к которому он был приурочен);
- Период размещения видеоролика: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Ссылка на размещенный ролик на Youtube.com (разрешение 1280x720 или 1920x1080, хронометраж – до 30 сек);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Считываемость бренда
- Оригинальность идеи
- Запоминаемость
- Заметность

#### **5.9. Имиджевый ролик**

Видеofilm, направленный на **формирование определённого имиджа компании** – как среди сотрудников, так и среди клиентов, СМИ, партнеров и т.д. Видеоролик должен способствовать укреплению бренда компании, привлекать внимание, иметь оригинальную идею и соответствующие современным стандартам технические характеристики.

В рамках данной номинации рассматриваются видеоролики, демонстрируемые в сети Интернет, на ТВ и на различных медиа-поверхностях.

Форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать проект, к которому он был приурочен);
- Период размещения видеоролика: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Ссылка на размещенный ролик на Youtube.com (разрешение 1280x720 или 1920x1080);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Считываемость бренда
- Оригинальность идеи
- Запоминаемость
- Связь с позиционированием бренда
- Поддержка позитивного имиджа компании

### 5.10. Презентационный ролик

Видеofilm, направленный на презентацию и формирование **определённого имиджа объекта** (или услуги) среди покупателей, представителей СМИ и сообщества в целом.

В рамках данной номинации рассматриваются видеоролики, демонстрируемые в сети Интернет, на ТВ и на различных медиа-поверхностях. Если подаётся несколько однотипных роликов, то необходимо указать в названии «Серия».

Форма предоставления материалов

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать проект, к которому он был приурочен);
- Период размещения видеоролика: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Ссылка на ролик на Youtube.com (разрешение 1280x720 или 1920x1080);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Считываемость бренда
- Оригинальность идеи
- Запоминаемость
- Наличие качественного сценария
- Поддержка позитивного имиджа объекта

### 5.11. Радиореклама

Краткое аудиосообщение, имеющее своей целью создать определенный имидж, проинформировать о компании или об объекте, сообщить о специальных предложениях и др. Должно быть понятно, о какой компании и о каком продукте идет речь.

Если подаётся несколько однотипных роликов, то необходимо указать в названии «Серия».

Форма предоставления материалов

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать радиостанции, где размещался ролик, и проект, к которому он был приурочен);
- Период размещения радиоролика: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Аудиоролик, формат mp3, хронометраж – до 30 секунд.

Критерии оценки номинации:

- Запоминаемость
- Оригинальность
- Ясность сообщения
- Считываемость бренда
- Доступность информации на слух

## 5.12. Офис продаж

Специально оборудованное помещение или объект, предназначенный для общения клиентов с представителями компании. Конечная цель организации офиса продаж – продать жилые или коммерческие площади.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание;
- Презентация офиса продаж в формате PDF (презентация должна включать не менее пяти фотографий интерьера и экстерьера с разных ракурсов, название объекта, дату открытия офиса, месторасположение, сообщать о наличии шоурумов и макета продаваемого объекта, присутствия VR-технологий и им подобных, а также всю информацию, которую номинант считает необходимым сообщить дополнительно);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Дизайн (снаружи и изнутри)
- Функциональность и удобство для посетителя
- Соответствие бренду объекта

## 5.13. Сувенирная продукция

Корпоративные или промо-сувениры, распространявшиеся с 1 июня 2017 по 31 мая 2018. Сувенир должен привлекать внимание, пробуждать интерес и нести положительный имидж. В основе должна лежать оригинальная идея и востребованный функционал.

Форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать тип продукции и назначение (если оно не очевидно), объект или компанию, для которой было изготовлено);
- Период распространения
- Фотографии сувениров (не менее пяти), формат – jpg;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Дизайн
- Функциональность
- Соответствие бренду

## 5.14. Выставочный стенд

Техническое сооружение или совокупность элементов и предметов, размещённых на выставочной площади. Выставочный стенд должен привлекать внимание, пробуждать интерес и нести положительный имидж.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать объект или компанию, которым был посвящен стенд; перечислить, из каких элементов он состоял);
- Дата и название выставки (форума);
- Фотографии стенда (не менее пяти), формат – jpg;
- PDF-презентация стенда, содержащая подробности о самом стенде и организации работы на нем;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Дизайн и привлекательность
- Оригинальность концепции
- Функциональность и удобство для посетителя
- Заметность
- Считываемость бренда

### 5.15. Event

B2C-мероприятия, направленные на продвижение объектов, компаний и услуг в сфере недвижимости.

**Не принимаются премии, конференции и выставки любого формата<sup>1</sup>.**

Приветствуется оригинальная идея мероприятия, увлекательная тематика, использование современного высокотехнологичного оборудования.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать концепцию и место проведения мероприятия, обозначить основные цели, целевую аудиторию, количество участников);
- Дата проведения EVENTa;
- Презентация в формате PDF (должна включать не менее 5 фотографий с мероприятия, подробное описание концепции, идеи и формата; описание площадки; спикеров, аудитории, задач и итогов мероприятия).
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Оригинальность концепции
- Яркость события
- Соответствие бренду
- Попадание в ЦА

---

<sup>1</sup> Подробнее об ограничениях – в техническом регламенте премии. Выдержки из технического регламента можно запросить по почте [anna@repa-pr.ru](mailto:anna@repa-pr.ru).

## 5.16. Проект в соцсетях

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:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать, что именно номинируется - страничка объекта или компании, коммуникационная стратегия, часть рекламной кампании - и соцсети, которые были использованы);
- Период реализации проекта в соцсетях: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Презентация проекта в формате PDF (в презентации должны быть описание проекта, цели, период реализации, суть коммуникационной стратегии, задействованные каналы и скриншоты размещений в них, ссылки на страницы компании или объекта, целевая аудитория, скриншоты комментариев от аудитории при их наличии, полученный эффект и итоги (можно привести официальную статистику со счетчиков); в презентации должно быть не менее 10 иллюстраций (фотографии или скриншоты), отражающих основную идею и результаты проекта);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Считываемость бренда
- Оригинальность
- Эффективный призыв к действию
- Попадание в ЦА

## 5.17. Нестандартное продвижение

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:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать продвигаемый объект/компанию и суть нестандартного продвижения - что оно из себя представляет, в чем его необычность);
- Презентация в формате PDF (должна содержать подробное описание механизма/методики продвижения, с акцентом на новизну, чтобы было понятно, в чем нестандартность; период реализации; цели и достигнутые результаты; для лучшего понимания сопроводить презентацию визуальными материалами - фотографиями, скриншотами, графическими рисунками и т.д.);
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Оригинальность концепции
- Нестандартность подхода (каналы продвижения, контент, визуальный ряд)
- Считываемость бренда
- Попадание в ЦА

### **5.18. Брендинг объекта**

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:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать название объекта и бренд-платформу с описанием позиционирования);
- Описание бренда объекта в виде брендбука, формат PDF;
- Фотографии самого объекта и рекламно-информационных материалов с использованием элементов бренда объекта (не менее пяти), формат – jpg;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Целостность
- Привлекательность визуального оформления
- Считываемость бренда
- Нейминг
- Соответствие объекту

### **5.19. Бренд девелопера (Спецноминация 2018)**

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:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать название компании и бренд-платформу с описанием позиционирования);
- Описание бренда объекта в виде брендбука, формат PDF;
- Фотографии рекламно-информационных материалов с использованием элементов бренда компании (не менее десяти), формат – jpg за период, рассматриваемый в премии; скриншоты или фотографии максимального количества

- Фотографии рекламно-информационных материалов с использованием элементов бренда компании (не менее десяти), формат – jpg за 4 года предшествующие периоду, рассматриваемому в премии; скриншоты или фотографии максимального количества
- Превью.

## 5.20. Рекламная кампания года

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:

- Название;
- Описание (в описании необходимо указать, какой объект или компания рекламировались и какие каналы были использованы);
- Период реализации рекламной кампании: месяц.год - месяц.год (либо по текущий момент);
- Презентация рекламной кампании в PDF (подробное описание кампании - цели и задачи, целевая аудитория, коммуникационная стратегия, используемые каналы, география (сколько округов, городов охвачено и т.д.), что нового было использовано, какие результаты; в презентации должны быть фото- или графические примеры элементов рекламной кампании);
- Фотографии (также можно приложить скриншоты, графические изображения) элементов рекламной кампании (не менее десяти), формат – jpg;
- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Оригинальность
- Целостность (сквозной дизайн, единый посыл и др.)
- Запоминаемость
- Заметность
- Считываемость бренда

## 5.21. Команда года (Девелопер/Агентство)

В данной номинации рассматриваются команды опытных специалистов сферы маркетинга и рекламы, обладающие высоким уровнем профессионализма, внесшие значительный вклад в развитие своей компании (с 1 июня 2017 г. по 31 мая 2018 г.) и получившие признание рынка в качестве эксперта в своей области.

Состав заявки и форма предоставления материалов:

- Название компании;
- Краткая информация о команде и список достижений за последний год
- Информация в формате PDF, содержащая обоснование, почему команда может быть номинирована на премию;
- Несколько фотографий команды в формате jpg;

- Превью.

Критерии оценки номинации:

- Итоги работы команды за этот год

## **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 Экспертным советом премии. В каждой номинации остается тройка лидеров (в исключительных случаях по решению жюри финалистов может быть 2 или 4).

### 6.1.2. II этап

Жюри второго этапа выбирает единственного победителя в каждой номинации из финалистов, отобранных в I этапе, в рамках очной защиты проектов-финалистов.

- 6.2. Оценки, полученные в обоих этапах, суммируются между собой (*см. Технический регламент<sup>2</sup>*), при этом первый этап составляет 60% оценки, а второй – 40%;
- 6.3. В голосовании могут принять участие только представители Экспертного совета (Жюри);
- 6.4. Каждый участник Экспертного совета получает персональный доступ в личный кабинет на сайте <http://www.wowawards.ru/>, который использует для голосования;
- 6.5. Конкурсная работа становится доступной для голосования после прохождения этапа модерации и оплаты. Голосование начинается не ранее 9 июля 2018;
- 6.6. На момент начала голосования в личном кабинете каждого члена Жюри первого этапа размещаются все конкурсные работы, которые ему необходимо оценить по десятибалльной шкале, где 1 – это очень плохо, 10 – отлично, по нескольким категориям; по итогам голосования каждая конкурсная работа получает одну оценку.
- 6.7. Три работы (в особых случаях – 2 или 4 работы) из каждой номинации, набравшие максимальный средний балл, попадают в финал;
- 6.8. Каждая работа, попавшая в финал конкурса, проходит очный этап голосования, в рамках которого Жюри второго этапа оценивает финалистов по десятибалльной шкале, где 1 – это очень плохо, 10 – отлично, по нескольким категориям; по итогам голосования каждая конкурсная работа получает одну оценку (рассчитывается как средний балл по обеим категориям).
- 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 в первом этапе;
- 6.11. Финалистами становятся работы, набравшие максимальное количество баллов;

---

<sup>2</sup> Выдержки из технического регламента можно запросить по почте [anna@repa-pr.ru](mailto:anna@repa-pr.ru).



- 6.12. Второй тур проводится путём очного закрытого голосования на собрании членов Жюри после очной защиты претендентов. В исключительных случаях защита может проводиться путём телемоста или онлайн-трансляции;
- 6.13. Объявление победителей конкурса WOW Awards происходит в рамках торжественной церемонии вручения Премии, которая состоится 6 сентября 2018 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.