



ZŁOTE SPINACZE

SZKOLENIE DLA ZGŁASZAJĄCYCH – 11.07.2019

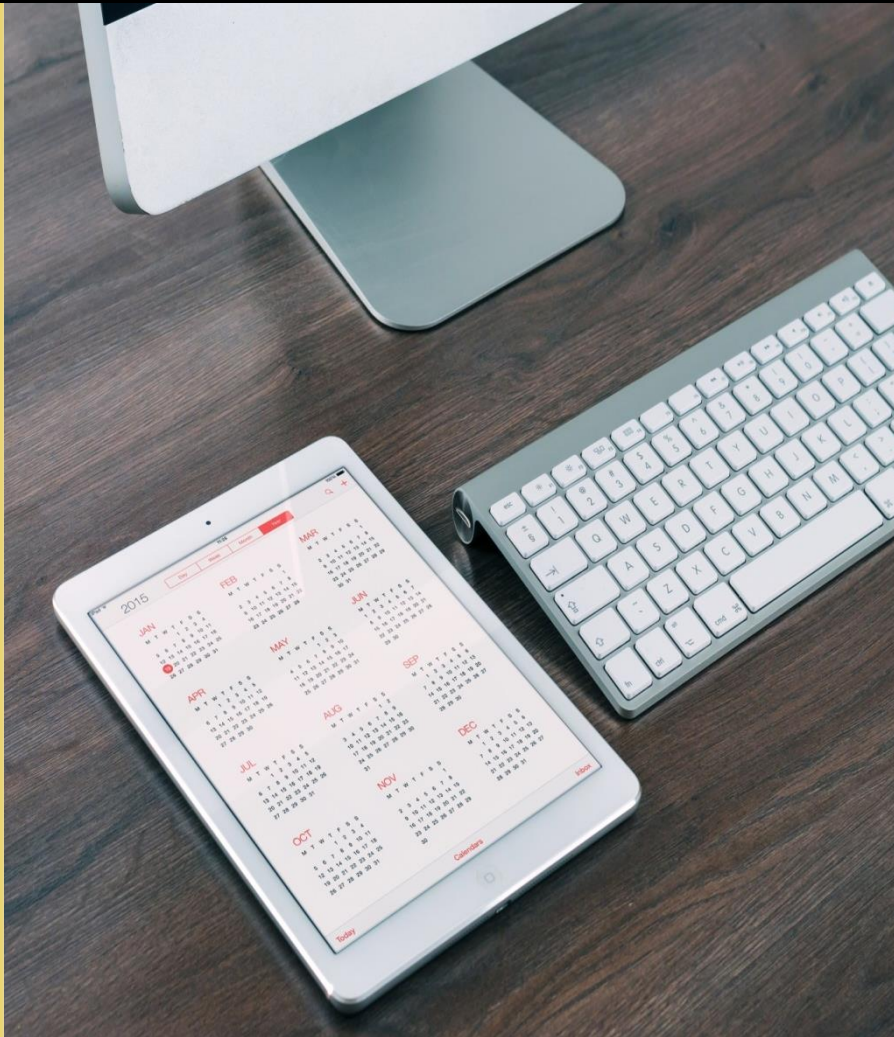
ZFPR OD KILKUNASTU LAT ORGANIZUJE ZŁOTE SPINACZE – KONKURS PROMUJĄCY NAJLEPSZE PROJEKTY Z DZIEDZINY PR.

Jest również jednym z założycieli Rady Etyki PR (REPR), będącej podmiotem społecznym dbającym o ochronę najwyższych standardów etycznych w Public Relations. ZFPR prowadzi intensywny program szkoleniowy London School of Public Relations. W 2018 roku Związek zapoczątkował kampanię „PR. Bez komentarza”, której celem jest walka ze stygmatyzacją medialną branży PR.

PUBLIC RELATIONS

Public relations to proces kształtowania trwałych relacji pomiędzy organizacją a jej interesariuszami. W warstwie komunikacyjnej PR to oparta na wzajemnym szacunku i prawdzie dwukierunkowa komunikacja, która ma prowadzić do wzajemnego zrozumienia intencji i motywów działania uczestniczących w tym procesie podmiotów. Na tym poziomie public relations jest strategicznym procesem komunikowania, który buduje wzajemnie korzystne relacje pomiędzy organizacją a jej publicznościami. Proces komunikowania jest określany jako funkcja zarządzania organizacją i jej komunikacją. Public relations polega na doradztwie organizacji w zakresie podejmowania strategicznych decyzji na wszystkich poziomach; opiera swoje działania na badaniach i ewaluacji; zakłada planowanie, stawianie i realizację celów. Specjaliści PR biorą odpowiedzialność za swoje działania i przewidują ich krótko- i długotrwałe skutki. Public relations ma za zadanie dbać o tworzenie i utrzymanie obustronnie korzystnych relacji: zapewnia równowagę w podwójnej roli, jaką sprawuje, służąc organizacji i społeczeństwu. Public relations opiera się na dwukierunkowej komunikacji pomiędzy organizacją a jej publicznościami. W wielu krajach działalność public relations jest uregulowana zasadami etyki PR; w Polsce obowiązują Kodeks Dobrych Praktyk Związku Firm Public Relations i Kodeks Etyki Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.

TERMINY ZGŁOSZEŃ



ZŁOTE SPINACZE

START ZGŁOSZEŃ: 16 LIPCA

DEADLINE ZGŁOSZEŃ:

I TERMIN: 12 SIERPANIA DO GODZ. 16:00

II TERMIN: 2 WRZEŚNIA DO GODZ. 16:00

III TERMIN: 5 WRZEŚNIA DO GODZ. 16:00

OGŁOSZENIE NOMINACJI: 9 PAŹDZIERNIKA

PRZESYŁANIE MATERIAŁÓW DO ETAPU II:

9 – 21 PAŹDZIERNIKA DO GODZ. 12:00

GALA: 6 GRUDNIA, Hotel Hilton

JAKIE PROJEKTY MOGĄ BYĆ ZGŁASZANE?

Zgłaszane są cele, działania i efekty zrealizowane **w ramach inicjatyw PR-OWYCH**. Tylko taki zakres projektu jest poddawany ocenie jurorów.

Do konkursu zgłoszone mogą być projekty:

- 🔗 które były realizowane w okresie **od 1 stycznia 2018 r. do 5 września 2019 r.** Projekty zgłaszane do Konkursu mogły rozpocząć się przed 2018 rokiem lub skończyć później, ale podane w Zgłoszeniu informacje, dane i wyniki muszą odnosić się do wskazanego okresu;
- 🔗 które są kolejną edycją trwającego przez kilka lat projektu, w ramach którego powstała nowa inicjatywa, aktywacja, działanie. Zgłaszając taki projekt do konkursu, Zgłaszający powinien wyraźnie określić czas trwania projektu, który jest zgłaszany w ramach danej edycji;
- 🔗 które były realizowane przez więcej niż jeden rok, ale ich formalne całkowite zakończenie lub zakończenie okresu np. kilku lat, który Zgłaszający chce przedstawić do oceny, przypada na bieżącą edycję konkursu.

KTO MOŻE ZGŁASZAĆ?



ZŁOTE SPINACZE

Konkurs ma charakter otwarty i jest kierowany do podmiotów realizujących projekty Public Relations: osób prawnych, podmiotów gospodarczych, jednostek samorządowych, instytucji państwowych, zakładów publicznych, organizacji pożytku publicznego, szkół i uczelni oraz osób działających samodzielnie w branży PR.

Zgłoszenie może zostać dokonane przez więcej niż jeden podmiot.

W takim przypadku można wyróżnić:

- 📌 Podmiot Zgłaszający (może być tylko jeden),
- 📌 Podmiot Współzgłaszający (nie ma ograniczenia liczby Podmiotów Współzgłaszających).

34 KATEGORIE

KATEGORIE GŁÓWNE

- PR korporacyjny
- PR produktu
- Komunikacja antykryzysowa i komunikacja kryzysowa
- Public Affairs i Lobbying
- Kampania społeczna
- Komunikacja wewnętrzna
- Event komercyjny
- Event społeczny
- Launch produktu, usługi lub firmy
- Sustainability&CSR Communications
- Social media
- Business-to-Business PR
- PR finansowy i relacje inwestorskie
- PR miejsca, miasta lub regionu
- Media Relations
- Employer Branding
- Content Marketing - Branded Content
- Custom Publishing

KATEGORIE SEKTOROWE

- Technologia, IT, telekomunikacja
- Finanse
- Uroda, higiena i wellness
- Moda i styl życia
- Sektor spożywczy
- Kultura i media
- Medycyna i zdrowie
- Sport
- Turystyka i rekreacja
- Nieruchomości, budownictwo, dom i wnętrze
- Przemysł i infrastruktura
- Motoryzacja i transport
- NGO i sektor publiczny

KATEGORIE SPECJALNE

- Kreatywność
- Efektywność
- Research&Insight

ZGŁOSZENIE

- 📎 Każdy projekt może być zgłoszony **do przynajmniej jednej**, ale **maksymalnie trzech** kategorii głównych.
- 📎 Każdy projekt można zgłosić **do wszystkich kategorii specjalnych**.
- 📎 Każdy projekt można zgłosić **do jednej kategorii sektorowej**.

- 📎 Zgłoszenie do każdej kategorii wymaga **osobnej opłaty**.
- 📎 Chcąc zgłosić projekt do kategorii specjalnej lub sektorowej, wcześniej konieczne jest zgłoszenie go **do kategorii głównej**.
- 📎 Zgłaszając do kategorii sektorowej bierzemy pod uwagę **branżę, z jakiej pochodzi podmiot Zgłaszający / Współzgłaszający**.

ZŁOTE SPINACZE



OPLĄTY

PŁATNE WSPÓŁZGŁOSZENIE:

Współzgłaszający będący podmiotem, na rzecz którego stworzono projekt i będący Klientem Agencji należącej do ZFPR nie ponosi dodatkowych opłat. Każde kolejne współzgłoszenie jest obowiązkowo dodatkowo płatne.

ZŁOTE SPINACZE



WERYFIKACJA ZGŁOSZEŃ PRZEZ BIURO

W przypadku poważnych wątpliwości dotyczących zgłoszenia projektu do danej kategorii **BIURO MOŻE ZASUGEROWAĆ ZGŁASZAJĄCEMU ZMIANĘ KATEGORII**. Ostateczną decyzję o zmianie kategorii oraz związanej z tym odpowiedzialności podejmuje Zgłaszający.

Jury ma prawo zgłosić wątpliwość odnośnie ocenianej kategorii do Przewodniczącego.



JURY

80 OSOBOWE JURY SKŁADA SIĘ Z PRZEDSTAWICIELI

branży Public Relations, mediów, organizacji pozarządowych, świata nauki i biznesu, a w tym sektorów takich jak medycyna, telekomunikacja, przemysł, paliwa, motoryzacja, nowe technologie, przemysł spożywczy.



ZŁOTE SPINACZE

ZFPR | ZWIĄZEK FIRM
PUBLIC
RELATIONS

DODATKOWE NAGRODY W KONKURSIE

TYTANOWY SPINACZ

W ramach konkursu Złote Spinacze zostanie wyłoniona najlepsza firma w konkursie, która otrzyma nagrodę: Tytanowy Spinacz. W celu jego wyłonienia zostanie przeprowadzony ranking podmiotów biorących udział w konkursie według punktacji:

- a) Złoty Spinacz – 7 punktów
- b) Srebrny Spinacz – 4 punkty
- c) Brązowy Spinacz – 2 punkty

+ punkty za współzgłoszenie

NAGRODA PUBLICZNOŚCI

W konkursie mogą brać udział projekty zgłoszone do Złotych Spinaczy. Zgłoszeniu będzie podlegał krótki opis projektu oraz poster, przesyłany przez nominowanych do II etapu konkursu.

ZŁOTE SPINACZE



ZGŁOSZENIE – ETAPY

ETAP I : FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY (plik word do pobrania na stronie konkursu) – najlepiej oddzielnie wypełniać formularz do każdej kategorii.

ETAP II :

- 📎 **PREZENTACJA (obowiązkowo)** – w formacie pdf, wielkość: **maksymalnie 20 slajdów**. prezentacja może zawierać linki do stron www, badań oraz wykresy i inne elementy graficzne;
- 📎 FILM (nieobowiązkowo) – jeden film w formacie mp4, **długość: maksymalnie 3 min**, waga: maksymalnie do 200 mb;
- 📎 GRAFIKA (**obowiązkowa tylko przy zgłoszeniu do nagrody publiczności**) – **jeden poster**, będący graficzną formą krótkiej prezentacji projektu w formacie a3, zapisany w jpg, png lub pdf.

- 📎 **NOMINOWANI W KATEGORII CUSTOM PUBLISHING MOGĄ PONADTO PRZESŁAĆ DO BIURA ZFPR MATERIALNĄ FORMĘ ZGŁASZANEGO PROJEKTU** (nieobowiązkowo) w liczbie maksymalnie 15 sztuk, które zostaną przekazane jurorom konkursu.

OCENA PROJEKTÓW – ETAP I



ZŁOTE SPINACZE

KRYTERIA OCENIANIA

- > **WYZWANIE** – 10 pkt
- > **DIAGNOZA** – 10 pkt
- > **STRATEGIA** – 10 pkt
- > **KREACJA** – 10 pkt
- > **EFEKTYWNOŚĆ** – 10 pkt

📎 W KATEGORII NA LISTĘ NOMINOWANYCH PRZECHODZĄ

3 NAJWYŻEJ OCENIONE PROJEKTY

📎 PRZY CZYM WARUNKIEM OTRZYMANIA NOMINACJI JEST
UZYSKANIE **MINIMUM 28 PUNKTÓW** W ETAPIE ONLINE

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY – ETAP I

KROK 1

O PROJEKCIE: tytuł (max 60 znaków ze spacjami), krótki opis (max 500 znaków ze spacjami)

KROK 2

WYBÓR KATEGORII I SPOSOBU ZGŁASZANIA

(możliwość wypełnienia formularza osobno do każdej z wybranych kategorii)

KROK 3

UZASADNIENIE ZGŁOSZENIA (max 600 znaków ze spacjami) w kategorii głównej oraz sektorowej lub

AMBICJA (max 3000 znaków ze spacjami) w kategorii specjalnej

UWAGA! UZASADNIENIE I AMBICJA NIE WLICZAJĄ SIĘ DO OBOWIĄZUJĄCYCH 6 TYS. ZNAKÓW FORMULARZA

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY – ETAP I

KROK 4

OPIS PROJEKTU (max 6000 znaków ze spacjami)

- 1. WYZWANIE** – określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych/ wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).
- 2. DIAGNOZA** – kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.
- 3. STRATEGIA** – opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).
- 4. REALIZACJA** – plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.
- 5. WYNIK** – uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów (UWAGA! W tym polu można wyjątkowo zamieszczać linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego programu/projektu. Limit: 3.)

PRZYKŁADY:


PREZENTACJA – ETAP II



JAK PRZYGOTOWAĆ PREZENTACJĘ?

- 📎 max 20 slajdów, w formacie PDF
- 📎 warto przygotować osobne prezentacje dla nominowanego projektu w różnych kategoriach

PRZYKŁADY:




DZIĘKUJEMY ZA
POŚWIĘCONY
CZAS

Katarzyna Rudzik

Menedżer ZFPR

 katarzyna.rudzik@zfpr.pl

 531 848 470