

ZŁOTE SPINACZE

SZKOLENIE DLA ZGŁASZAJĄCYCH

Przewodnik dla uczestników konkursu

11 LIPCA 2019

ZŁOTE SPINACZE

Szanowni Państwo,

Serdecznie zapraszamy do wzięcia udziału w XVII edycji konkursu Złote Spinacze organizowanego przez Związek Firm Public Relations.

Celem konkursu jest wyłonienie oraz nagrodzenie najskuteczniejszych, najbardziej kreatywnych, najlepiej przygotowanych i wdrożonych kampanii, a także działań komunikacyjnych, które bezpośrednio nawiązują do pojęcia public relations, jak i powiązanych dziedzin związanych z budowaniem i utrwalaniem relacji z otoczeniem i interesariuszami. Wszystkie zgłaszane projekty oceniane są przez Jury, w skład którego wchodzi przedstawiciele organizacji biznesowych i pozarządowych, autorytety środowiska mediów oraz praktycy i eksperci branży PR w Polsce.

Misją organizowania konkursu Złote Spinacze jest dążenie do upowszechniania wiedzy na temat profesjonalnych usług public relations oraz promowanie zawodowego kunsztu i najwyższych standardów merytorycznych i jakościowych w kształtowaniu szeroko pojętych kampanii i polityk informacyjnych.

Niniejszy „Przewodnik dla uczestników” został stworzony dla osób zainteresowanych udziałem w konkursie, aby ułatwić im przygotowanie zgłoszenia. Na kolejnych stronach znajdują się podstawowe informacje o konkursie, opisy etapów konkursu, wymagań oraz wskazówki dla uczestników. Więcej informacji oraz regulamin znajdą Państwo na stronie internetowej www.zlotespinacze.pl.

ZŁOTE SPINACZE

HARMONOGRAM

16 lipca 2019	Start zgłoszeń
16 lipca – 5 września	Przyjmowanie zgłoszeń
12 września – 2 października	I etap obrad (on-line) Jury
9 października	Ogłoszenie nominacji
9 – 21 października	Przesyłanie materiałów do II etapu
28–29 października	II etap obrad Jury
6 grudnia 2019	Gala Złote Spinacze

TERMINY PRZYJMOWANIA ZGŁOSZEŃ I OPŁATY

Termin	Opłata za zgłoszenie do jednej kategorii dla firm zrzeszonych w ZFPR	Opłata za zgłoszenie do jednej kategorii dla firm niezrzeszonych w ZFPR	Opłata za współzgłoszenie do jednej kategorii*
I termin: do 12 sierpnia do godz. 16:00	750 zł netto + VAT	950 zł netto + VAT	200 zł netto + VAT
II termin: do 2 września do godz. 16:00	975 zł netto + VAT	1175 zł netto + VAT	200 zł netto + VAT
III termin: do 5 września do godz. 16:00	1950 zł netto + VAT	2350 zł netto + VAT	200 zł netto + VAT

Współzgłoszenie:* Współzgłaszający będący klientem agencji należącej do ZFPR nie ponosi dodatkowych opłat. Każde kolejne współzgłoszenie jest obowiązkowo dodatkowo płatne. Opłata za współzgłoszenie może zostać doliczona do opłaty zgłoszeniowej lub dokonana bezpośrednio przez Podmiot Współzgłaszający.

KTO MOŻE ZGŁOSIĆ PROJEKT?

1. W Konkursie mogą brać udział kampanie, programy i projekty zrealizowane na obszarze Polski przez: osoby prawne, podmioty gospodarcze, jednostki samorządowe, instytucje państwowe, zakłady publiczne, organizacje pożytku publicznego, szkoły i uczelnie, osoby działający samodzielnie w branży PR oraz inne podmioty realizujące projekty PR.
2. Zgłoszenie może zostać dokonane przez więcej niż jeden podmiot
W takim przypadku można wyróżnić:
 - 2.1. Podmiot Zgłaszający – może być tylko jeden Podmiot Zgłaszający. Podmiot Zgłaszający jest odpowiedzialny za zgłoszenie Projektu do Konkursu i jest prezentowany przez Organizatora jako pierwszy uczestnik Konkursu. Organizator na każdym etapie Konkursu będzie się kontaktował z Podmiotem Zgłaszającym.
 - 2.2. Podmiot Współzgłaszający – nie ma ograniczenia liczby Podmiotów Współzgłaszających. Podmioty Współzgłaszające to podmioty, które w znaczący sposób przyczyniły się do powstania Projektu.

ZGŁOSZENIE – jakie projekty można zgłaszać i jak zgłaszać?

1. Do Konkursu mogą zostać zgłoszone Projekty:
 - 1.1. 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.
 - 1.2. 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.
 - 1.3. 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.
2. Podmiot Zgłaszający Projekt powinien wyraźnie zaznaczyć w Zgłoszeniu czy działaniom PR towarzyszyły działania reklamowe i marketingowe oraz przedstawić wyłącznie cele, działania i efekty zrealizowane w ramach kampanii PR. Tylko taki zakres Projektu poddawany jest ocenie Jurorów. W przypadku zaprezentowania działań oraz efektów niezwiązanych z działaniami PR, Projekt może zostać zdyskwalifikowany przez Organizatora.
3. Jeden podmiot może zgłosić do Konkursu dowolną liczbę Projektów w jednej lub w kilku Kategoriach. W takiej sytuacji każdy zgłaszany Projekt musi zawierać odrębną dokumentację, odrębne zgłoszenie, które zostanie osobno zarejestrowane i osobno opłacone.
4. Projekt zostanie przyjęty do Konkursu po zrealizowaniu następujących czynności:
 - 4.1. Wypełnieniu i przesłaniu Formularza Zgłoszeniowego online dostępnego na platformie www.zlotespinacze.pl zgodnie z instrukcjami i wskazaniem zamieszczonymi w treści Formularza Zgłoszeniowego.

- 4.2. Wniesieniu opłaty za Zgłoszenie.
5. Zgłoszenie może zawierać linki do: stron internetowych, witryn zawierających pdf, wykresów, elementów graficznych i innych źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty Projektu. Linki mogą znajdować się tylko w wybranych polach Formularza Zgłoszeniowego i nie może być ich więcej niż trzy. W przypadku umieszczania powyższych odnośników do źródeł w innych polach Formularza Zgłoszeniowego lub przekroczenie dozwolonej liczby Organizator zastrzega sobie prawo do podjęcia decyzji o niedopuszczeniu danego Projektu do Konkursu i jego dyskwalifikacji. W takim przypadku opłata konkursowa nie podlega zwrotowi.

KATEGORIE KONKURSOWE

1. Konkurs rozgrywany jest w 34 Kategoriach konkursowych: 18 Kategoriach głównych, 13 Kategoriach sektorowych i 3 Kategoriach specjalnych. Szczegółowy opis Kategorii dostępny jest na stronie www.zlotespinacze.pl.
- A. KATEGORIE GŁÓWNE - w tej części nagradzane są najlepsze praktyki w odniesieniu do głównych dyscyplin public relations. Jeden Projekt może być zgłoszony do więcej niż jednej, ale maksymalnie do 3 Kategorii głównych.
1. PR korporacyjny
 2. PR produktu
 3. Komunikacja antykrzysowa i komunikacja kryzysowa
 4. Public Affairs i Lobbying
 5. Kampania społeczna
 6. Komunikacja wewnętrzna
 7. Event komercyjny
 8. Event społeczny
 9. Launch produktu, usługi lub firmy
 10. Sustainability & CSR Communications
 11. Social media
 12. Business-to-Business PR
 13. PR finansowy i relacje inwestorskie
 14. Media Relations
 15. Employer Branding
 16. Content marketing – branded content
 17. Custom Publishing
 18. PR miejsca, miasta lub regionu
- B. KATEGORIE SEKTOROWE - do Kategorii sektorowych mogą być zgłoszone kampanie public relations zrealizowane na rzecz firm i/lub instytucji reprezentujących poszczególne branże.

ZŁOTE SPINACZE

Zgłoszenia mogą dotyczyć wszystkich dyscyplin public relations objętych katalogiem Kategorii głównych. Jeden Projekt może być zgłoszony do jednego sektora, o którym decyduje branża, z której pochodzi Podmiot zgłaszający lub współzgłaszający a nie kontekst Projektu.

1. Technologia, IT, telekomunikacja
2. Finanse
3. Uroda, higiena i wellness
4. Moda i styl życia
5. Sektor spożywczy
6. Kultura i media
7. Medycyna i zdrowie
8. Sport
9. Turystyka i rekreacja
10. Nieruchomości, budownictwo, dom i wnętrze
11. Przemysł i infrastruktura
12. Motoryzacja i transport
13. NGO i sektor publiczny

- C. KATEGORIE SPECJALNE - w tej grupie nagradzane są kampanie public relations, które w ponadprzeciętny sposób skupiły uwagę interesariuszy i/lub szerszej opinii publicznej oraz zdecydowanie wyróżniały się spośród wszystkich zgłoszonych do Konkursu Projektów pod względem jednego z następujących kluczowych wymiarów: kreatywności, efektywności realizacyjnej i/lub szerokości i głębokości przeprowadzonej analizy badawczej, która doprowadziła do odkrycia unikalnej obserwacji i postawienia przełomowej diagnozy. Jeden Projekt może być zgłoszony do maksymalnie 3 Kategorii specjalnych:

1. Kreatywność.
2. Efektywność
3. Research&Insight

Warunkiem zgłoszenia Projektu do Kategorii specjalnej jest wcześniejsze jego zgłoszenie do przynajmniej jednej z Kategorii głównych.

2. Każdy Projekt może być zgłoszony do jednej Kategorii głównej oraz może zostać dodatkowo zgłoszony do:

- 2.1. maksymalnie dwóch innych Kategorii głównych (w sumie maksymalnie trzy Kategorie główne),
- 2.2. jednej Kategorii sektorowej.
- 2.3. trzech Kategorii specjalnych

3. Biuro zajmuje się weryfikacją zgłoszeń do Konkursu oraz sprawdzeniem zgodności Zgłoszeń z Regulaminem. W przypadku poważnych wątpliwości dotyczących zgłoszenia Projektu do danej

Kategorii, Biuro może zasugerować Zgłaszającemu zmianę Kategorii. Ostateczną decyzję o ew. zmianie Kategorii oraz związanej z tym odpowiedzialności podejmuje Zgłaszający.

KRYTERIA OCENY PROJEKTÓW – I ETAP KONKURSU

1. Projekty w Kategoriach głównych i Kategoriach sektorowych są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami.

1.1. WYZWANIE – w tym wymiarze Jurorzy oceniają stopień trudności zadania, jakie zostało postawione przed Zgłaszającym. Pod uwagę będą brane w szczególności: kontekst społeczny i uwarunkowania rynkowe, zakładany rezultat biznesowy oraz na ile cele Projektu były ambitne i trudne (złożoność całego przedsięwzięcia), w tym warunki ekonomiczne realizacji (dostępny budżet);

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

1.2. DIAGNOZA (research & insight) – w tym wymiarze Jurorzy oceniają złożoność i głębokość analizy przeprowadzonej przez Zgłaszającego oraz jakość wyprowadzonych na tej podstawie wniosków i kluczowych obserwacji (insights), które zdeterminowały obranie konkretnej strategii. Na szczególne docenienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą zastosowanie niestandardowych metod diagnostycznych, wykraczających poza analizę danych i informacji powszechnie dostępnych (desk research).

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

1.3. STRATEGIA – w tym wymiarze Jurorzy oceniają trafność wytyczonej przez Zgłaszającego drogi do celu. Krytycznej ocenie będzie poddana umiejętność logicznej interpretacji wniosków z analizy zagadnienia dla zdefiniowania niestandardowych środków oddziaływania na grupy docelowe i określenia optymalnego planu działań komunikacyjnych, zarówno od strony strategicznej (logika w obraniu właściwego kierunku), jak i taktycznej (dobór narzędzi).

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.

1.4. KREACJA – w tym wymiarze Jurorzy dokonują oceny na ile działania zrealizowane przez Zgłaszającego są innowacyjne, przełamują utarte stereotypy i wytyczają nowe/unikalne kierunki dla działań komunikacyjnych.

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów

1.5. EFEKTYWNOŚĆ – to szczególnie istotny wymiar oceny prac zgłaszanych do Konkursu. Punkty w tej kategorii Jurorzy będą przyznawać za udokumentowane i/lub uwiarygodnione efekty przeprowadzonych działań. Parametry ilościowe (OUTPUT) takie jak AVE, impresje, dotarcie, czy przedstawione zasięgowe publikacje będą punktowane dodatnio, jednak na szczególne wyróżnienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą jakościową zmianę postaw/nastawień w grupie/grupach docelowej/ych (OUTCOME), która umożliwiła realizację założonych celów. Projekty/kampanie, które w udokumentowany sposób wykażą osiągnięcie założonego celu biznesowego (IMPACT), będą przez jurorów oceniane szczególnie wysoko.

Za ten obszar Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów

ZŁOTE SPINACZE

2. Ocena Projektów w Kategoriach Głównych i Kategoriach Sektorowych następuje w systemie punktowym. Każdy z Jurorów oceniając poszczególne zgłoszenie może przyznać Projektowi od 0 do 10 punktów w każdym z pięciu obszarów. Projekt może otrzymać maksymalnie 50 punktów.
3. Projekty w Kategoriach Specjalnych są oceniane zgodnie z poniższymi kryteriami:
 - 3.1. w kategorii „Research&Insight” – za rzetelność oceny uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych związanych z przedmiotem programu/kampanii i trafność diagnozy, która pozwoliła na obranie optymalnej strategii działania i doprowadziła do realizacji zakładanych celów;
Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.
 - 3.2. w kategorii „Kreatywność” – za unikalne, innowacyjne i niestandardowe podejście do realizacji powierzonego zadania, które zaowocowało nieprzeciętnymi wynikami oraz wyznaczyło nowy kierunek działań komunikacyjnych;
Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.
 - 3.3. w kategorii „Efektywność” – za udokumentowane osiągnięcie założonych celów, w szczególności biznesowych takich jak: wzrost sprzedaży; wzrost świadomości i/lub rozpoznawalności produktu, usługi, marki bądź kluczowego zagadnienia oraz zmianę postaw prowadzącą do wykreowania pożądanych preferencji w gronie odbiorców przekazu.
Projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów.
4. Ocena projektów w Kategoriach Specjalnych następuje w systemie punktowym. Projekt może otrzymać maksymalnie 10 punktów.
5. Do Etapu II przechodzą, czyli nominowane są, 3 najwyżej ocenione projekty w każdej z 34 Kategorii, przy czym warunkiem otrzymania nominacji jest uzyskanie w Etapie I minimum 28 punktów w kategoriach głównych i sektorowych i minimum 6 punktów w kategoriach specjalnych. Nominowanych w poszczególnych Kategoriach może być więcej w przypadku, gdy trzeci w kolejności wynik w danej kategorii (ta sama liczba punktów) uzyska więcej niż jeden projekt.

II ETAP – NOMINOWANI

1. Lista Projektów nominowanych do Etapu II, zostanie opublikowana na stronie Konkursu <http://www.zlotespinacze.pl> w dniu 9 października 2019 r. Tego samego dnia nominowani Zgłaszający otrzymają mailowe potwierdzenie nominacji wraz z instrukcją przygotowania zgłoszeń do II Etapu Konkursu.
2. Nominowani do Etapu II Konkursu powinni przygotować następujące zgłoszenie uzupełniające:
 - prezentację (obowiązkowo) – w formacie pdf, wielkość: maksymalnie 20 slajdów. Prezentacja może zawierać odniesienia/linki do badań, stron www, oraz inne elementów uwiarygadniających dane zgłoszenie

ZŁOTE SPINACZE

- film (nieobowiązkowo) – jeden film w formacie mp4, długość: maksymalnie 3 min, waga: maksymalnie do 200 MB
 - grafikę (obowiązkowo dla biorących udział w Konkursie na Nagrodę Publiczności) – Poster w formacie A3, będący graficzną prezentacją Projektu, zapisany w wysokiej rozdzielczości w dwóch formatach: JPG oraz 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 w dniu obrad.
3. Nominowani są zobowiązani dostarczyć wymagane materiały do oceny w Etapie II w nieprzekraczalnym terminie do 21 października 2019 r. do godz. 12:00.

NAGRODY

1. Nagrodą w Konkursie jest Statuetka, odpowiednio Złoty, Srebrny lub Brązowy Spinacz, wręczana podczas Gali Złote Spinacze 6 grudnia 2019 r.
2. Projekty Nominowane mogą wziąć udział w Konkursie na Nagrodę Publiczności. Nagrodą w konkursie jest Statuetka Złota Trąbka przyznana w trakcie Gali. Zasady udziału w konkursie na Nagrodę Publiczności opisane są w oddzielnym dokumencie: Regulaminie konkursu na Nagrodę Publiczności, który jest dostępny na stronie glosowanie.zlotespinacze.pl
3. W ramach Konkursu zostanie wyłoniona najlepsza firma w Konkursie (dalej: „Najlepszy w konkursie”), która otrzyma nagrodę: Tytanowy Spinacz
4. W celu wyłonienia „Najlepszego w konkursie” zostanie przeprowadzony ranking podmiotów biorących udział w Konkursie według punktacji:
Złoty Spinacz – 7 punktów
Srebrny Spinacz – 4 punkty
Brązowy Spinacz – 2 punkty
W przypadku Współzgłoszenia, każdy z Podmiotów Współzgłaszających otrzyma:
Złoty Spinacz – 3 punkty
Srebrny Spinacz – 2 punkty
Brązowy Spinacz – 1 punkt.

Osoba kontaktowa:
Katarzyna Rudzik
Menedżer ZFPR
katarzyna.rudzik@zfpr.pl
tel. 531 848 470

<https://zlotespinacze.pl/>