

# ZŁOTE SPINACZE 2024

WEBINAR DLA ZGŁASZAJĄCYCH  
**25 LIPCA** GODZ.10:00



## ZWIĄZEK FIRM PUBLIC RELATIONS

POWSTAŁ W 2001 ROKU JAKO REPREZENTACJA BRANŻY  
PROFESJONALNYCH USŁUG PR W POLSCE.

---



Zrzesza kilkadziesiąt wiodących agencji specjalizujących się w usługach public relations i od ponad dwóch dekad realizuje szereg inicjatyw badawczych oraz edukacyjnych, wpływających na intensywny rozwój branży, a także podnoszenie kwalifikacji zawodowych.

Związek Firm PR to jedyna w Polsce organizacja oferująca certyfikowane kursy Akademii London School of Public Relations. Do jego flagowych inicjatyw należą: konkurs „Złote Spinacze” i „The Next Gen of PR”, ranking agencji wg fee income, badanie płac czy inicjatywa „PR to nie propaganda” ukierunkowana na odbudowę reputacji branży.

ZFPR jest członkiem Międzynarodowej Organizacji Konsultantów do Spraw Komunikacji (ICCO) oraz Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy.



## WAŻNE DATY

---

### TERMINY ZGŁOSZEŃ

- I TERMIN 10 lipca – 5 sierpnia
- II TERMIN 6 sierpnia – 2 września
- III TERMIN 3 września – 8 września

### OGŁOSZENIE NOMINACJI

11 października

### PRZESYŁANIE MATERIAŁÓW DO II ETAPU

25 października do godz. 15:00

### GALA

9 grudnia

## JAKIE PROJEKTY MOŻNA ZGŁOSIĆ?

---

- Projekty realizowane w okresie od 1 stycznia 2023 r. do 8 września 2024 r., które mogły rozpocząć się przed tym okresem lub mogą skończyć się później, ale podane w Zgłoszeniu informacje, dane i wyniki muszą odnosić się do wskazanego okresu.
- Kolejne edycje 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.
- Projekty, 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.**

Podmiot zgłaszający projekt powinien wyraźnie zaznaczyć w zgłoszeniu, czy projektowi towarzyszyły działania reklamowe i/lub inne działania marketingowe oraz przedstawić wyłącznie cele, działania i efekty osiągnięte w ramach kampanii PR. Tylko taki zakres projektu poddawany jest ocenie jurorów!

## KTO MOŻE ZGŁASZAĆ PROJEKTY?

---

Konkurs ma charakter otwarty i jest kierowany do wszystkich 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).



ZŁOTE  
SPINACZE  
2024

## KATEGORIE KONKURSOWE

### 20 kategorii **GLÓWNYCH**

- PR korporacyjny
- PR produktu
- Issue management i komunikacja kryzysowa
- Advocacy i Public Affairs
- Kampania społeczna
- PR pro bono
- Walka z dezinformacją
- Employee experience i komunikacja wewnętrzna
- Event komercyjny
- Event społeczny
- Launch produktu, usługi lub firmy
- ESG, Sustainability&CSR Communications
- PR miejsca, miasta lub regionu
- Social media
- Business-to-Business PR
- Komunikacja z rynkiem kapitałowym
- Media Relations
- Employer Branding
- Content marketing – branded content
- Custom publishing

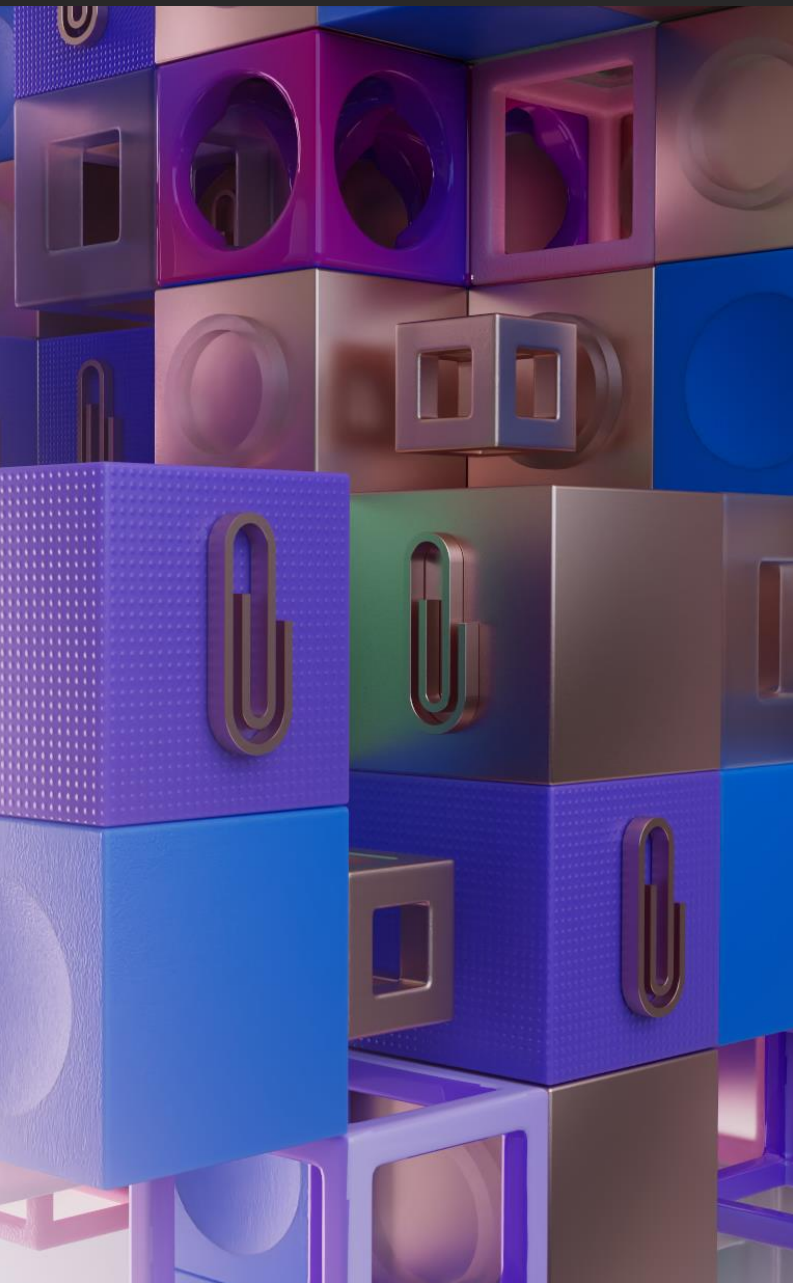
### 12 kategorii **SEKTOROWYCH**

- 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

### 3 kategorie **SPECJALNE**

- Kreatywność
- Efektywność
- Research&Insight

Definicje kategorii:  
[www.zlotespinacze.pl/kategorie](http://www.zlotespinacze.pl/kategorie)



## ZGŁOSZENIE PROJEKTU

---

**KAŻDY PROJEKT NALEŻY ZGŁOSIĆ  
DO PRZYNAJMNIEJ JEDNEJ KATEGORII GŁÓWNEJ.**

Dodatkowo ten sam projekt można zgłosić do:

- drugiej kategorii głównej,
- jednej kategorii sektorowej (o której decyduje branża, z której pochodzi podmiot zgłaszający lub współzgłaszający czy też podmiot na rzecz którego realizowany jest projekt, a nie zakres merytoryczny zgłaszanego projektu),
- trzech kategorii specjalnych.

Zgłaszający może wybrać jeden z dwóch sposobów zgłaszania projektów, tj.:

- wypełnienie formularza osobno dla każdej kategorii,
- wypełnienie formularza jeden raz dla wszystkich kategorii.

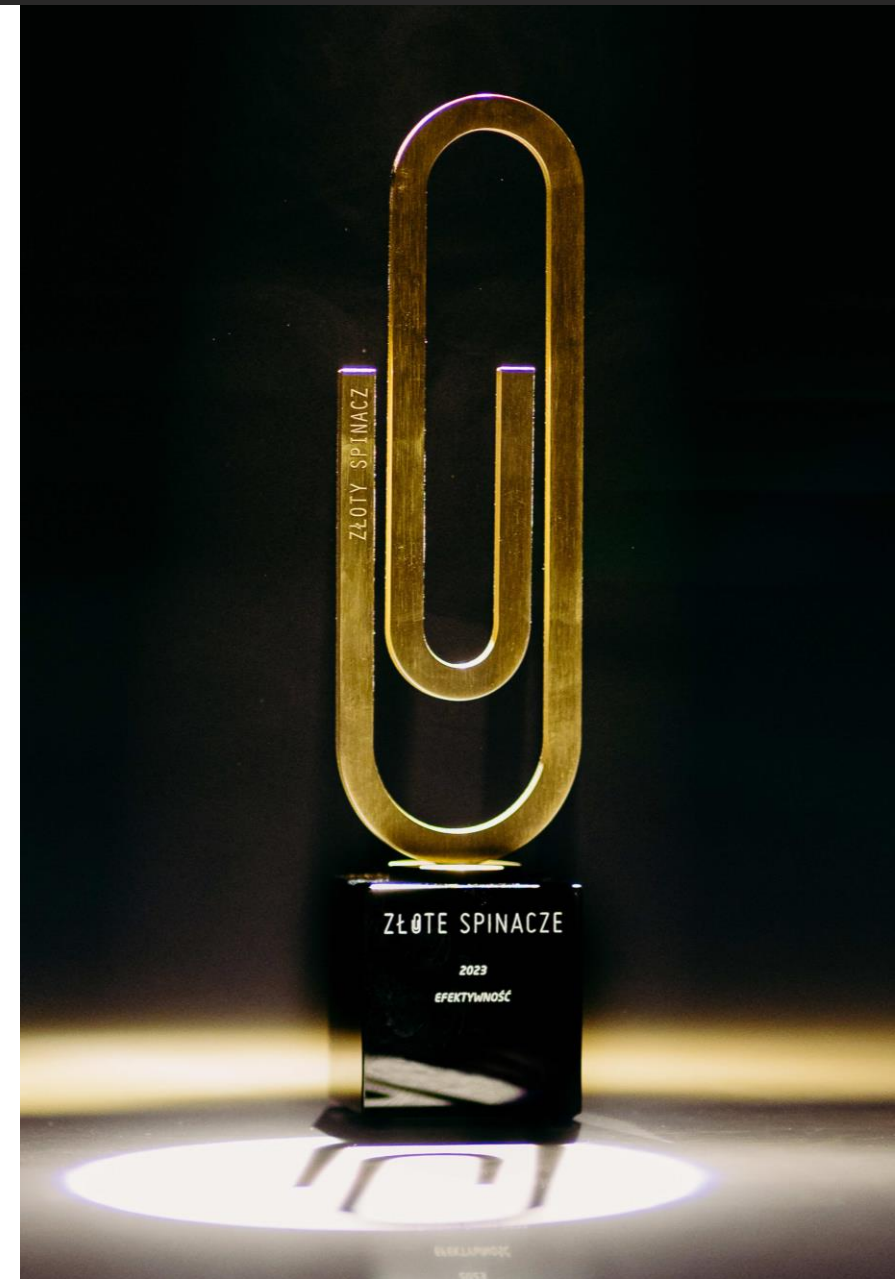
## OPŁATY

---

Zgłoszenie do każdej kategorii wymaga osobnej opłaty – zgodnie z cennikiem dostępnym na stronie: [www.zlotespinacze.pl/warunki-zgloszenia](http://www.zlotespinacze.pl/warunki-zgloszenia).

### Płatne współzgłoszenie

- Każde współzgłoszenie jest płatne niezależnie od terminu dokonania zgłoszenia.
- **Wyjątek!** Współzgłaszający będący podmiotem, na rzecz którego stworzono Projekt i będący klientem agencji należącej do ZFPR nie ponosi dodatkowych opłat. Kolejne współzgłoszenia wymagają opłaty.





## JURY KONKURSU

---

W skład Jury wchodzi przedstawiciele branży public relations, mediów, organizacji pozarządowych, świata nauki i biznesu, a w tym sektorów takich jak medycyna, telekomunikacja, przemysł, paliwa, motoryzacja, nowe technologie czy przemysł spożywczy.

W tym roku zgłoszone prace będzie oceniać ponad 120-osobowe Jury.



## WERYFIKACJA ZGŁOSZEŃ

---

W przypadku poważnych wątpliwości dotyczących zgłoszenia projektu do danej kategorii **Biuro może zasugerować zgłaszającemu zmianę kategorii.**

Jury również ma prawo zgłosić wątpliwości odnośnie wybranej przez Zgłaszającego kategorii i zaproponować jej zmianę.

**OSTATECZNĄ DECYZJĘ O ZMIANIE KATEGORII ZAWSZE PODEJMUJE ZGŁASZAJĄCY.**





## NAGRODY W KONKURSIE

---

### NAGRODAMI W KONKURSIE SĄ STATUETKI ZŁOTYCH, SREBRNYCH I BRĄZOWYCH SPINACZY

W ramach konkursu zostanie wyłoniona także najlepsza firma /podmiot, która otrzyma nagrodę – **TYTANOWY SPINACZ**.

W tym celu zostanie przeprowadzony ranking podmiotów biorących udział w konkursie według punktacji:

- Złoty Spinacz – 7 punktów
  - Srebrny Spinacz – 4 punkty
  - Brązowy Spinacz – 2 punkty
- + punkty za współzłoszenia

## ETAPY KONKURSU

---

### ETAP I

- FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY (wzór pliku do pobrania na stronie konkursu [www.zlotespinacze.pl/zglos-projekt](http://www.zlotespinacze.pl/zglos-projekt)).

### ETAP II

(dotyczy tylko projektów nominowanych):

- PREZENTACJA (obowiązkowa) – w formacie pdf, wielkość: **maksymalnie 20 slajdów, waga do 100 MB.** prezentacja może zawierać odniesienia/linki do badań, stron www, oraz innych elementów uwiarygadniających dane zgłoszenie;
- FILM (nieobowiązkowy) – jeden film w formacie mp4, **długość: maksymalnie 3 min., waga: maksymalnie do 200 MB.**

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.

## JAK WYPEŁNIĆ FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY?

**1**

### **KROK 1 – Podstawowe informacje o projekcie**

- tytuł (max 60 znaków ze spacjami)
- czas realizacji
- opcje wyboru:
  - czy zgłaszany projekt jest kolejną edycją projektu realizowanego w ubiegłych latach?
  - czy zgłaszany projekt jest adaptacją projektu zagranicznego?
  - czy projekt był realizowany z innymi podmiotami?

**2**

### **KROK 2 – Wybór kategorii i sposobu zgłaszania**

możliwość wypełnienia formularza osobno do każdej z wybranych kategorii lub razem dla wszystkich wybranych kategorii

## 3

**KROK 3 – Opis projektu**

- Uzasadnienie zgłoszenia (max 600 znaków ze spacjami w kategorii głównej oraz sektorowej; w kategoriach specjalnych pole **Ambicja** z limitem 2.000 znaków ze spacjami)
- Opis projektu (max 5.000 znaków ze spacjami)
  1. WYZWANIE
  2. DIAGNOZA
  3. STRATEGIA
  4. REALIZACJA
  5. WYNIK



**UWAGA!** Na końcu formularza istnieje możliwość zamieszczenia **3 linków do źródeł**, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu.

## WYZWANIE

- określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych / wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).

### O czym pamiętać?

- Przedstaw kontekst projektu, który pozwoli zrozumieć i ocenić stopień trudności realizowanego zadania;
- Opisz w szczególności:
  - uwarunkowania społeczne i rynkowe projektu;
  - zakładany rezultat;
  - warunki ekonomiczne realizacji i dostępny budżet;
- Wskaż, na ile cele projektu były ambitne i trudne.

## DIAGNOZA

- kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.

Co w tym wymiarze oceniają jurorzy?

- Złożoność i głębokość przeprowadzonej analizy (**Research**);
- Jakość wyprowadzonych na podstawie analizy wniosków i kluczowych obserwacji (**Insight**), które zdeterminowały obranie konkretnej strategii.
- Jeżeli zastosowane zostały **niestandardowe metody diagnostyczne** (badania), wykraczające poza analizę danych i informacji powszechnie dostępnych (desk research), opisz je także koniecznie w zgłoszeniu.



## STRATEGIA

- opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).

### O czym pamiętać?

- Opisz zwięźle strategię działań, które były odpowiedzią na zidentyfikowane wyzwanie, opisane już przez Ciebie w zgłoszeniu – Jurorzy oceniać będą trafność wytyczonej drogi do celu.
- Oceniana będzie 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).

## REALIZACJA

– plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.

### Na co zwrócić uwagę?

- Wykaż, w jaki sposób przyjęta strategia przełożyła się na działania angażujące grupy docelowe;
- Opisz plan działań, dobrane narzędzia i formy komunikacji oraz przebieg kampanii w czasie;
- Skoncentruj się na opisanu działań niestandardowych – w tym wymiarze Jurorzy będą przyznawać również punkty za kreatywność.

## WYNIKI

– uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.

### Na co uważać?

- Udowodnij, że wyniki, które przedstawiasz mają związek z przedstawionym wyzwaniem oraz założonymi celami projektu;
- Opisz uzyskane efekty, które są następstwem przyjętej strategii i przeprowadzonych działań;
- Dane powinny być udokumentowane i/lub uwiarygodnione – wskaż źródło danych (np. link do raportu firmy badawczej), opisz sposób mierzenia KPI (jeżeli wymaga tego wskaźnik);
- Właściwie zaprezentuj dane dot. zasięgów – do danych pochodzących z TV, radia i prasy rekomendujemy użycie kalkulatora opracowanego w ramach Klubu Dyrektorek i Dyrektorów PR – „Zmierz PR” i podanie otrzymanego wyniku w zgłoszeniu – [www.zmierzpr.pl](http://www.zmierzpr.pl).

## Zmierz PR

**Branża PR ogłasza  
nowy standard  
ilościowego mierzenia  
skuteczności kampanii  
komunikacyjnych**

## KALKULATOR MIERZENIA ZASIĘGU

# Zmierz PR

[HOME](#) [ZMIERZ](#) [AUTORZY](#) [KONTAKT](#)

### Użyj kalkulatora

dla danych z prasy, radia, telewizji i portali internetowych.

**W miejscu „Mój zasięg” wpisz uzyskany z serwisów monitoringu mediów zasięg w celu przeliczenia go na statystycznego odbiorcę w kraju. W podstawowym wariancie skorzystaj z opcji: „płeć – wszyscy”, „wiek – wszyscy”.**

Jeśli wiesz, że publikacje na temat Twojego projektu/kampanii pojawiły się tylko w mediach o określonym profilu np. w mediach kobiecych, w mediach adresowanych do seniorów itp., czyli możesz precyzyjnie określić grupę docelową, do której dotarł przekaz, możesz skorzystać z opcji przeliczania zasięgu według struktury płci/wieku.

Uwaga! Aby uzyskać wynik zgodny z metodologią nowego standardu, podaj **sumaryczną liczbę** zasięgu projektu lub kampanii, która u Twojego dostawcy odpowiada za **potencjalne kontakty z pojedynczymi materiałami**.

\* Dane dotyczące struktury ludności Polski pochodzą z Głównego Urzędu Statystycznego.

Wiek:

Płeć:

## LINKI DOKUMENTUJĄCE WYNIKI

- Maksymalnie 3 linki w zgłoszeniu;
- Linki do źródeł, które odnoszą się **wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu** np.:
  - kluczowa publikacja;
  - podsumowanie wyników;
  - raport z monitoringu mediów.

### PODSUMOWANIE PRZEKAZU MEDIALNEGO



4

**KROK 4 – Dane kontaktowe**

- Dane Podmiotu Zgłaszającego / Współzgłaszającego
- Dane do faktury

5

**KROK 5 – Klauzule**

Akceptacja wymaganych zgód marketingowych

@

Po wysłaniu zgłoszenia otrzymasz potwierdzenie na adres mailowy podany w zgłoszeniu.



## OCENA PROJEKTÓW – ETAP I

---

### KRYTERIA OCENIANIA W KATEGORIACH GŁÓWNYCH I SEKTOROWYCH:

- WYZWANIE 0 – 10 pkt
- DIAGNOZA 0 – 10 pkt
- STRATEGIA 0 – 10 pkt
- KREACJA 0 – 10 pkt
- EFEKTYWNOŚĆ 0 – 10 pkt

W każdej kategorii na listę nominowanych przechodzą 3 najwyżej ocenione projekty. Warunkiem otrzymania nominacji jest uzyskanie minimum 28 punktów .



## KRYTERIA OCENIANIA W KATEGORIACH SPECJALNYCH:

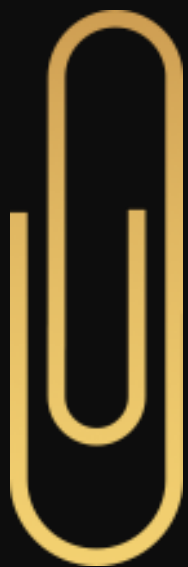
- projekt może otrzymać od 0 do 10 punktów;
- w kategorii „**Research&Insight**” – za rzetelność oceny uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych związanych z przedmiotem projektu i trafność diagnozy, która pozwoliła na obranie optymalnej strategii działania i doprowadziła do realizacji zakładanych celów;
- w kategorii „**Kreatywność**” – za unikalne, innowacyjne i niestandardowe podejście do realizacji powierzonego zadania, które zaowocowało nieprzeciętnymi wynikami oraz wyznaczyło nowy kierunek działań komunikacyjnych;
- w kategorii „**Efektywność**” – za udokumentowane osiągnięcie założonych celów, w szczególności biznesowych takich jak: wzrost sprzedaży, wzrost świadomości, rozpoznawalności produktu, usługi, marki bądź kluczowego zagadnienia oraz zmianę postaw prowadzącą do wykreowania pożądanego preferencji w gronie odbiorców przekazu.



W każdej kategorii na listę nominowanych przechodzą **3 najwyżej ocenione projekty**.

Warunkiem otrzymania nominacji jest uzyskanie minimum **6 punktów**.





# ZŁOTE SPINACZE

**ZGŁOŚ PROJEKT!**

[www.zlotespinacze.pl](http://www.zlotespinacze.pl)

---

10.07 – 8.09.2024