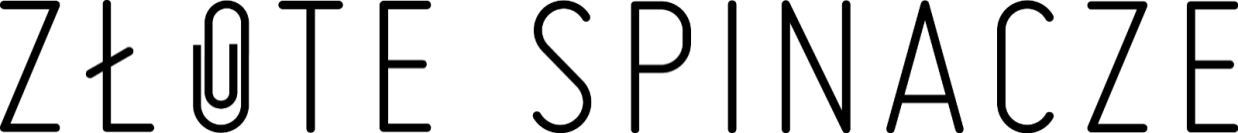
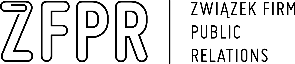
****

**WZÓR**

**FORMULARZA ZGŁOSZENIOWEGO 2025**

****

KROK 1

NAPISZ O PROJEKCIE

**Tytuł projektu\*:** (max 60 znaków ze spacjami)

|  |
| --- |
|  |

**Czas realizacji projektu\*:** (MIESIĄC/ROK-MIESIĄC/ROK)

|  |
| --- |
|  |

**Zgłaszany projekt jest kolejną edycją projektu realizowanego w ubiegłych latach**

Opis sytuacji

|  |
| --- |
|  |

**Zgłaszany projekt jest adaptacją projektu zagranicznego**

Opis sytuacji

|  |
| --- |
|  |

**Projekt realizowany wspólnie z innymi podmiotami (zarówno w Polsce, jak i za granicą). Wykaz podmiotów zaangażowanych w projekt / potwierdzenie posiadania zgody podmiotu zlecającego działania**

|  |
| --- |
|  |

KROK 2

WYBÓR KATEGORII I SPOSOBU ZGŁASZANIA

*W tym roku konkurs rozgrywany jest w****35 kategoriach.***

***Każdy projekt należy zgłosić do przynajmniej jednej kategorii głównej.***

***Dodatkowo ten sam projekt może zostać zgłoszony 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.*

*Uwaga!****Zgłoszenie do każdej kategorii (głównej, sektorowej, specjalnej) wymaga opłaty zgodnie z***[***cennikiem***](https://zlotespinacze.pl/warunki-zgloszenia/)***.***

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

* *wypełnienie formularza osobno dla każdej kategorii lub*
* *wypełnienie formularza jeden raz dla wszystkich kategorii.*

KROK 3

ZGŁOSZENIE W KATEGORIACH GŁÓWNYCH I SEKTOROWYCH

1. **Uzasadnienie zgłoszenia** (max 600 znaków ze spacjami. Tekst nie zmniejsza limitu 5 000 znaków na zgłoszenie do Konkursu)**\*: Dlaczego projekt zasługuje na nagrodę w tej konkretnej kategorii?**

|  |
| --- |
|  |

*W przypadku projektów zgłaszanych w* ***kategorii Custom Publishing obligatoryjne jest dołączanie linku do zgłaszanej publikacji w formie pliku pdf lub publikacji online****. Link będzie można zamieścić w dedykowanym polu.*

**OPIS PROJEKTU (opis do max 5 000 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).

|  |
| --- |
|  |

* *W tym wymiarze Jurorzy poznają kontekst, który pozwala zrozumieć i ocenić stopień trudności realizowanego zadania. Opisz w szczególności: uwarunkowania społeczne i rynkowe projektu, zakładany rezultat oraz warunki ekonomiczne realizacji i dostępny budżet. Wskaż, na ile cele projektu były ambitne i trudne.*

1. **Diagnoza**: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.

|  |
| --- |
|  |

* *W tym wymiarze Jurorzy oceniają złożoność i głębokość przeprowadzonej analizy (Research) oraz jakość wyprowadzonych na tej podstawie wniosków i kluczowych obserwacji (Insight), które zdeterminowały obranie konkretnej strategii. Na szczególne docenienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą zastosowanie niestandardowych metod diagnostycznych (badania), wykraczających poza analizę danych i informacji powszechnie dostępnych (desk research).*

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

|  |
| --- |
|  |

* *W tym wymiarze Jurorzy oceniają 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).*

*Opisz zwięźle strategię działań, które były odpowiedzią na zidentyfikowane wyzwanie.*

1. **Realizacja**: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.

|  |
| --- |
|  |

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

1. **Wynik**: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.

|  |
| --- |
|  |

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

**Linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu (np.: kluczowa publikacja, podsumowanie wyników/raport z monitoringu mediów).**

Limit: 3 linki.

KROK 3

ZGŁOSZENIE W KATEGORIACH SPECJALNYCH

1. **Ambicja (max 2 000 znaków ze spacjami. Tekst nie zmniejsza limitu 5 000 znaków na zgłoszenie do Konkursu)\*:** **Dlaczego ten projekt zasługuje na przyznanie Złotego Spinacza w tej kategorii specjalnej? Przedstawienie przekonującej argumentacji na podstawie wiarygodnych informacji i danych.**

|  |
| --- |
|  |

**OPIS PROJEKTU (opis do max 5 000 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).

|  |
| --- |
|  |

* *W tym wymiarze Jurorzy poznają kontekst, który pozwala zrozumieć i ocenić stopień trudności realizowanego zadania. Opisz w szczególności: uwarunkowania społeczne i rynkowe projektu, zakładany rezultat oraz warunki ekonomiczne realizacji i dostępny budżet. Wskaż na ile cele projektu były ambitne i trudne.*

1. **Diagnoza**: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.

|  |
| --- |
|  |

* *W tym wymiarze Jurorzy oceniają złożoność i głębokość przeprowadzonej analizy (Research) oraz jakość wyprowadzonych na tej podstawie wniosków i kluczowych obserwacji (Insight), które zdeterminowały obranie konkretnej strategii. Na szczególne docenienie będą zasługiwać zgłoszenia, które wykażą zastosowanie niestandardowych metod diagnostycznych (badania), wykraczających poza analizę danych i informacji powszechnie dostępnych (desk research).*

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

|  |
| --- |
|  |

* *W tym wymiarze Jurorzy oceniają 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).*

*Opisz zwięźle strategię działań, które były odpowiedzią na zidentyfikowane wyzwanie.*

1. **Realizacja**: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.

|  |
| --- |
|  |

* *Wykaż w jaki sposób przyjęta strategia przełożyła się na angażujące grupy docelowe działania. Opisz plan działań, dobrane narzędzia i formy komunikacji oraz przebieg kampanii w czasie. Skoncentruj się na opisaniu działań niestandardowych, ponieważ w tym wymiarze jurorzy będą przyznawać punkty za kreatywność*

1. **Wynik**: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.

|  |
| --- |
|  |

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

**Linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących rezultaty zrealizowanego projektu**.

Limit: 3 linki.

rezultaty zrealizowanego projektu. Limit:3

KROK 4

INFORMACJE O ZGŁASZAJĄCYM

**Nazwa podmiotu zgłaszającego projekt** (nazwy marketingowe, bez rozszerzeń rejestrowych: Sp z o.o, Sp. J itd.)\*

|  |
| --- |
|  |

**Rodzaj firmy\*-** wybór z listy:

|  |
| --- |
| agencja PR zrzeszona w ZFPR, agencja PR niezrzeszona w ZFPR, agencja marketingowa, korporacja / firma, urząd / instytucja państwowa, fundacja / organizacja pozarządowa, inne |

**Współzgłaszający** (nazwy marketingowe, bez rozszerzeń rejestrowych jak: Sp z o.o, Sp. J itd.)

**Nazwa klienta** (pole wypełniane tylko przez agencje ZFPR, dla których współzgłoszenie z klientem jest zwolnione z dodatkowej opłaty)

|  |
| --- |
|  |

**Nazwy podmiotów współzgłaszających**

|  |
| --- |
|  |

**Dane kontaktowe**

Imię i nazwisko\*

|  |
| --- |
|  |

E-mail\*

|  |
| --- |
|  |

Telefon\*

|  |
| --- |
|  |

**Dane do faktury**

Nazwa firmy/instytucji\*

|  |
| --- |
|  |

NIP\*

|  |
| --- |
|  |

Adres\*

|  |
| --- |
|  |

Adres e-mail do przesłania faktury\*

|  |
| --- |
|  |

Dodatkowe informacje do umieszczenia na fakturze (np. nr PO)

|  |
| --- |
|  |

KROK 5

AKCEPTACJA KLAUZUL

Oświadczam, że zapoznałem/-am się z Regulaminem Konkursu oraz Polityką Prywatności i je akceptuję.\*

Wyrażam zgodę na przetwarzanie podanych przeze mnie w formularzu danych osobowych przez administratora danych osobowych, którym jest Związek Firm Public Relations z siedzibą w Warszawie 00-732, przy ul. Czerskiej 8/10 („Administracja”) w celu zorganizowania i przeprowadzenia konkursu i gali Złote Spinacze 2025. Dane osobowe będą przetwarzane do czasu zakończenia i rozliczenia  ostatniej edycji konkursu Złote Spinacze. Mam świadomość dostępu do treści podanych przeze mnie danych osobowych, prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych, prawo wniesienia sprzeciwu, prawo do cofnięcia zgody w dowolnym momencie za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres email: [info@zfpr.pl](mailto:info@zfpr.pl) lub pocztą zwykłą na podany wyżej adres administratora. Podanie danych jest dobrowolne, ale konieczne do wzięcia udziału w Konkursie. Pozostałe informacje dotyczące przetwarzania przez administratora moich danych są zawarte [Polityce Prywatności](https://zfpr.pl/polityka-prywatnosci/).\*

Wyrażam zgodę na przesyłanie przez administratora, którym jest Związek Firm Public Relations z siedzibą w Warszawie 00-732, przy ul. Czerskiej 8/10 („Administracja”) informacji marketingowych drogą elektroniczną na adres poczty podany w formularzu. Powyższa zgoda może być w każdej chwili przez mnie odwołana na podstawie oświadczenia przesłanego za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres email: [info@zfpr.pl](mailto:info@zfpr.pl) lub zwykłą pocztą na podany wyżej adres administratora. Pozostałe informacje dotyczące przetwarzania przez administratora moich danych i przysługujących mu uprawnień z tym związanych są zawarte w[Polityce Prywatności](https://zfpr.pl/polityka-prywatnosci/).