

## **ПОЛОЖЕНИЕ**

### **о проведении республиканского конкурса «Бренд Удмуртии-2012»**

#### 1. Общие положения

Республиканский конкурс «Бренд Удмуртии-2012» (далее - конкурс) проводится с 01 июня 2012 года по 01 ноября 2012 года. Все вопросы по организации и проведению конкурса решает организационный комитет (далее - оргкомитет), утвержденный распоряжением Правительства Удмуртской Республики от 09 апреля 2012 года № 258-р.

Организаторы конкурса: Министерство торговли и бытовых услуг Удмуртской Республики (далее - организатор конкурса), Государственное предприятие Удмуртской Республики «Республиканский центр качества».

Конкурс проводится при содействии: Министерства экономики Удмуртской Республики, Министерства сельского хозяйства и продовольствия Удмуртской Республики, Министерства промышленности и энергетики Удмуртской Республики, других заинтересованных министерств и ведомств, администраций муниципальных районов и городских округов в Удмуртской Республике.

Партнерами конкурса могут быть средства массовой информации, предприятия и организации различных форм собственности, банки.

#### 2. Цели и задачи конкурса

Конкурс призван способствовать насыщению потребительского рынка высококачественной продукцией, продвижению современных технологий маркетинга и рекламы, повышению конкурентоспособности товаров и услуг, производимых в Удмуртской Республике.

#### 3. Участники конкурса

Участниками конкурса являются организации различных форм собственности, включая предприятия малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством товаров любых отраслей промышленности, оптовой и розничной торговли, предоставлением услуг, осуществляющие свою деятельность на территории Удмуртской Республики.

#### 4. Условия участия

Для участия в конкурсе организатору конкурса подается:

- заявка по одному бренду или нескольким брендам рекламных кампаний, которые проходили и проходят в 2011 - 2021 годы или могут быть запущены ранее, но должны проходить до 01 ноября 2012 года (приложение №1);
- информация (конспект заявки), подробно описывающая весь комплекс маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение бренда или ребрендинга за истекший период и данные, иллюстрирующие эффективность проведенных мероприятий в решении задач, стоящих перед брендом. В информации необходимо кратко и ясно указать основные задачи, стоящие перед брендом, и их конечный результат. Информация сопровождается образцами рекламной продукции - креативными материалами (приложение № 2).

Заявка со всеми материалами принимается организатором конкурса до 01 ноября 2012 года.

Все рекламные материалы, поданные на конкурс, не возвращаются и могут быть опубликованы, скопированы, показаны и транслированы с образовательными целями и с целью продвижения товаров, услуг по усмотрению организатора конкурса с согласия участника.

Хорошая информация – залог успеха, поскольку именно в ней заявитель подробно описывает рыночную ситуацию, поставленные цели и достигнутые результаты. Именно она является основой для оценки эффективности того или иного проекта. Материал должен быть изложен точно, лаконично, последовательно, удобен для чтения.

#### 5. Категории оценки конкурса. Критерии.

Конкурс включает 6 категорий и 3 номинации.

Категории:

Продовольственные товары, в том числе:

яйцо и мясо птицы;  
мясо и мясные продукты;  
молоко и молочные продукты;  
хлеб и хлебобулочные изделия (включая кондитерские изделия);  
ликероводочные изделия и минеральные воды и др.

Непродовольственные товары, в том числе:

лесная, деревообрабатывающая и  
целлюлозно-бумажная промышленность;  
промышленность строительных материалов;  
легкая промышленность;  
полиграфическая промышленность;  
машиностроение и металлообработка;  
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий;  
производство стекла и изделий из стекла;  
химическая промышленность и др.

Услуги и сервис, в том числе:

бытовое обслуживание населения;  
общественное питание;  
информационные услуги;  
гостиничные услуги;  
просветительские и др.

Товаропроизводители;

Торговые сети и центры, магазины, рынки, мелкорозничная сеть.

Предприятия малого и среднего бизнеса.

По решению оргкомитета участникам могут быть присвоены Номинации:

**Репутация и доверие.** Бренд, который существует на удмуртском рынке несколько лет, наиболее эффективно завоевал доверие и приверженность населения республики, соединив в себе свое имя, символ и обещания.

**Смена образа.** Наиболее эффективное изменение маркетинговой стратегии бренда – перезапуск, смена имиджа, перепозиционирование бренда.

**Новое имя.** Наиболее успешный запуск бренда на рынке. Бренд с ярко выраженной отличительной индивидуальностью, который появился на удмуртском рынке в последний год и активно привлек к себе внимание наиболее выразительным, запоминающимся именем, символом и девизом.

Наивысшая награда **Гран-При**.

Категории конкурса могут быть расширены в ходе рассмотрения поданных заявок. (Награждение победителей может пройти не в каждой категории). Организатор конкурса оставляет за собой право перемещать заявки из категории в категорию.

## 6. Условия оценки конкурса

Заявки, информация и все прилагаемые материалы рассматриваются членами оргкомитета, при необходимости с приглашением генерального спонсора и партнеров, указанных в пункте 1 настоящего Положения.

Конкурс оценивается по 100-бальной шкале.

Критерии оценки конкурса:

1. Информация, включая креативные материалы. Особое внимание заслуживает креатив, указанный в материалах, который подтверждает оригинальность замысла и соответствие целям рекламной кампании. Конспекты заявок оцениваются по 15-бальной шкале (1- абсолютно неэффективный, 15 – исключительно эффективный).

2. Общественная значимость. Бренд, который сделал выдающийся вклад в развитии удмуртского или российского общества (1-15 баллов).

3. Наличие историкоэтнокультурного аспекта. Бренд в котором отражен национальный этнос. (1-10 баллов).

4. Позиционирование бренда. Наличие у предприятий товаропроизводителей медалей, дипломов различных выставок (1-10 баллов).

5. Лингвистический. Краткое, легко произносимое, соответствующее звуковому строю конкретного языка словосочетание (1-10 баллов).

6. Содержательный. Образ, включающий товарный знак (1-10 баллов)

7. Юридический. Возможность регистрации в качестве товарного знака или любого другого объекта правовой охраны (1-10 баллов).

8. Объемы производства (реализации, оказания услуг) и др.(1-10 баллов).

9.Отсутствие обоснованных замечаний к деятельности предприятия (1-10 баллов)

Окончательная оценка заявки складывается из оценки информации, включая креативные материалы, и оценки по критериям конкурса - наиболее успешные проекты в области создания и продвижения брендов на удмуртском рынке (Приложение 3).

Выдвижение брендов на конкурс может проводиться независимо от категорий в номинациях, указанных в пункте 5 настоящего Положения.

#### 7. Подведение итогов и награждение

Подведение итогов конкурса проводится оргкомитетом, на основе окончательной оценки определяются победители.

Победители конкурса - обладатели золотой, серебряной и бронзовой медали, определяются независимо по каждой категории конкурса.

Победители конкурса награждаются на Торжественной церемонии.

#### 8. Права и обязанности победителей конкурса

Победители конкурса получают право использовать в документации, на этикетке и рекламных материалах, находящихся в обращении на территории Удмуртской Республики, звание «Бренд Удмуртии-2012», логотип медали, стикеры с логотипом.

Организации-победители могут содействовать ознакомлению всех заинтересованных сторон со своим опытом работы в области качества, продвижения бренда, повышения конкурентоспособности товара.

#### 9. Регистрация участников конкурса

Регистрация участников конкурса начинается с 1 июня 2012 года. Для регистрации участнику конкурса необходимо направить организатору конкурса заявку и необходимые материалы, указанные в пункте 4 настоящего Положения и документ, подтверждающий оплату регистрационного взноса.

---

**ЗАЯВКА**  
**участника республиканского конкурса «Бренд Удмуртии-2012»**

Официальное название организации: \_\_\_\_\_

Юридический адрес: \_\_\_\_\_

Почтовый адрес: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_

Руководитель организации (ФИО): \_\_\_\_\_

телефон: \_\_\_\_\_

Титул заявки – название бренда: \_\_\_\_\_

Компания – заявитель: \_\_\_\_\_

Владелец бренда: \_\_\_\_\_

Категория: \_\_\_\_\_

Срок продвижения бренда: \_\_\_\_\_

Масштаб проекта: \_\_\_\_\_

Участие в предыдущем конкурсе: \_\_\_\_\_

Документ, подтверждающий оплату регистрационного сбора или  
его копию: \_\_\_\_\_

Руководитель организации: \_\_\_\_\_

(расшифровка должности)

Дата «\_\_» \_\_\_\_\_ 2012 г.

МП

Заявки на участие в республиканском конкурсе «Бренд Удмуртии-2012» подаются в Министерство торговли и бытовых услуг Удмуртской Республики - организатору конкурса по адресу: **г. Ижевск, ул. Горького 73/1, т/ф. 78-27-39, т. 51-10-36, 51-10-25 с 9.00 – 17.00 часов.**

Все материалы заявки, информация и рекламные материалы проекта должны быть получены организатором конкурса **до 1 ноября 2012 года.**

**Регистрационный взнос** составляет – **3000 рублей** (включая НДС), по оплате обращаться в **Государственное предприятие Удмуртской Республики «Республиканский центр качества» по адресу: 426032 г. Ижевск, ул. М.Горького, д. 1-а, тел./факс: 50-72-50;**

E-mail: [rc-kach@yandex.ru](mailto:rc-kach@yandex.ru), ИНН 1831088380, КПП 184101001, Р/с 40602810168170103283 в Удмуртском ОСБ № 8618 в г.Ижевске, К/с 30101810400000000601 БИК 049401601.

## ИНФОРМАЦИЯ

Бренд – эффективное средство продвижения на рынок товаров и услуг, основа цивилизованной конкуренции («торговый знак», «торговая марка», «фирменный знак», «брендинг», «брендменеджмент», завоевавший признание потребителей).

В информации необходимо кратко и ясно отразить основные задачи, стоящие перед брендом, и конечный результат. Информация должна сопровождаться образцами рекламной продукции – креативными материалами.

Основные вопросы информации.

**1. Маркетинговая цель.** Обозначьте четкие цели и задачи проекта. Например: получить определенную долю рынка, рост продаж в целевой группе, добиться определенного восприятия бренда, изменить существующее представление о бренде, добиться определенного уровня знания марки, построение имиджа бренда, достижение коэффициента лояльности марке, числа попробовавших и т.п.

**2. Обзор рыночной ситуации.** Позиционирование бренда. Наличие медалей, дипломов или других наград.

**3. Целевая группа.** Определите целевую группу и обозначьте критерии выбора. На кого ориентирован бренд? Почему именно на данную группу? Представьте ее характеристики.

**4. Креативная стратегия.** Опишите стратегию, на которой построена рекламная кампания. Какое послание Вы хотите донести до аудитории? Какие именно характеристики целевой аудитории или рыночные показатели заставили Вас выбрать именно эту стратегию?

**5. Медиа стратегия.** Обоснуйте выбор и использование тех или иных средств массовой информации. Почему именно в таком соотношении (телевидение, радио, пресса, места продаж, наружная реклама, связи с общественностью и др.).

**6. Использование методов продвижения товаров, услуг.** Краткое описание проведенных мероприятий.

**7. При наличии свидетельства на товарный знак, свидетельства на наименование места происхождения товара, зарегистрированного объекта авторского права укажите его номер.**

**8. Результаты.** Результаты должны быть напрямую связаны с поставленными задачами. Если целью был рост продаж, достижения определенной доли рынка, уровня известности, коэффициента лояльности – укажите достигнутые показатели. Если целью было создание или изменение имиджа бренда – укажите, какие данные это демонстрируют. Пожалуйста, будьте максимально конкретны в представлении результатов. Ссылка на источник данных обязательна.

Креативные материалы заявки:

телереклама;

печатная реклама;

радиореклама (аудио);

наружная реклама;

упаковка.

Все видео-материалы принимаются на CD.

Образцы печатной, наружной рекламы, упаковки принимаются в оригинале и на электронных носителях.

**ОЦЕНКА**  
республиканского конкурса «Бренд Удмуртии – 2012»

№ п/п	Критерии оценки	Количество баллов
	Оценка конкурса	100-бальная шкала
1.	Информация, включая креативные материалы	от 1 до 15
2.	Общественная значимость. Бренд, который внес выдающийся вклад в развитии удмуртского или российского общества (% в объеме производства или реализации, широкий спрос населения).	От 1 до 15
3.	Историкоэтнокультурный аспект. Бренд, в котором отражен национальный этнос	От 1 до 10
4.	Позиционирование бренда. Наличие у предприятий товаропроизводителей медалей, дипломов различных выставок	от 1 до 10
5.	Лингвистический. Краткое, легко произносимое, соответствующее звуковому строю конкретного языка словосочетание	от 1 до 10
6.	Содержательный. Образ, включающий товарный знак.	от 1 до 10
7.	Юридический. Возможность регистрации в качестве товарного знака или любого другого объекта правовой охраны.	от 1 до 10
8.	Объемы производства (реализации, оказания услуг) в сравнении с предыдущим периодом и др.	от 1 до 10
9.	Отсутствие обоснованных замечаний к деятельности предприятий.	от 1 до 10
	<b>Итого:</b>	