

РЕГИСТРАЦИОННАЯ ФОРМА

Основная информация



2027

Название бренда

[Укажите название бренда]

Тип / Описание HR-проекта

[Предоставьте краткое описание продукта/услуги]

Название заявки

[Укажите название проекта]

Номинация

[Выберите номинацию, в которую вы подаете заявку]

Периоды реализации кампании

Укажите даты (в формате день/месяц/год) начала и окончания вашего проекта. Дата старта может быть раньше начала периода, указанного в требованиях конкурса E+ People. Если проект продолжался после 31 января 2027, отметьте галочкой «Текущий проект»

[Старт дд.мм.гггг]

[Финиш дд.мм.гггг]

☐ Текущий проект

Отрасль

[Бизнес, промышленность, сельское хозяйство / Государственные институты и НКО / Игры и киберспорт / Информационные технологии / Программное обеспечение / Уход за животными / Красота / Товары по уходу за лицом и телом / Логистика, службы такси и службы доставки / Медиа и СМИ / Напитки / Наука и образование / Одежда, обувь и аксессуары / Продукты питания / Профессиональные услуги / Путешествия / Туризм / Рестораны / Ритейл / Онлайн-маркетплейсы / Табак / Электронные сигареты / Телекоммуникации / Транспорт (авто и мото) / Товары для дома и быта / Развлечения / Спорт / Искусство / Хобби / Фармацевтические препараты / Финансы и страхование / Фитнес и товары для здоровья / Экосистема / Электроника / Другое]

В какой ситуации находилась ваша отрасль/категория в момент реализации кейса?

[Рост / Нулевой рост / Падение]

Почему ваш кейс эффективен и достоин награды в этой конкретной номинации?

[Развернутый ответ, до 100 слов]

Если вы подаёте этот кейс в несколько номинаций, ваш ответ на этот вопрос должен быть разным для каждой номинации.

ИНСТРУКЦИЯ

Для участия в конкурсе принимаются любые HR-проекты, реализованные на территории России в любой период с 1 декабря 2025 года по 31 января 2027 года*.

- Письменная часть заявки (регистрационная форма) рассказывает историю реализации вашего проекта от начала до конца. Все части заявки должны быть взаимосвязаны и являться частью единой истории;
- Помните, что судьи, оценивающие заявку, могут не знать о нормах и нюансах индустрии вашего бренда, поэтому важно описать контекст и бэкграунд, в котором ваша компания находилась в момент реализации кейса;
- **Не включайте в заявку результаты, относящиеся к периоду после 31 января 2027 года, исключение – номинация Бренд региона. Территория как место для жизни и работы, в которой могут быть предоставлены результаты за период до 3 (трех) лет.**
 - Некоторые элементы кампании могут быть разработаны до или после допустимого периода, но основой вашей заявки должны выступать данные и результаты, полученные с 1 декабря 2025 года по 31 января 2027 года;
 - В вопросе про контекст можно и нужно продемонстрировать данные и результаты по предыдущим годам для того, чтобы объяснить контекст, а также значимость и амбициозность целей;
- Каждая заявка оценивается в контексте номинации, в которую она была подана, поэтому ориентируйтесь на описание номинации и рекомендации по KPIs, описанные в заявке;
- Не оставляйте разделы не заполненными. Отвечайте на все вопросы или укажите «не применимо».
- Все цифры, факты и любые иные данные, упомянутые в заявке, должны иметь надежный и проверенный источник информации. Заявки, в которых нет источников данных, оцениваются судьями ниже во время судейства.

! Причины для дисквалификации:

- 1) результаты, полученные вне допустимого периода,
- 2) несоблюдение технических требований к визуальным материалам.

КОНТЕКСТ + ВЫЗОВ + ЦЕЛИ

20% общей оценки

В данном разделе судьи оценивают, предоставили ли вы необходимый контекст о рынке, индустрии, позициях компании и конкурентах для понимания вашего кейса, насколько выявленная вами проблема релевантна для бизнеса, а также насколько амбициозны цели и задачи компании. Выявленные проблемы и поставленные цели могут быть связаны с бизнесом, обществом или индустрией.

1. Опишите рыночный контекст, в котором находилась компания во время подготовки и реализации проекта.

В какой ситуации находилась ваша компания / бренд, категория и конкуренты?

[развернутый ответ, 145 слов]

[Вы можете добавить несколько изображений (не более 3)]

2. Опишите проблему, которую вы собирались решить.

Проблема может относиться к бизнесу компании, бренду, нерешенной потребности сотрудника или кандидата, внутренним процессам в бизнесе, внешней повестке. Объясните, в чем ее важность для компании. Как другие игроки в вашей категории решают подобные проблемы на настоящий момент? (расскажите о бенчмарках индустрии, если таковые есть).

[развернутый ответ, 145 слов]

[Вы можете добавить несколько изображений (не более 3)]

3. Опишите цели, которые вы перед собой поставили.

Опишите объём задач, которые вы должны были выполнить на пути достижения этих целей в рамках именно вашего проекта. Решались ли они как самостоятельные или в рамках какой-либо более масштабной активности.

[развернутый ответ, 95 слов]

4. По целям, описанным выше, сформулируйте KPIs, которые вы выбрали для оценки своих результатов.

Выберите цели, которые применимы для вашей кампании, по выбранным целям укажите KPIs. Примеры KPIs вы можете найти в [пирамиде эффективности](#). Указывать KPIs можно в абсолютном или относительном выражении. Обратите внимание, что заполнять KPIs по каждому из типов целей **не обязательно**, но при прочих равных, судьи будут выставять более высокие оценки тем проектам, по которым есть KPIs на высших ступенях пирамиды.

Тип целей:

[обязательно выбрать **минимум 1** тип целей и заполнить по нему KPI]

- ☐ Бизнес [Укажите KPI]
[от 2 до 15 слов]
- ☐ HR-метрики [Укажите KPI]
[от 2 до 15 слов]
- ☐ Технические / Медиа [Укажите KPI]
[от 2 до 15 слов]
- ☐ Социальные [Укажите KPI]
[от 2 до 15 слов]
- ☐ Другое [Укажите KPI]
[от 2 до 15 слов]

стратегия

20% общей оценки

Этот раздел посвящен работе с целевой аудиторией кампании, а также выбранной стратегии, насколько четко и емко она выявлена, а ее роль обоснована для бизнеса, насколько найденное вами решение отвечает на проблемы бизнеса и меняет в нужном ключе поведение целевых аудиторий.

5. Опишите целевую аудиторию проекта.

Кто был аудиторией? Какими данными вы пользовались при определении аудитории/ий?

[развернутый ответ, 95 слов]

[Вы можете добавить несколько изображений (не более 3)]

6. Что в текущем поведении аудитории не позволяло вам реализовать цели, какие барьеры/драйверы были у аудитории? Что предстояло изменить в поведении аудитории чтобы реализовать цели?

[развернутый ответ, 95 слов]

7. Какое решение вы предложили?

Сформулируйте вашу стратегию. Какие были приняты решения, связанные с запуском / изменением продукта / процесса, решением о партнерствах или коллаборациях, изменением / созданием новой платформы ?

[развернутый ответ, 95 слов]

идея и ее реализация

20% общей оценки

В этом разделе вам необходимо описать большую идею проекта, а также то, как она была реализована. Будет оцениваться соответствие механики поставленным целям и выбранной стратегии, а также её релевантность к выбранной ЦА. В этот раздел необходимо включить видеоролик или презентацию, которые помогут жюри лучше понять как проект выглядел глазами сотрудника/целевой аудитории.

8. Сформулируйте большую идею (big idea) проекта одним предложением.

[развернутый ответ, 25 слов]

9. Как вы претворяли свое решение в жизнь?

Какие ключевые каналы, инструменты, форматы и технологии вы выбрали и почему – обозначьте их роль, вклад и значимость в реализации идеи.

[развернутый ответ, 145 слов]

10. Какие инструменты / механики / каналы были вами задействованы?

Укажите ниже все точки взаимодействия с аудиторией, использованные в вашем проекте.

(пример: почта, социальные медиа, блоги, наружная реклама, мероприятия и тд.)

[развернутый ответ, 145 слов]

Укажите три наиболее важных канала

	Главный канал взаимодействия Например: ТВ	Конкретный канал взаимодействия (если применимо) Например: Спонсорство
Канал взаимодействия 1:	Место для заполнения	Место для заполнения
Канал взаимодействия 2:	Место для заполнения	Место для заполнения
Канал взаимодействия 3:	Место для заполнения	Место для заполнения

11. Использовали ли вы собственные каналы (Owned channels) в кампании и, если да, то каким образом?

При использовании обозначьте их роль, вклад и значимость в реализации идеи.

[развернутый ответ, 45 слов]

12. Бюджет

Обозначьте полный бюджет, затраченный на кампанию (включая затраты на производство необходимых материалов (анонсирующие материалы, сайт, приложение), медиа реализацию (затраты на размещение в рекламных каналах) и затраты на использование селебрити и агентов влияния, и не включая комиссию агентству. Выберите подходящий вариант:

- ☐ Меньше 1 000 000 руб.
- ☐ 1 000 000 – 3 000 000 руб
- ☐ 3 000 000 – 10 000 000 руб
- ☐ 10 000 000 – 25 000 000 руб
- ☐ 25 000 000 – 50 000 000 руб
- ☐ 50 000 000 – 75 000 000 руб
- ☐ 75 000 000 – 100 000 000 руб
- ☐ 100 000 000 и больше

По вашей оценке, ваш бюджет vs. конкуренты в данной категории:

- ☐ Меньше
- ☐ Примерно такой же
- ☐ Больше

В сравнении с расходами на HR-проекты в прошлом году, ваш бюджет в этом году:

- ☐ Меньше
- ☐ Примерно такой же
- ☐ Больше
- ☐ Не применимо

Предоставьте пояснения, если считаете нужным

[развернутый ответ, до 50 слов]

результат

30% общей оценки

Результаты — раздел, который имеет наибольший вес в заявке. В нём нужно будет не только предоставить результаты вашего проекта, но и объяснить их значимость и ценность для бизнеса, общества или индустрии. Необходимо убедительно и неопровержимо показывать связь между результатами и HR-процессами.

13. Представьте достигнутые результаты по целям, указанным в вопросе 4.

Если вы заявляли несколько целей, то для каждой из них нужно раскрыть достигнутые результаты, сравнить их с KPIs и, где возможно, представить численные показатели эффективности: ROI, ROMI, ROAI, etc. Помните про иерархию целей и результатов из пирамиды эффективности: при прочих равных судьи будут выставять более высокие оценки тем целям, которые расположены выше на ступенях пирамиды.

Сравните ваши результаты с собственными показателями прошлых периодов / аналогичных кампаний и с данными по индустрии, показателями конкурентов и отраслевыми бенчмарками, а также с общей динамикой рынка.

[обязательно указать результаты и бенчмарк по типам целей, выбранным в вопросе 4, другие – если применимо]

☐ **Бизнес**

[Укажите результат]

[Укажите бенчмарк – собственный / рыночный / индустриальный]

☐ **HR**

[Укажите результат]

[Укажите бенчмарк – собственный / рыночный / индустриальный]

☐ **Технические / Медиа**

[Укажите результат]

[Укажите бенчмарк – собственный / рыночный / индустриальный]

☐ **Социальные**

[Укажите результат]

[Укажите бенчмарк – собственный / рыночный / индустриальный]

☐ **Другое**

[Укажите результат]

[Укажите бенчмарк – собственный / рыночный / индустриальный]

Объясните значимость ваших результатов для компании, для решения выявленной потребности или внешней социальной / экологической проблемы (если применимо). Какие аспекты (каналы, решения, инструменты) оказали наибольшее влияние на результат? Объясните, как результаты кампании были связаны именно с вашим решением и его воплощением в жизнь.

[развернутый ответ, 300 слов]

[Вы можете добавить несколько изображений (не более 3)]

14. Опишите все другие факторы, которые повлияли / потенциально могли повлиять на результат.

[развернутый ответ, 60 слов]

новое знание 10% общей оценки

В данном разделе необходимо сформулировать, какое новое знание несёт ваш проект и почему о нём нужно и важно рассказывать другим экспертам. Ваш кейс может задавать новый тренд в индустрии, быть совершенно уникальным по своему решению или механике, развенчивать устоявшийся миф или правила рынка.

15. Опишите, в чем заключается новое знание / прорыв вашей кампании для вашего бренда / индустрии / категории.

Задаёт ли ваш кейс какой-то тренд в индустрии? Какие устоявшиеся правила в индустрии вы нарушили / изменили? Оцените свою работу с точки зрения уникальности решения подобных кейсов в вашей категории/индустрии в целом: делали ли что-то похожее конкуренты, и если да, то что вы сделали иначе? Что нового вы открыли для своего бренда?

[развернутый ответ, 100 слов]

Верификация данных

Прикрепите релевантные скриншоты источников, на которые вы ссылались при заполнении данных / результатов исследований в регистрационной форме. Необходимо прикрепить скриншот релевантной страницы источника, подчеркнув / выделив цветом или заливкой конкретные данные / результаты исследований, на которые вы ссылаетесь.

Вы можете добавить не более 5-ти файлов в форматах .jpg, .jpeg, .png

[Прикрепить до 5 файлов]

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Загрузка визуального материала

В качестве визуального материала в равной степени могут выступать как ролик, так и презентация.

Главная цель видео/презентации— продемонстрировать, как вы воплотили вашу идею в жизнь. Видео/презентация не должно повторять содержание вашей письменной заявки: это способ показать жюри ваш проект в том виде, в котором его видела целевая аудитория.

Креативный материал оценивается внутри раздела «Идея и ее реализация», который весит 20% от общего балла.

После просмотра материала у судей должно сложиться четкое понимание того, как ваша идея и стратегия были воплощены в жизнь. Слишком большой фокус на контексте и проблеме не должен этому помешать.

Не включайте в видео/презентацию:

- Названия и логотипы агентств
- Какие-либо конфиденциальные данные (поскольку материалы публикуются в случае прохождения в финал)
- Результаты (не рекомендуется)

Технические требования видеоролика:

- **Длительность не должна превышать 3 минуты**
- Размер до 250 Мб, стандарт сжатия H264, возможные форматы: .mov, .mp4
- При формате экрана 4:3: минимальный размер должен быть 640×480
- При формате экрана 16:9: минимальный размер должен быть 1280×720
- Ролики в формате Letterbox должны иметь размер 640 x 480

Технические требования презентации:

- **Одна презентация, длительность чтения которой, включая просмотр содержащихся в презентации видеофайлов, не должна превышать 3 минуты, формат: .pdf**
- Презентация может содержать фото, пример печатных материалов, видеоролики и иные элементы, имеющие главную цель показать, как идея была реализована на практике

[Загрузка файла]

Все материалы должны сопровождаться субтитрами или письменным переводом на английский язык, если они подготовлены на русском языке, и субтитрами или письменным переводом на русский язык, если они подготовлены на английском языке. Вы можете вшить субтитры в ролик/презентацию или загрузить их отдельным файлом.

Технические требования текстового документа: doc, docx, rtf, pdf, txt; до 2 Мб.

[Загрузка файла]

Иллюстрация проекта

Загрузите одно изображение, наиболее полно и ярко иллюстрирующее проект, которое затем будет использоваться в публикациях и на сайте конкурса, в случае вашего прохождения в финал.

Технические требования: jpg/png, разрешение не менее 1063*591px, пропорции иллюстрации 9x5.

[Загрузка файла]

ИНФО ОБ УЧАСТНИКАХ

Информация о лицах, принимавших участие в разработке кампании, и рейтинге эффективности

E+ People приветствует эффективную командную работу при создании эффективных проектов. Вы должны указать всех партнеров, которые внесли свой вклад в проект. Вспомните всех ваших партнеров – клиентов, агентства, СМИ, ритейлеров и т.д.

Информация о компаниях

Информация из данного раздела не будет оцениваться судьями и будет использоваться в случае прохождения в финал конкурса – она появится на статуэтках и сертификатах E+ People, Каталоге победителей E+ People 2026 и будет использована для расчета рейтинга эффективности.

Обратите внимание, что основные и вспомогательные агентства получают разное количество баллов в рейтинге эффективности. Подробнее в Положении о премии.

Мы настоятельно рекомендуем связаться с PR отделами всех компаний, указанных в заявке, чтобы убедиться в том, что названия клиентов и агентств указаны правильно.

Указывайте **РЫНОЧНОЕ** название компаний, именно оно будет использовано для гравировки статуетки и публикации рейтинга. Обратите внимание на пунктуацию (кавычки, точки), е/ё, язык написания компании и согласуйте написание. Если ваша компания подаёт несколько заявок на конкурс, ее написание в каждой заявке должно быть одинаковым. **Обратите внимание, что для публикации списка разработчиков на сайте используются только данные из раздела “Информация о физических лицах”.**

КЛИЕНТ 1 (ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ)

Рыночное название компании клиента:

Город:

Страна:

Сеть клиента:

Сайт:

Имя основного контактного лица:

Фамилия основного контактного лица:

Должность основного контактного лица:

Телефон основного контактного лица:

Адрес электронной почты основного контактного лица:



awards

КЛИЕНТ 2 (НЕОБЯЗАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ)

[Если применимо, дублируются поля выше]

ОСНОВНОЕ АГЕНТСТВО 1 (ПРИ НАЛИЧИИ)

Название агентства:	_____
Город:	_____
Страна:	_____
Сеть агентств:	_____
Холдинговая компания:	_____
Сайт:	_____
Имя основного контактного лица:	_____
Фамилия основного контактного лица:	_____
Должность основного контактного лица:	_____
Телефон основного контактного лица:	_____
Адрес электронной почты основного контактного лица:	_____
Имя контактного лица по связям с общественностью агентства:	_____
Фамилия контактного лица по связям с общественностью агентства:	_____
Должность контактного лица по связям с общественностью агентства:	_____
Телефон контактного лица по связям с общественностью агентства:	_____
Адрес электронной почты контактного лица по связям с общественностью агентства:	_____

ОСНОВНОЕ АГЕНТСТВО 2 (ПРИ НАЛИЧИИ)

[Если применимо, дублируются поля выше]

ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ АГЕНТСТВО 1, 2, 3, 4 (ПРИ НАЛИЧИИ)

[Если применимо, дублируются поля выше]

ИНФОРМАЦИЯ О ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦАХ

Вы можете указать до 10 разработчиков, которые внесли вклад в проект. Не забудьте указать членов команд и клиента, и агентства и проверьте правильность написания их имён.

Обратите внимание. Для публикации списка разработчиков на сайте используются только данные из этого раздела, контактные лица, указанные в разделе “Информация о компаниях” - не публикуются.

После наступления дедлайна по подаче заявки изменения могут быть внесены за дополнительную плату в размере 30 000 руб. + НДС и при условии одобрения со стороны оргкомитета. Поэтому мы советуем вам убедиться, что все разработчики перечислены и все имена написаны правильно ДО подачи заявки.

РАЗРАБОТЧИК №1 (ОБЯЗАТЕЛЬНО)

Имя: _____
Фамилия: _____
Должность: _____
Адрес электронной почты: _____
Компания: _____
Ссылка на профиль в социальных сетях: _____

РАЗРАБОТЧИК №2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 (НЕОБЯЗАТЕЛЬНО)

[Если применимо, дублируются поля выше]

Краткое описание проекта

Общедоступное короткое описание проекта (не более 100 слов)

Кратко опишите эффективность вашего проекта. Краткое описание проекта может быть опубликовано в Информационных материалах о победителях конкурса E+ People и Каталоге победителей E+ People в случае прохождения заявки в финал. Оно также может быть использовано в рекламных целях.

Это описание должно быть написано так, как будто бы его будут оценивать. Кратко охарактеризуйте проект и его цель не меньше чем в трех предложениях. Укажите цели и связь между доказательством результатов и этими целями (конкретные цифры или проценты, а не общие слова, такие как «рекордно высокий уровень вовлеченности» или «большой успех»). Рассматривайте описание проекта как длинную запись в Twitter (он же X), мини-описание или блиц-резюме.

Примечание: вся информация должна быть представлена на английском и русском языках.

[развернутый ответ на русском, 100 слов]

[развернутый ответ на английском, 100 слов]

Сообщение об эффективности (не более 15 слов)

Представьте информацию об эффективности вашего проекта (не более 15 слов). Если ваш проект станет победителем, это сообщение может быть показано на экране во время церемонии награждения. Оно также может быть использовано для

продвижения вашего проекта, если тот станет финалистом или победителем.

Цель этого сообщения — объяснить, почему ваша работа была удостоена статуса финалиста или награды. Это возможность продемонстрировать успех вашего проекта.

Вы можете рассказать о самом главном результате, о причинах важности или эффективности проекта для бренда, о самых важных извлеченных из проекта уроках или интересный/смешной факт о проекте.

Примеры:

- уровень осведомленности основной игровой аудитории вырос с 24% до 62%
- более 600 млн. медиапоказов всего за 8 недель
- помог привести новых пользователей в выбранную категорию и увеличить социальное взаимодействие //

[развернутый ответ на русском, 100 слов]

[развернутый ответ на английском, 100 слов]

При заполнении заявки в Личном кабинете обязательным для заполнения является еще один раздел Форма авторизации.

Форма авторизации – это согласие с правилами конкурса, форму нужно будет скачать через ЛК, подписать и загрузить подписанный скан.

По любым возникающим вопросам обращайтесь к нам:

Софья Татарова

Руководитель отдела продаж

+7 9081876012

s.tatarova@eplus.marketing