

В РОССИИ ПОЯВИЛСЯ КОНКУРС EFFIE

Российским рекламистам и брэнд-менеджерам хорошо знаком конкурс «Брэнд года», который с 1997 года ежегодно награждает наиболее успешные проекты в области создания и продвижения брэндов на российском рынке, а также демонстрирует возможности рекламы в достижении поставленных задач. В 2001 году конкурс впервые будет проводиться под маркой всемирно известного конкурса EFFIE. Мы беседуем с президентом «Брэнд года – EFFIE» Марией Хохловой.



Мария ХОХЛОВА,
президент конкурса
«Брэнд года – EFFIE»: «Благодаря конкурсу удалось привлечь внимание российских компаний к брэнд-ориентированному маркетингу»

– Как в мировом сообществе и Американской маркетинговой ассоциации, которая владеет маркой EFFIE, восприняли желание России создать свой конкурс EFFIE?

– Еще в 1999 году такое желание было воспринято позитивно, но за рубежом сомневались, что уровень развития российского рынка позволит привлечь грамотные маркетинговые проекты. Американцы не были уверены в том, что на нашем рынке вообще существует серьезный маркетинговый подход и компании согласятся предоставлять информацию о своих стратегиях и результатах. Тем не менее, мы продолжили сотрудничество. В 2000 году представители АМА приняли участие в нашей конференции «"Создание и продвижение брэндов" и церемонии награждения». Мы держали их в курсе того, как идет конкурс и каковы его результаты, — и сомнения полностью развеялись.

Контракт был заключен в феврале этого года в Нью-Йорке, во время работы жюри американского Effie, в котором я принимаю участие. АМА также организовала круглый стол среди представителей Effie, и появление российского Effie было воспринято всеми с большой радостью. Мы с президентом АМА Луи Московитцем в честь этого события были приглашены на ужин, а когда я вернулась в свой номер, то обнаружила огромное количество поздравлений и подарков от представителей Effie разных стран! Конечно, рады и сами американцы — они заинтересованы в глобализации и расширении географии конкурса. После подписания контракта Мэри Ли, исполнительный директор конкурса, так и говорила: «Надо поздравить нас всех. В Effie вошла Россия. Это общая радость. Наша «семья» выросла и окрепла».

Россия вызывает огромный интерес у западных партнеров, и многие представители стран — участников Effie стремятся познакомиться с эффективными проектами создания брэндов на российском рынке. Международное общение организаторов конкурса — мощнейший обмен опытом и идеями. АМА очень высоко оценила результаты и уровень конкурса «Брэнд года» и проявила к нему большую заинтересованность. В этом году мы ждем гостей из разных стран — собратьев по Effie.

– Во всем мире заявки на EFFIE оформляют рекламные агентства, и это понятно — им нужен промоушн. Почему же у нас участники конкурса — сами рекламодатели? Может быть, у России свой особенный путь?

– Так получилось, что конкурс Effie стартовал более чем за 10 лет до того, как появилось понятие брэнда. Поначалу он оценивал наиболее эффективные рекламные кампании, и победитель существовал в двух лицах — агентство и рекламодатель. А сейчас представители Effie разных стран стараются говорить не о рекламных кампаниях, а обо всем комплексе маркетинговых коммуникаций, направленных на решение задач, стоящих перед брэндом. В вашем журнале публикуются заявки победителей разных стран — они касаются исключительно продвижения брэндов! Потому-то наш конкурс и не идет вразрез с другими странами, наоборот: на Западе наблюдается очевидное движение именно в нашу сторону. Может быть, это произошло потому, что мы конкурс запускали не в 1968, а в 1998 году, когда уже сформировалось понятие брэнда.

**Запад интересуется
российскими
историями**

Страна	Год старта конкурса, примечания	Кол-во заявок в 2000 г.
США	1968	Более 700
Бельгия	1987	16
Франция	1984	85
Чехия	1997	43
Испания	Ассоциативный член, конкурс называется EFI (нелицензиат EFFIE)	40
Швейцария	1984. Конкурс проводился не ежегодно	Нет данных
Германия	1981	120
Голландия	1983	Нет данных
Россия	Член EFFIE с 2001. «Брэнд года» проводился с 1998 года	54
Греция	2000	74

Количество участников конкурса EFFIE в разных странах за 2000 год

Конкурсы Effie во всех странах поощряют эффективное сотрудничество компании с агентством, и конечно, «Брэнд года» — не исключение. «Брэнд года - 2000» показал, что в тех случаях, когда такое сотрудничество есть, за наградой поднимаются и представитель компании, и представитель агентства. Поэтому теперь мы будем готовить две награды, два диплома.

Агентство и компания заодно

— С 1998 по 2000 год конкурс «Брэнд года» показал непрерывный рост числа заявок и уровня предоставления информации. Каковы ваши прогнозы на 2001 год?

— В 2000 году на конкурс было подано 52 заявки. В 2001 году, судя по проявленному уже сейчас (до старта) интересу, будет минимум 100 заявок.

— Вы приглашаете брэнды индивидуально (работаете с каждым рекламодателем), или они уже приходят сами, желая участвовать в конкурсе?

— Конкурсу удалось вызвать большой интерес, поскольку он оценивает эффективность проектов в области создания брэндов и управления ими. Особенно сейчас, когда слово «брэнд» стало просто суперхитом всех маркетинговых публикаций и консультаций. У конкурса большая медиа-поддержка, как рекламная, так и информационная. Теперь с нами «Рекламные идеи — Yes!» — спасибо! Поэтому компании сами обращаются к нам, желая участвовать в конкурсе.

— Какова, по вашему мнению, роль конкурсов EFFIE (и конкретно конкурса EFFIE в России) в развитии национальной экономики?

— Наверное, все конкурсы поощряют развитие отраслей, в которых они проводятся. С этой точки зрения «Брэнд года», как и конкурс Effie, промоутирует наиболее современные, эффективные инструменты маркетинга, принципы добросовестной конкуренции в рыночной среде, подчеркивает функцию рекламы, как важного инструмента маркетинга. Мы со своей стороны очень рады, что благодаря конкурсу удалось привлечь внимание российских компаний к брэнд-ориентированному маркетингу. Они соревнуются с «большими» брэндами в конкурсе, но ведь они также вынуждены конкурировать с ними на рынке! Мы всегда подчеркивали, что для развития национальной экономики очень важно умение производителей не только произвести качественный продукт, но и продвинуть его на рынке, насыщенном сегодня как товарно, так и информационно. И это умение постоянно повышается, что видно по уровню заявок конкурса. Вы сами знаете, что есть совершенно замечательные решения — от упаковки до рекламы. Без сомнения, наш конкурс помогает этому важному для национальной экономики процессу.

Учитесь продвигать брэнды

— Возможна ли поддержка конкурса со стороны правительства России?

— Да, возможна. Конкурс уже проходит при поддержке и участии Министерства по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. Остальные подробности — в июне.

Беседовал Андрей НАДЕИН

Контакт с конкурсом «Брэнд года – EFFIE»:
тел.: (095) 298-1745, 298-1707,
e-mail: bestbrand@cityline.ru