

Немецкий EFFIE 2006: мифы и комплексы в рекламе

Подготовили
Илья МИРСКИЙ, Андрей
НАДЕИН, Ольга ГУСЕВА,
с участием
Маргариты ВАСИЛЬЕВОЙ
и Владимира ЗАБАВСКОГО

В 2006 году на конкурс немецкого EFFIE было подано 139 заявок. Из них 44 заявки оказались в финале, 17 компаний вышли в победители. Жюри социального конкурса EFFIE определило четырех победителей.

По цифрам последних лет видно, что количество претендентов на престижную награду не растет, а снижается. Виной тому — серьезное ужесточение критериев отбора конкурсантов. Зато претенденты теперь стали ценить не только победу в конкурсе, но и выход в финал.

Так возникла новая традиция EFFIE — все финалисты, около трети претендентов, объявляются на торжественной церемонии, после чего описание их рекламных кампаний публикуется в ежегодном каталоге EFFIE и помещается в базу данных лучших рекламных кампаний «Best of EFFIE».

Кстати, а каковы критерии оценки работ у наших немецких коллег? За долгие годы они сформировались и стали максимально жесткими.

Теперь любой участник, претендующий на премию, должен предоставить документальное подтверждение того, что его рекламная кампания не только окупилась, но и принесла заказчику ощутимую выгоду.

Кроме того, претендент должен доказать, что поставленные цели были достигнуты, прежде всего, благодаря определенной стратегии коммуникации. Жюри также учитывает показатели прошлых лет и предыдущего года.

Самые заметные изменения в работе жюри за последние годы связаны с учреждением консультационного совета, в который входят руководители и директора трех ведущих организаций, специализирующихся на маркетинговых исследованиях: GfK, Ison и Emnid. Жюри принимает во внимание их экспертное заключение.

Решение жюри принимается в два захода: на первом этапе оцениваются документы и данные будущих финалистов с учетом мнения консультантов. Голосование происходит в режиме on-line.

В соответствии с определенными правилами, которые гарантируют объективное рассмотрение заявок, определяются финалисты. Затем, за несколько дней до торжественной церемонии вручения премии, жюри собирается на заседание, чтобы принять окончательное решение и определить финалистов и победителей. В ходе заседания за соблюдением установленных правил следит юрист, представляющий Ассоциацию рекламных агентств. И еще: по правилам конкурса каждый член жюри может занимать свою должность, максимум, три года.

После вручения EFFIE заинтересованные члены жюри, председатели жюри и члены правления собираются на совещание, на котором обсуждают возможные изменения в правилах приема и оценки заявок.

Пожалуй, такие правила не грех взять на заметку членам жюри российского конкурса — понятные критерии, четкий механизм, абсолютная прозрачность при отборе.

А теперь посмотрим, кому отдало предпочтение жюри на этот раз.



Доказательство

Экспертиза

