

КОНКУРС ІНТЕРНЕТ-ПРОЕКТІВ UKRAINIAN E-COMMERCE AWARDS 2016

1. ОСНОВНІ ВИЗНАЧЕННЯ ТА ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Організатор конкурсу - компанія Ukrainian E-Commerce Expert (ТОВ «Е-КОМ ЕКС»).

Учасники конкурсу - українські та міжнародні гравці ринку e-commerce в Україні, що офіційно ведуть підприємницьку діяльність на території України.

Споживачі - кінцеві покупці.

Експерти - особи, що обізнані з актуальним ринком e-commerce України, і здатні на основі об'єктивних факторів скласти свій персональний рейтинг залежно від номінації та її критеріїв.

Довгий список номінантів - перелік номінантів (більше 200). Перелік формується двома шляхами:

- самовисування шляхом подачі заявки через сайт Організатора;
- висунення Організатором.

Короткий список номінантів - перелік номінантів (не більше 10), що формується як загальний підсумок попереднього анкетування або аналізу для номінації окремо. На базі короткого списку визначається переможець номінації.

Сайт - офіційний сайт конкурсу, де висвітлюється процес і результати події. Таким сайтом є www.e-awards.com.ua.

Заявка учасника - реєстраційна форма на сайті організатора, яку заповнює інтернет-проект, що бажає прийняти участь у конкурсі.

Анкета учасника - лист опитування на платформі typeform.com, заповнює учасник конкурсу.

Анкета споживача - лист опитування на платформі typeform.com, заповнює споживач.

Анкета експерта - лист опитування на платформі typeform.com, заповнює експерт.

Категорії учасників конкурсу:

- Інтернет-супермаркет/ мультимедіальний ритейлер (більше 5 категорій товарів);
- Інтернет-магазин (представлено 1-5 категорій товарів);
- Сервіс з продажу онлайн квитків (e-tickets);
- Інтернет-майданчик, що заробляє на комісії: прайс-агрегатор, маркет-плейс, дошка об'яв, аукціон (e-services).

Категорії товарів:

- Побутова техніка, комп'ютерна техніка та електроніка;
- Одяг;
- Взуття;
- Косметика та парфумерія;
- Товари для дітей (одяг, взуття, іграшки тощо);
- Аксесуари та подарунки (ювелірні вироби, годинники, біжутерія, гаманці, сумки, запальнички тощо);

- Книги (в друкованому вигляді);
- Товари для дому (сантехніка, інструменти, побутова хімія, світло, постільна білизна, килими тощо);
- Авто товари;
- Спортивний та туристичний інвентар (тренажери, велосипеди, ролики, ковзани, палатки тощо);
- Електронні книги та журнали, програми, ігри, аудіо та відео файли;
- Замовлення доставки готових страв (піца, суші тощо), кульок, квітів;
- Медичні препарати (в тому числі контактні лінзи);
- Будівельні матеріали;
- Тварини та товари для тварин;
- Продукти харчування (але не замовлення готових страв, алкоголь);
- Товари для хобі, розваги для дорослих;
- Меблі;
- Канцтовари.

2. ЕКСПЕРТНЕ ЖУРІ

- 2.1. Формування складу експертного журі відбувається до 14 лютого 2016.
- 2.2. Експертне журі:
 - експерти ринку електронної комерції, які визначають переможців в номінаціях «Прорив року» та «Краща маркетингова кампанія»;
 - беруть участь в голосуванні по номінації «Людина року» якщо анкетуванням інтернет магазинів не вдалось остаточно визначити переможця (різниця між першим та другим місцем менш ніж 30%);
 - беруть участь в голосуванні по номінації «Краще B2B рішення для E-commerce» якщо анкетуванням інтернет магазинів не вдалось остаточно визначити переможця (різниця між першим та другим місцем менш ніж 30%);
 - Беруть участь в опитуванні (анкетуванні) ля визначення «Коротких списків номінантів» (4 списки по 10 позицій), які в подальшому будуть використані для відкритого «народного» голосування «Вибір споживачів».
- 2.3. В якості Експерта не може голосувати за себе власник, топ-менеджер або співробітник організації - номінанта премії.
- 2.4. Голос кожного з Експертів має однаковий ваговий коефіцієнт.

3. ПРИЙМАННЯ ТА ОБРОБКА ЗАЯВОК

- 3.1. Анкети заявки на участь в конкурсі подаються через публічно доступну форму <http://form.e-awards.com.ua/participate/> до 23:59 16 Березня 2016.
- 3.2. Всім аплікентам які коректно заповнили анкету, на протязі одного робочого дня буде надано посилання на «Анкету учасника».

- 3.3. «Анкета учасника» має бути заповнена до 23:59, 16 Березня 2016.
- 3.4. Анкети, що були некоректно заповнені (якщо формат даних не співпадає з вимогами анкети) - анулюються. Приклади: некоректна електронна адреса, діяльність компанії не пов'язана з ринком електронної комерції, файл документу про реєстрацію не є чинним документом, данні про кількість відвідувань сайту компанії за місяць розходяться з контрольними показниками більш ніж в два рази (контрольні показники - similarweb).

4. ПЕРЕЛІК НОМІНАЦІЙ ТА КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ПЕРЕМОЖЦІВ

- 4.1. Номінація «**Прорив року**» - визначається один гравець ринку e-commerce, який зробив істотний прорив у 2015 році, завдяки реалізації нової ідеї, сервісу тощо
- 4.1.1. Критерії вибору переможця:
- Впровадження принципово нового рішення для українського ринку e-commerce (системи управління замовленнями, доставками, поверненнями тощо), що безпосередньо вплинуло на ефективність роботи і продажі.
- 4.1.2. Процедура вибору переможця:
- Експерти виставляють оцінку від 0 до 5 (0 – найменший бал, 5 – максимальний бал) базуючись на своїй експертній думці. Переможцем стає проект, що набрав максимальну кількість балів.
- 4.2. Номінація «**Краще B2B рішення для E-commerce**» - визначається одна компанія, що, на думку гравців ринку e-commerce, представила найкраще B2B рішення.
- 4.2.1. Критерії вибору переможця:
- Найбільш часто згадувана компанія.
- 4.2.2. Процедура вибору переможця:
- Учасники конкурсу, заповнюючи анкету учасника, самостійно вказують компанію, що, на їх думку, надала найкраще B2B рішення;
 - Переможцем стає номінант, що набрав найбільший відсоток голосів (згадувань в анкеті);
 - Якщо анкетуванням інтернет магазинів не вдалось остаточно визначити переможця (різниця між першим та другим місцем менш ніж 30%), журі беруть участь в голосуванні по номінації «Краще B2B рішення для E-commerce» (вибір одного з двох, чи трьох).
- 4.3. Номінація «**Людина року в E-commerce**» - визначається одна особа, яка внесла найвагомійший внесок в розвиток ринку e-commerce протягом 2015 року.
- 4.3.1. Критерії вибору переможця:
- Найбільш часто згадувана людина в анкетах інтернет проектів.
- 4.3.2. Процедура вибору переможця:

- Учасники конкурсу, заповнюючи анкету учасника, самостійно вказують людину, що, на їх думку, «Істотно вплинула на розвиток галузі e-commerce в Україні в цілому»;
 - Переможцем стає номінант, що набрав найбільший відсоток голосів (згадувань в анкеті);
 - Якщо анкетуванням інтернет магазинів не вдалось остаточно визначити переможця (різниця між першим та другим місцем менш ніж 30%), журі беруть участь в голосуванні по номінації «Людина року в E-commerce» (вибір одного з двох, чи трьох).
- 4.4. Номінація **«Краща маркетингова кампанія в E-commerce»** - визначається краща маркетингова кампанія в 2015 році.
- 4.4.1. Критерії формування короткого списку номінантів:
- Заявки подаються учасниками конкурсу в анкеті;
 - Якщо не набереться достатня кількість рекламних кампаній (менше десяти), номінація буде виключена з конкурсу.
- 4.4.2. Критерії вибору переможця:
- Стратегія (30%) – загальний комплекс рекламних активностей, спрямовані на досягнення цілей компанії; стратегія має відповідати бренду і цільовій аудиторії;
 - Креативність (20%) – створення принципово нових ідей в межах галузі;
 - Ефективність (30%) – досягнення бажаних результатів, кількість продажів, впізнаваність бренду, згадування у ЗМІ;
 - Виконання (20%) – кількість рекламних кампаній у 2015 році, і кількість використаних каналів комунікації.
- 4.4.3. Процедура вибору переможця:
- Журі виставляють по кожному критерію оцінку від 0 до 5 (0 – найменший бал, 5 – максимальний бал). У відсотках вказано ваговий коефіцієнт кожного критерію;
 - Переможцем стає номінант, що набрав максимальну кількість балів.
- 4.5. Номінація **«Вибір споживачів»** - визначається компанія, що, на думку споживачів, є найкращою в кожній категорії:
- Інтернет-супермаркет/ мультиканальний ритейлер (більше 5 категорій товарів);
 - Інтернет-магазин (представлено 1-5 категорій товарів);
 - Сервіс з продажу онлайн квитків (e-tickets);
 - Інтернет-майданчик, що заробляє на комісії: прайс-агрегатор, маркет-плейс, дошка об'яв, аукціон (e-services).
- 4.5.1. Критерії формування довгого списку номінантів:
- Заявка подається учасниками конкурсу в анкеті;
 - Заявка подається тільки в одну з категорій;
 - Документ про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.
- 4.5.2. Критерії формування короткого списку номінантів:
- Голосування журі;
 - Кожний номінант оцінюється за шкалою від 1 до 5;

- За результатами формуються списки по 10 номінантів які набрали максимальну кількість балів.
- 4.5.3. Критерії вибору переможця:
- Зручність сайту;
 - Достовірність інформації на сайті;
 - Широта асортименту;
 - Простота оформлення замовлення;
 - Якість спілкування з клієнтом;
 - Дотримання обіцяних строків та якості доставки;
 - Наявність пост-продажного супроводу;
 - Простота повернення.
- 4.5.4. Процедура вибору переможця:
- Користувачі голосують за кращого учасника конкурсу в кожній з чотирьох категорій на основі зазначених критеріїв шляхом заповнення Анкети споживача.
 - Користувачі не оцінюють кожний критерій окремо.

5. ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ТА ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСУ

19.02.2016 - 16.03.2016

Подача заявок та заповнення анкет учасниками конкурсу, збір даних від учасників конкурсу для аналізу.

17.03.2016 - 22.03.2016

Обробка анкет та аналіз даних зареєстрованих Інтернет-проектів, формування короткого списку номінантів для категорій, що цього потребують(голосування журі).

23.03.2016 - 12.04.2016

Голосування споживачів та експертів.

13.04.2016 - 14.04.2016

Обробка та перевірка результатів.

14.04.2016

Церемонія нагородження переможців Ukrainian E-Commerce Awards 2016.