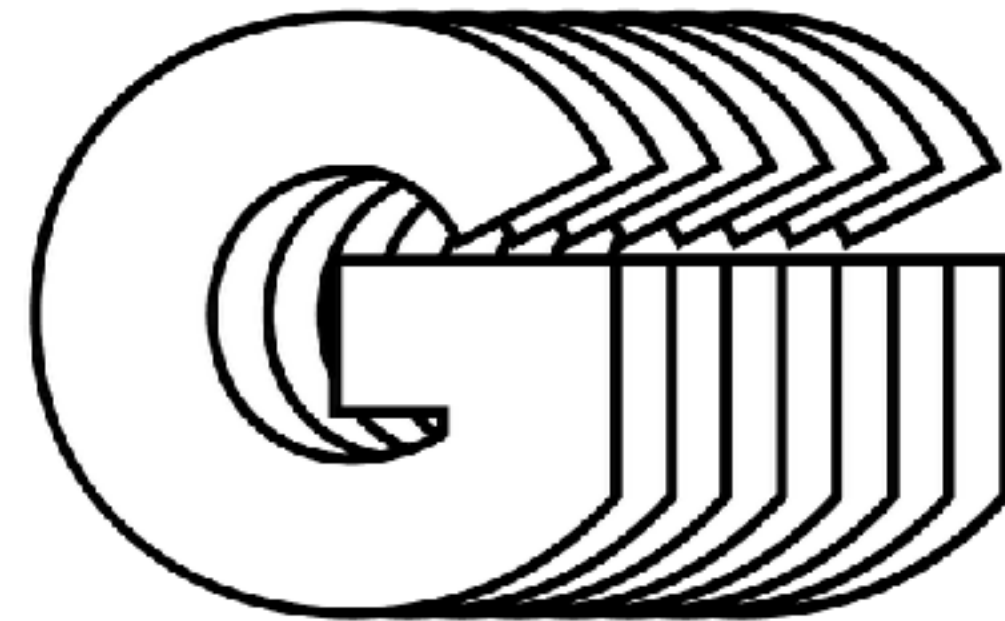
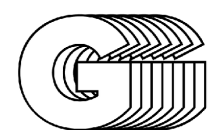


**ГАЙДБУК
ДЛЯ УЧАСТНИКОВ
КОНКУРСА**





О ФЕСТИВАЛЕ

Great Eight – это первый на российском рынке фестиваль, посвященный digital рекламе. Цель фестиваля – объединить творческих людей со всего мира и создать среду для развития креативной индустрии.

Фестиваль состоит из трех частей:

- Конкурс
- Конференция
- Церемония Награждения

ДЛЯ КОГО

Конкурс открыт для всех специалистов digital-рекламы. G8 принимает заявки от представителей агентств, студий, брендов, медиа и фрилансеров.

СТОИМОСТЬ

\$1

Цена подачи заявки – \$1.

Стоимость не меняется до конца приема заявок.



КТО ОЦЕНИВАЕТ РАБОТЫ?

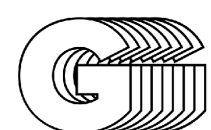
В жюри фестиваля – более 50 лучших специалистов российского и зарубежного рекламного рынка. Среди них: креативные и дизайн-директора, руководители направления маркетинг, стратегия, социальные медиа, разработка, продакшен.

Жюри делится на Executive и The Great Eight. Организаторы G8 самостоятельно приглашают членов жюри в состав Executive и The Great Eight.

В состав жюри Executive войдут профессионалы российского и зарубежного рекламного рынка – директора крупнейших рекламных агентств, маркетинг-директора транснациональных брендов, владельцы дизайн- и продакшен-студий, а также известные независимые специалисты.

The Great Eight – это восемь известных профессионалов зарубежного рынка. Они не только выбирают шорт-лист и победителей на фестивале, но и выступают в качестве спикеров на конференции G8 5 октября 2018 года.

Имена членов жюри и подробная информация о них публикуется на сайте фестиваля.



ТАЙМЛАЙН МЕРОПРИЯТИЯ

Прием работ
до 9 сентября

Техническая модерация
до 11 сентября

Отбор в Long List (Executive Jury)
до 18 сентября

Во время подачи работ Модератор фестиваля проверяет работы на соответствие техническим требованиям.

Если участник не приложил все необходимые материалы или работа не соответствует техническим требованиям G8, Модератор связывается с ним для исправления ошибок. Если все в порядке, работа проходит на следующий этап.

Жюри Executive оценивают проекты в каждой номинации по критерию “За” и “Против”. Работы распределяются между представителями жюри случайным образом. Каждая из них должна получить минимум пять оценок. Работы, которые получили минимум три оценки “против”, выбывают из конкурса. Остальные – проходят в следующий этап.

Отбор в Short List (The Great Eight)
до 30 сентября

Очный выбор победителей
03 октября

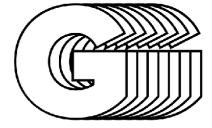
Конференция и церемония награждения
04-05 октября

Каждый член жюри The Great Eight оценивает все работы по стобалльной шкале. Оценки членов жюри суммируются для каждой работы. Пять работ, набравшие максимальный балл в каждой номинации, проходят в следующий этап.

Жюри The Great Eight выберет победителей на фестивале очно. Победители определяются общим решением жюри.

Жюри имеют право выбрать до 3-х равнозначных победителей в каждой номинации без присуждения мест, или оставить номинацию без победителей.

Члены жюри не имеют права голосовать за свои проекты или проекты компаний, в которых они работают. Все оценки членов жюри будут опубликованы в открытом доступе на сайте G8 после завершения каждого из этапов голосования.



КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТ

Каждая работа оценивается в каждой номинации независимо от общего уровня работ на фестивале или в определенной номинации.

На основе методики Майкла Конрада* (президент Berlin School of Creative Leadership и бывший креативный директор Leo Burnett в Германии) мы разработали релевантные для G8 критерии оценки работ на всех этапах:

1. Соответствие номинации
2. Попадание в бренд: работает на бренд, подчеркивает достоинства бренда и выделяет его из череды других
3. Попадание в ЦА
4. Четко выражена мысль
5. Мастерски сделано: высокий уровень исполнения, проработанность и точность деталей
6. Свежая идея: отличается от рекламы в своей категории, никто так раньше не делал, оригинально
7. Новое в диджитал: оригинальное решение, которое заставляет по-новому смотреть на возможность именно диджитал-среды, инструментов, коммуникации
8. Эмоционально: меня это по-настоящему поразило

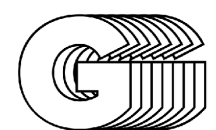


УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ:

Прием работ открыт

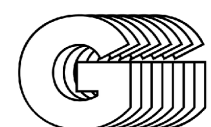
01.06 — 09.09

1. Вы можете участвовать в конкурсе как частное лицо или как компания.
2. Вы можете подать любой проект, который был представлен на рынке в период с 1 января 2017 года до 30 августа 2018 года (включительно).
3. Вы имеете право одновременно подать на Конкурс неограниченное количество работ, а также подать каждую работу в нескольких номинациях.
4. Жюри оценивает работу только если описание соответствует техническим требованиям, указанным на сайте и в гайдбуке G8, а заявка оплачена в срок.



ИНСТРУКЦИЯ ПОДАЧИ РАБОТЫ

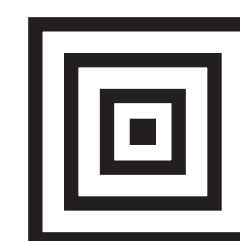
1. Зарегистрируйтесь на сайте 2018.gggggggfest.ru. Вы найдете форму подачи работы в личном кабинете сайта.
2. Перед подачей заявки на участие в конкурсе ознакомьтесь с юридическими правилами конкурса.
3. Если вы хотите участвовать в конкурсе от лица компании, укажите название компании при регистрации либо в разделе «Мой профиль» в личном кабинете.
4. Выберите номинации, в которые вы хотите подать работу. Вы можете выбрать сразу несколько номинаций – поочередно нажмите на каждую из них в списке.
5. После регистрации заполните все поля, соблюдая технические требования, указанные в форме.
6. Помните, что за выбор шорт-листа и победителей ответственны профессионалы зарубежного рынка. Опишите свой проект на английском языке. Если в вашей работе есть национальный контекст, понятный только русскоязычному специалисту, подробно объясните особенности проекта в кейсе. Заполнять заявку на русском языке не обязательно, но желательно для русскоязычных участников.
7. При подаче работы сразу в несколько номинаций, приложите все материалы, необходимые для выбранных вами номинаций (см. таблицу ниже «Номинации и необходимые материалы для подачи работы»). Если вам не хватает полей для всех ссылок и материалов, вы можете добавить их в поле Идеи и решения.
8. Оплатите заявку через сервис РобоКасса. Стоимость оплаты складывается из количества номинаций, в которые вы подали заявку, исходя из расчета \$1 за одну номинацию. Каждая заявка оплачивается отдельно.



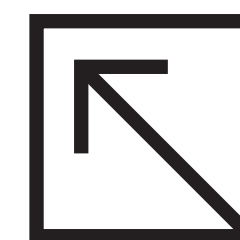
НОМИНАЦИИ И НЕОБХОДИМЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОДАЧИ РАБОТЫ



ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРОЕКТЫ



МЕДИАФОРМАТЫ



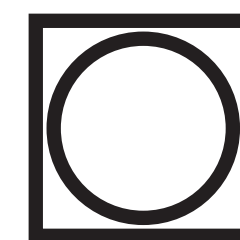
МАСТЕРСТВО



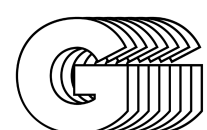
СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА



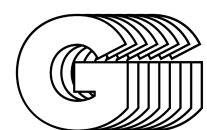
МОБИЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



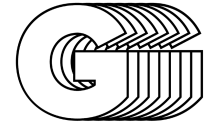
ИННОВАЦИИ



I. Интерактивные проекты и сайты			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
I01	Интегрированные и интернет-кампании	Кампании с использованием различных инструментов и каналов коммуникаций (минимум 3 digital-инструмента и/или канала коммуникации): онлайн-кампании, онлайн-части интегрированных кампаний, интегрированные кампании	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• скриншот или иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до трех минут)• в описании перечислить каналы коммуникации, использованные в кампании (минимум, три)• ссылка на кейс-страницу (опционально)
I02	Вирусные кампании, пиар-кампании и кампании по изменению репутации брендов, услуг и торговых марок	Любые пиар-проекты в digital-среде или с активным использованием digital инструментов (кризисный, маркетинговый, социальный, политический PR и др.), кампании, достигшие вирусного эффекта, кроме селфпромо-кампаний, которые входят в категорию I06	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до трех минут)• в описании — список СМИ и каналов, использованных в кампании; ссылки на материалы кампании (статьи, изображения, публикации, посты и пр.) — минимум, три.• ссылка на кейс-страницу (опционально)
I03	Digital Out-of-home	Любые проекты в digital-среде, выбравшиеся за пределы онлайн-пространства: интерактивные инсталляции, объекты, стенды, терминалы и приложения для них, витрины, экраны в местах продаж, интерактивные POS-материалы и др.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до трех минут) или презентационный борд



I. Интерактивные проекты и сайты			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
104	Видео в digital-кампании	Видео на сайтах, в соцсетях, видеоспецпроекты, интерактивное видео, диджитал-сериалы, видео на панелях в точках продаж, другие видеопроекты в цифровой среде.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд• ссылка на проект (видео, пост, сайт)
105	Некоммерческие digital-проекты	Проекты в digital-среде, созданные для некоммерческих целей (благотворительные, образовательные, социальные и пр.), кроме селфпромо-проектов, которые входят в категорию 107	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд• ссылка на проект (опционально)
106	Селфпромо	Проекты, направленные на повышение узнаваемости или изменение репутации собственного бренда агентств, студий и фрилансеров.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд



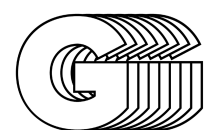
I. Интерактивные проекты и сайты			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
107	Кампании с использованием трансляций и лайв-стримов	Брендовый контент, встроенный в онлайн-трансляции или стримы на сайтах, цифровом ТВ, в соцсетях.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)• ссылка на видеотрансляцию (опционально)



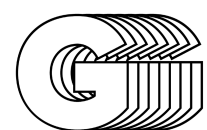
F. Медиа			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
F01	Баннеры	Любые баннеры (статичные, динамические, по клику), кроме Rich Media. Внимание! Баннерные спецпроекты и любое нестандартное размещение баннеров — рассматриваются в номинации Спецпроекты F02	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на работающий баннер (и/или скринкаст)• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)
F02	Спецпроекты	Проекты (контентные, (не)интерактивные, баннерные), специально разработанные для площадки, с учетом ее особенностей	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта или презентационный борд (для карточки работы на сайте)• ссылка на видеокейс (опционально)
F03	Использование медиа	Кампании, в которых медиаканалы и форматы используются нестандартно, чтобы показать преимущества бренда	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)



E. Email-маркетинг			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
E01	Email-маркетинг	<p>Проекты коммуникации с подписчиками на основе писем (транзакционное письмо, анонс, рекламное письмо, информационное письмо, автоответы и т.д.)</p> <p>Оценивается целостность стратегии, оригинальность и успешность коммуникации, оформление и текст обращений.</p>	<ul style="list-style-type: none">описание проектаиллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)ссылка на видеокейс (до 3 мин), презентационный борд или кейс-страницу <p>В презентации: Несколько писем, например, 10. Оцениваются дизайн, копирайтинг и целостность стратегии и концепции.</p>
С. Мастерство			
<p>- Ваша рекламная кампания не оказалась успешной, но дизайн сайта, разработанного к ней, выше всех похвал.</p> <p>- Вы сделали обычный рабочий проект, но придумали новый способ применения старой технологии.</p> <p>- Вы бы постеснялись подавать свой сайт на фестиваль, если бы не музыка, написанная специально для него.</p> <p>- На текстах этого копирайтера держится все приложение!</p> <p>- Да, если оценивать графическое решение, то этот интерфейс — прошлый век. Но вы посмотрите, какой он удобный!</p>			
C01	Креатив: копирайтинг	<p>Любая реализованная идея кампании/активации в digital (кроме видео), которая, на взгляд автора заявки, является примером выдающейся работы копирайтера.</p> <p>Оценивается оригинальность идеи, языка, соответствие идеи требованиям digital-среды</p>	<ul style="list-style-type: none">описание проектаиллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)ссылка на видеокейс или проект

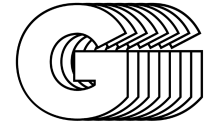


С. Мастерство			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C02	Сценарий	Сценарий видеоролика, реализованного для digital-кампании	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на видео
C03	Режиссура	Оценивается режиссерское видение креативной идеи и приемы, с помощью которых реализуются сообщение, образ бренда в видео.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект (на видеоролик или ролик с анимацией)• ссылка на making-of видео (опционально)
C04	Визуальные эффекты	Креативное и техническое исполнение специальных эффектов на этапах продакшена и постпродакшна видео.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект (на видеоролик или ролик с анимацией)• видеокейс, making-of видео или презентационный борд (опционально)



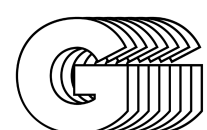
С. Мастерство

Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C05	Анимация, моушн-дизайн	Анимированные проекты: анимация в видео, диджитал-сериалы,. Оценивается творческий и технический уровень продукта, нестандартные решения и находки. На оценку может повлиять рассказ о процессе создания продукта.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на непосредственно продукт (в том виде, в котором он был реализован)• ссылка на видео (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)
C06	Музыка и саунд-дизайн	Примеры звукового оформления рекламных проектов в диджитал: музыка, шумы, эффекты, джинглы, комплексный аудиоряд — материал зависит от концепции проекта. Оценивается идея и оригинальность решения, соответствие задачам проекта, уровень технического исполнения, использование возможностей интерактивной среды; способ создания	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект <ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)
C07	Дизайн промосайтов	Коммерческие сайты, рекламирующие продукт, услугу, компанию, мероприятие и пр.	<ul style="list-style-type: none">• борд или скриншоты (до 5, JPEG, до 1400 X 3000 px)• ссылка на проект для сайтов и приложений — ссылка на собственно проект; для инсталляций и DOOH — ссылка на видеокейс (опционально)• для айдентики digital-проектов — ссылка на сайт• приложение или видеокейс•



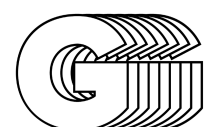
С. Мастерство

Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C08	Дизайн корпоративных сайтов	Сайты, созданные для решения коммерческих, организационных, информационных и внутрикорпоративных задач компании	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на непосредственно на проект
C09	Дизайн мобильных приложений	Оценивается качество визуального воплощения, использование возможностей интерактивной среды, внимание к деталям.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект
C10	Иллюстрация	Иллюстрация в digital-проектах. Оценивается качество визуального воплощения, использование возможностей интерактивной среды, внимание к деталям.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект



С. Мастерство

Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
C11	Юзер-экспириенс	Сайты, приложения, любые другие интерактивные продукты, которыми, по мнению создателя, удобно пользоваться (дизайн, интерфейс). Оценка складывается из пользовательского опыта членов жюри, а также опыта других пользователей продукта (по предоставленным показателям эффективности).	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на непосредственно на проект <p>В описании</p> <ul style="list-style-type: none">- сведения о посещаемости сайта, длительности пребывания на странице, показатель отказов, конверсия достижения целей.
C12	E-commerce	Интернет-магазины, сервис-проекты для брендов, связанные с финансовыми и торговыми транзакциями	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект



S. Социальные медиа			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
S01	Рекламная кампания в соцмедиа	Решения по продвижению бренда или проекта в социальных сетях (сообщества, приложения, таргетированная реклама и т. д.) Успешность кампании оценивается с точки зрения стратегического подхода, креативности и эффективности.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта (с показателями эффективности)• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)
S02	Концепция бренд-сообщества	Примеры бренд-сообщества (страницы, группы в соцсетях, иные решения). Оценивается оригинальность решения, эффективность бренд-сообщества с точки зрения темы, информационной территории, ролевой модели, подхода к публикации контента и общению с пользователями.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта (с показателями эффективности)• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на сообщество• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)
S03	Оформление сообщества, оформление постов	Оценивается визуальное оформление сообщества в социальной сети: обложка, аватарка, меню группы, приложения, а также оформление рубрик и постов в рамках сообщества.	<ul style="list-style-type: none">• описание проекта (концепции оформления)• иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)• ссылка на проект (сообщество)• ссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд (опционально)



М. Мобильные технологии			
Код	Название номинации	Описание номинации	Материалы для подачи
M01	Рекламные кампании в мобильной среде	Рекламные кампании, разработанные с учетом использования мобильных устройств. Использование функций мобильных устройств, приложений, технологий в рекламных кампаниях.	<ul style="list-style-type: none">описание проекта (концепции оформления)иллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)- описаниессылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный бордссылка на проект (опционально)
M02	Брендируемые игры и мобильные приложения	Любые приложения (развлекательные, сервисные, развивающие, информационные и пр.) и игры, разработанные для мобильных телефонов, смартфонов, планшетов и созданные для определенного бренда в рекламных целях	<ul style="list-style-type: none">описание проектаиллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)ссылка на работающее приложение или игруссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд
M03	Мобильные сайты	Сайты, созданные специально или адаптированные для мобильных устройств.	<ul style="list-style-type: none">описание проектаиллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)ссылка на мобильный сайтссылка на видеокейс (до 3 мин) или презентационный борд
D. Инновации			
D01	Инновации	Любые проекты, где, по мнению автора заявки, использовались совершенно новые digital-решения (свойства цифровой среды, технологии, эффекты).	<ul style="list-style-type: none">описание проектаиллюстрация проекта (для карточки работы на сайте)ссылка на проектссылка на презентацию или видеокейс (до 3 мин)

