

Открытая национальная премия в области малого и среднего предпринимательства в сфере торговли и услуг

Оглавление

I.	О проекте.....	2
	Цели проекта:.....	2
	Предпосылки к созданию:	2
	Желаемый результат:	2
II.	Информация об организаторах, партнерах, участниках оргкомитета и попечительского совета.....	2
	Организатор:	2
	Партнеры (рассматриваемые потенциальные партнеры):.....	2
	Организатор Премии:.....	3
	Попечительский совет Премии:.....	3
	Экспертный совет Премии:	3
III.	Уникальность Премии	3
IV.	Период проведения: октябрь 2014 года – сентябрь 2015 года.....	4
V.	Целевая Аудитория: малый и средний бизнес в сфере торговли и услуг и его потребители – население РФ	4
VI.	Информационная поддержка. Рекламные каналы.	4
VII.	Методы привлечения к участию Партнеров, Участников и населения.	5
VIII.	Критерии отбора участников.....	6
IX.	Критерии отбора победителей	6
X.	Техническое обеспечение	7
XI.	Финансирование.....	7

I. О проекте.

Цели проекта:

1. Выявить лучших представителей малого и среднего бизнеса в сфере торговли и услуг по мнению потребителей;
2. Стимулировать малый и средний бизнес к использованию современных технологий ведения бизнеса (в управлении, бухгалтерском и кадровом учете, работе с рисками и финансовыми инструментами, в маркетинге и построении отношений с клиентами и т.д.);
3. Повысить качество обслуживания населения малым и средним бизнесом;
4. Повысить престиж предпринимательства.

Предпосылки к созданию:

1. На более чем 2,5 млн. предприятий малого и среднего бизнеса в сфере торговли и услуг существует только одна номинация в премии для малого бизнеса «Бизнес-Успех», организованной ОПОРОЙ РОССИИ.
2. Отношение населения России к предпринимателям, складывающееся на основе ежедневного контакта с представителями малого и среднего бизнеса именно в сфере торговли и услуг, к сожалению, все еще требует улучшения.

Желаемый результат:

1. Участие в Премии около 10% работающих на территории РФ предприятий малого и среднего бизнеса в сфере торговли и услуг.
2. Участие в голосовании около 5% экономически активного населения России.

II. Информация об организаторах, партнерах, участниках оргкомитета и попечительского совета.

Организатор:

ООО «Исполнительная дирекция открытой национальной премии в области малого и среднего бизнеса в сфере торговли и услуг «Довольный клиент»»

ИНН 7708820067

ОГРН 1147746952660

Генеральный директор – [Вздорик Оксана Юрьевна](#)

Члены орг. комитета – представители партнеров Премии (специалисты по рекламе и маркетингу)

Партнеры (рассматриваемые потенциальные партнеры):

1. Промсвязбанк/ Уралсиб и т.п.
2. Россгосстрах/ Ингосстрах/ и т.п.
3. Билайн
4. Купонатор/ Биглион/ КупиКупон/ Выгода
5. Yandex / Mail.Group
6. Samsung/ HP/ Panasonic и т.п.
7. Альпина Паблишерз/ ИД МИФ

8. Ecomppay
9. UcoZ
10. Мегапрорыв

Организатор Премии:

Попечительский совет Премии:

К участию в попечительском совете приглашаются:

- a. Представители органов государственной власти, в т.ч.
 - 2) Департамент развития малого и среднего предпринимательства и конкуренции Министерства экономического развития;
 - 3) Представители межрегиональных управлений по Федеральным округам Министерства регионального развития;
 - 4) Департамент государственного регулирования внутренней торговли, легкой промышленности и потребительского рынка Министерства промышленности и торговли;
 - 5) Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека;
 - 6) Комитет ГД по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству;
 - 7) Совет при председателе Совета Федерации по вопросам модернизации экономики и инновациям;
 - 8) Совет Агентства стратегических инициатив при Президенте РФ
- a. Представители общественных организаций, в т.ч.
 - ОПОРА России,
 - Торгово-промышленная палата РФ, департамент по развитию предпринимательства;
 - Общественная палата РФ, комиссия по экономическому развитию и предпринимательству;
 - Российское Агентство поддержки малого и среднего бизнеса

Экспертный совет Премии:

Экспертный совет Премии формируется по представлению попечительского и партнерского советов и состоит из ведущих экспертов по видам деятельности, представленных в 14 номинациях Премии. В состав экспертного совета приглашаются:

- руководители ведущих крупных компаний в соответствующем направлении,
- представители органов, контролирующих, регулирующих и/или лицензирующих соответствующие виды деятельности,
- представители профессиональных ассоциаций,
- медийные персоны, пользующиеся доверием населения в вопросах качества обслуживания в каждой из 14 представленных номинаций.

III. Уникальность Премии

1. Самостоятельная регистрация участников, не требующая специальных знаний и подготовки => равные возможности участия всех СМБ и ИП в сфере торговли и услуг.

2. Для участия в Премии малым предприятиям не нужно писать сложных заявок и представлять бизнес-расчеты. Достаточно зарегистрироваться на портале. => Большое число участников.
3. Выбор победителя определяется СМС и онлайн голосованием потребителей. => Вовлечение населения и прозрачность отбора победителей.
4. Кластеризация по размерам населенных пунктов, позволяет честно сравнивать сельские магазины только с сельскими магазинами, а кафе городов миллионников с такими же кафе в других городах-миллионниках. => Равные возможности победы для всех участников и чистота отбора победителей.
5. 14 номинаций премии позволяют избежать сравнения булочной с автосервисом => Четкая картина потребительских предпочтений в каждом виде деятельности.

IV. Период проведения: октябрь 2014 года – сентябрь 2015 года.

- 1) Формирование именного списка Партнерского, попечительского и экспертного совета – октябрь - декабрь 2014 года, параллельно перерегистрация;
- 2) Пресс-конференция членов советов Премии – декабрь 2014 года
- 3) Старт рекламно-информационной кампании и открытие личных кабинетов на портале для скачивания макетов – февраль 2015 года;
- 4) Старт голосования – март 2015 года;
- 5) Завершение голосования, определение финалистов – июль 2015 года;
- 6) Финал и определение победителей в каждой номинации – август 2015 года;
- 7) Награждение победителей – конец сентября 2015 года.

V. Целевая Аудитория: малый и средний бизнес в сфере торговли и услуг и его потребители – население РФ.

VI. Информационная поддержка. Рекламные каналы.

Этап 1. Привлечение участников (СМБ и ИП)

- 8) Direct mail (партнерская почтовая, e-mail и СМС рассылка по СМБ и ИП);
- 9) Indoor в офисах обслуживания партнеров;
- 10) Баннеры на сайтах партнеров, спонсоров и поддерживающих структур;
- 11) Наружная реклама (выкупленные площади);
- 12) Таргетированная реклама в соц. сетях и интернет (выкупленные и бартерные объемы),
- 13) Рекламные макеты в СМИ – инфопартнерах (выкупленные и бартерные объемы)
- 14) Информационные сюжеты в электронных СМИ, на радио и ТВ;
- 15) Открывающая пресс-конференция.

Этап 2. Привлечение голосующих (потребителей)

- 16) Direct mail партнеров и участников (e-mail и СМС рассылка по базе клиентов);
- 17) Indoor в офисах обслуживания партнеров и участников;

- 18) Баннеры на сайтах участников, партнеров, спонсоров и поддерживающих структур;
- 19) Наружная реклама (выкупленные площади);
- 20) Статьи про участников в партнерских СМИ при преодолении порогов голосования
- 21) Распространение информации в соц.сетях через приложение для голосования;
- 22) Информационные сюжеты в электронных СМИ, на радио и ТВ.

Этап 3. Освещение результатов.

- 23) Direct mail партнеров и участников (e-mail и СМС рассылка по базе клиентов);
- 24) Indoor в офисах участников;
- 25) Баннеры на сайтах участников;
- 26) Наружная реклама (выкупленные площади для стимулирования участников);
- 27) Статьи в партнерских СМИ про победителей
- 28) Распространение информации в Соц.сетях через участников и голосующих;
- 29) Информационные сюжеты в электронных СМИ, на радио и ТВ;
- 30) Выступления экспертов
- 31) Закрывающая пресс-конференция и гала-концерт.

VII. Методы привлечения к участию Партнеров, Участников и населения.

1) Система мотивации партнеров:

- a) Кросс-маркетинг;
- b) Масштабная рекламная кампания на бизнес аудиторию и аудиторию конечного потребителя, в т.ч. интеграция в макеты участников;
- c) Позиционирование Партнера, как радеющего за развитие малого и среднего бизнеса;

2) Система мотивации участников:

- a) Уникальная совокупность скидок на услуги для бизнеса при регистрации на портале;
- b) Доступ к полезной информации, бесплатным консультациям и готовым маркетинговым решениям по повышению лояльности своих потребителей;
- c) Возможность реально оценить свои позиции на рынке и изучить прямых конкурентов без вложений в исследования;
- d) Дополнительные рекламные возможности при преодолении определенных порогов голосования;
- e) Возможность выиграть главный приз – деньги и бесплатные необходимые услуги;

3) Система мотивации голосующих СМС

- a) Благодарность от участника здесь и сейчас в форме скидки или бесплатной услуги,
- b) Возможность получить более выгодные условия обслуживания при регулярном голосовании за участника,
- c) Возможность получить на телефон 100 рублей несколько раз в день в случае совпадения порядкового номера СМС с выигрышным номером дня,
- d) Возможность 1 раз в месяц получить от организатора 100 тысяч рублей за самое активное участие в голосовании.

4) Система мотивации голосующих online

- a) Возможность получить благодарность от участника при предъявлении соответствующих постов в соц. сетях;
- b) Возможность участвовать в розыгрыше призов от участников и партнеров;
- c) Возможность выиграть 100 тысяч рублей от организаторов за самое активное участие в голосовании.

VIII. Критерии отбора участников

1. К участию в Премии допускаются хозяйствующие субъекты, являющиеся в соответствии со ст. 4 ФЗ-209 «О развитии малого и среднего предпринимательства» субъектами малого и среднего предпринимательства и оказывающие услуги или продающие товары конечному потребителю — физическому лицу. Для целей адекватного сравнения используется тоже деление на микропредприятия, малый и средний бизнес, что в ФЗ-209:
 - a. Микропредприятия: до 15 человек и выручка до 60 млн.р.
 - b. Малые предприятия: до 100 человек и выручка до 400 млн.р.
 - c. Средние предприятия: до 200 человек и выручка до 1 млрд. рублей.

Виды деятельности, допускаемые к участию в премии в определенных номинациях соответствуют следующим кодам ОКВЭД:

№	Входящие виды деятельности	коды ОКВЭД
1	Автомобили: продажи и обслуживание	50.10.2.; 50.30.2
2	Розница: универсальные магазины	52.1; 52.48.39
3	Розница: продукты	52.2
4	Розница: фармацевтика и косметика	52.3
5	Розница: одежда, обувь, аксессуары	52.41; 52.42; 52.43; 52.48.21; 52.48.22
6	Розница: промтовары для дома, дачи и отдыха	52.44; 52.45; 52.46; 52.47; 52.48
7	бытовые услуги: ателье ремонта и пошива; прокат	52.7
8	NoReCa и досуг	55.1, 55.2, 55.3, 55.4, 92
9	Такси и автолайны	60.21; 60.22; 60.23
10	Турагентства	63.3
11	Юридическая и финансовая помощь (ломбарды, нотариусы и адвокаты)	65.1; 65.2; 74.11
12	Агентства недвижимости и риэлторы	70.1; 70.2; 70.3
13	Образование (частные сады, репетиторы и кружки)	раздел М
14	Медицина и стоматология, фитнес, велнес и салоны красоты	85.11, 85.12, 85.13, 93.02; 93.04

IX. Критерии отбора победителей

Единственным критерием отбора финалистов является результат голосования потребителей.

1. Для наиболее честного сравнения внутри каждой номинации сравнение будет происходить по кластерному принципу. Основой для формирования кластера являются следующие критерии:
 - размер предприятия (микро -, малый или средний бизнес)
 - размер населенного пункта (до 30 тыс. чк., 100 тыс. чк., до 500 тыс. чк., до 1 млн. человек, более 1 млн. человек)
2. Итого 210 малых кластеров = 5 размеров населенных пунктов * 3 размера предприятий * 14 номинаций.
3. В статистических целях будет также вестись учет и определение лидеров малых кластеров в рамках Субъектов Федерации и Федеральных округов (3,5 тысячи однородных групп).
4. Подсчет голосов ведется автоматически в режиме реального времени. Статистика интернет и СМС голосования считается отдельно. Для определения текущего лидера в малой группе по обоим каналам голосования используется следующая формула подсчета голосов: один СМС голос приравнивается к 30 онлайн голосам.
5. В финал выходят по 3 предприятия лидера малой.
6. Победители Grand Prix выбираются из числа финалистов на основании голосования потребителей и экспертов по результатам выполнения экспертных заданий.

X. Техническое обеспечение

Работы по созданию портала Премии, обеспечение подключения выделенного номера для голосования, произвел партнер и подрядчик организатора.

XI. Финансирование

Финансирование разработки проекта (подготовки проектных документов, технических заданий, расчет емкости и состава номинаций, разработки положения о Премии, вариантов дизайна и названий, покупка и подключение доменов, разработка маркетинговой стратегии Премии, плана работы с Партнерами и спонсорами, разработка функционала портала Премии) осуществлялось Вздорик О.Ю.

Финансирование запуска и Рекламной кампании Премии предполагается за счет сбора партнерских и спонсорских средств. Из них же формируется призовой фонд и оплачивается церемония награждения.