



БРИФ ХАКАТОНА — КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ КОМАНДАМ

Настоящее Конкурсное задание содержит постановку задачи по разработке эффективных и оригинальных решений для продвижения российского Знака качества и отмеченных им товаров в современных каналах розничных продаж. А также, основные требования к Участникам, к Конкурсному проекту и его Презентации.

Детальная информация об условиях участия, системе оценки проектов и награждении победителей Конкурса содержится в **Правилах проведения конкурса**.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ:

Роскачество ждет готовые к реализации программы продвижения, которые обеспечат эффективное влияние Знака Качества на принятие решений о покупке в современных каналах продаж. В физических магазинах, в онлайн магазинах и на маркетплейсах, включая пункты выдачи заказов и доставку. А также, инновационные промо механики, креативные идеи кампаний и коллабораций для продвижения Знака качества в foodtech, edtech, medtech и других инновационных направлениях развития экономики.

Таким образом, необходимо найти решение, которое позволит, используя современные технологии и опираясь на изменения в потребительских предпочтениях и восприятии информации, сделать российский Знак качества фактором выбора товаров покупателями. И представить его в виде Конкурсного проекта.

Предлагаемые проекты должны обеспечивать как тактический, так и долгосрочный, устойчивый эффект от внедрения.

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

Российский Знак качества является единственным государственным знаком отличия и признания достижений в области качества. Однако, в сфере сертификации товаров, работ и услуг на текущий момент, свыше 1000 различных знаков отличия. Условных конкурентов российского Знака качества можно разделить на следующие группы:

А) ИСТОРИЧЕСКИ ИСПОЛЬЗУЕМАЯ МАРКИРОВКА

Прежде всего, это «ГОСТ» и различные варианты изображения советского знака качества на упаковке товаров. Часто прием используется в маркетинговых целях в традиционных товарных категориях и низком ценовом сегменте. Замечает в сознании потребителя достоверную информацию о качестве и по инерции ассоциируется с качественной продукцией.

Б) ФЕЙКОВЫЕ ЗНАКИ КАЧЕСТВА

К их числу относятся «Марка N1», «100 лучших товаров России», «Проверено Росконтролем» и т.п. Это знаки отличия коммерческих организаций, которые в той или иной степени дублируют и/или имитируют функции Роскачества.

В) РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЗНАКИ КАЧЕСТВА

Знаки качества субъектов российской федерации, которые организуют работу с дублирующими функциями Роскачества в границах субъектов Российской Федерации.

Г) СОБСТВЕННАЯ МАРКИРОВКА ТОВАРОВ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ:

Примером могут служить собственные знаки отличия как торговых сетей («Качество гарантируем» — «Пятерочки», Q-lab «Азбуки Вкуса»), так и производителей («Чистый продукт» — «Черкизово», Deli Chief «Мясного дома Бородина») и другие.

Ключевое отличие российского Знака качества от любых существующих аналогов — глубокая проработка самой системы оценки качества при проведении исследований товаров. А также, полная независимость от коммерческих интересов конкретных производителей.

КОНКУРСНЫЕ ПРОЕКТЫ ДОЛЖНЫ ОТРАЖАТЬ:

- 1** Более высокие, в сравнении с конкурентами, потребительские свойства товаров с российским Знаком качества.
- 2** Гарантии безопасности товаров, которые обеспечивает российский Знак качества для потребителей.
- 3** Преимущества российского Знака качества как символа потребительского патриотизма (готовность покупать лучшие российские товары).

Важнейшая характеристика успешного решения — это минимизация издержек Роскачества на последующую реализацию проекта. А также, простота и легкость имплантации решения в реальную практику. Успешное решение должно напрямую отражаться на росте продаж товаров с российским Знаком качества, в первую очередь, в сетевом ритейле, на маркетплейсах и d2c каналах продаж производителей.

Конечная цель — внедрение пилота с последующим развитием успешной практики в масштабах всего рынка в интересах российских потребителей. Ставя задачу, организаторы исходят из понимания, что выбор покупки происходит сегодня в мультимедийной среде. Что широта предложения и возможности выбора конкретного способа получения товара стали, фактически, безграничными, благодаря развитию цифровых каналов маркетинга и продаж, включая трансграничную онлайн торговлю. Что влияние на выбор оказывают как достоверные данные исследований, лежащие в основе Российской системы качества, так и рекомендации самих покупателей и так называемая «эмоциональная правда». Кроме того, что на выбор покупателей все больше влияют быстрорастущие потребительские тренды: здоровый образ жизни, забота об окружающей среде, простота и удобство, экономичное и осознанное потребление.

В ЧЕМ ВЫЗОВ? ПРОБЛЕМАТИКА ЗНАКА КАЧЕСТВА СЕГОДНЯ

Успешные решения должны опираться на фундаментальные принципы Российской системы качества, обнародованные на официальной странице по адресу: <https://roskachestvo.gov.ru/>. А также, учитывать опыт работы Роскачества и помогать преодолевать существующие барьеры восприятия Знака качества производителями и потребителями.

- Главный вызов: сегодня производители и специалисты по брендингу недооценивают роль Знака качества в развитии своих продаж. И, часто, в силу трудности прохождения сертификации, избегают нанесения Знака качества на упаковку товаров и не используют его в своих коммуникациях с потребителями.

Традиционные акции по продвижению, проводимые Роскачеством, создают только временный эффект. В числе уже проведенных Роскачеством акций и программ: выделение товаров со Знаком качества на полках с использованием POSM, организация выделенных мест продаж в торговом зале, чековые механики с розыгрышем призов, интеграции в программы лояльности сетей, дегустации и другие офлайн промо-акции в местах продаж.

Еще одна нерешенная задача — это создание достоверного способа измерения эффекта от нанесения Знака качества на упаковку товара.

ПРИМЕРЫ ПРОВЕДЕННЫХ РОСКАЧЕСТВОМ АКЦИЙ

Consumer promo:

- Чековые промо. Это механики с розыгрышем призов за покупку 2-х, 3-х и более товаров держателей российского Знака качества.

BTL:

- Дегустации в торговых залах.
- Сэмплинг в местах продаж.

Event marketing:

- Интеграции российского Знака качества в выставки, форумы, конференции.
- Продвижение продукции держателей российского Знака качества на фестивалях и пр.

Digital marketing:

- Работа с блогерами по интеграции российского Знака качества в контент блогов.
- Интеграции в мобильные приложения торговых сетей с выделением товаров, прошедших исследования Роскачества.

POSM production:

- Выделение POSM товаров держателей российского Знака качества в местах продаж. Включая выделение товаров на полке, создание дополнительных мест продаж (POS-палеты, Shop-in-Shop и пр.), торцевая выкладка и ее оформление, оформление прикассовых зон.

Loyalty program integrations:

- Например, интеграция в программу лояльности торговой сети с использованием карт лояльности, путем создания специального клуба и начисление его членам бонусов за совершенные покупки товаров со Знаком качества.

БОЛЬШЕ ДЕТАЛЕЙ О КОНКУРСНОМ ЗАДАНИИ

Получить больше информации о проблематике развития Знака качества участники конкурса могут, изучив заранее дополнительные материалы на Цифровой платформе (видео запись вебинара со специалистами Роскачества) и задав свои вопросы организаторам **на открытии Хакатона 11 марта 2021 года.**

ТРЕБОВАНИЯ К ПРОЕКТАМ И ПРАВИЛА ОТБОРА ФИНАЛИСТОВ:

Задание Конкурса должно быть выполнено в срок **до 8 утра 16 марта 2021 года** по московскому времени в виде электронных документов в формате PDF или Word не менее 10 и не более 20 страниц в формате А4 и содержать следующие элементы:

- краткое описание (не более 2500 знаков с пробелами) концепции продвижения российского Знака качества и обладающих им товаров в современных розничных сетях и/или на маркетплейсах;
- описание целевой аудитории, характеристики основных кластеров покупателей, на которые нацелено продвижение;
- четкое описание потребительского ценностного предложения (не более 2500 знаков с пробелами) предлагаемой концепции продвижения и мотивации покупателей к действию;
- путь покупателей, точки контакта покупателей/потребителей с российским Знаком качества и получаемый опыт покупок товаров с российским Знаком качества в рамках предлагаемой концепции продвижения;
- описание используемых цифровых технологий, изменений в бизнес-процессах и логистических решений (если применимо);
- расчет экономической эффективности внедрения предлагаемой концепции продвижения, основанный на росте продаж товаров с российским Знаком качества;
- визуализацию концепции, выполненную в любом графическом редакторе.

Для участия в финале Конкурса, команды дополнительно должны подготовить Презентацию продолжительностью не более 8 минут, не менее 10 слайдов в любом удобном формате. И направить такую презентацию по адресу электронной почты: I.Zhuravleva@b2bcg.ru в срок **не позднее 24 часов 16 марта 2021 года**.

Выбор команд финалистов проводится членами Жюри Конкурса на Цифровой платформе **17 марта**. По итогам работы Жюри организаторы приглашают финалистов и разыгрывают случайным образом порядок их выступлений в финале, **18 марта 2021 года**.

Члены Жюри выбирают наиболее перспективные проекты, основываясь на описаниях решений и презентациях команд. Дополнительно у членов Жюри есть возможность связаться с командами на платформе, чтобы задать уточняющие вопросы.

КЛЮЧЕВЫЕ КРИТЕРИИ ВЫБОРА ФИНАЛИСТОВ:

- уникальность и актуальность концепции продвижения российского Знака качества;
- потенциал влияния предложенной концепции на рост узнаваемости и доверия покупателей к российскому Знаку качества;
- простота реализации концепции в сетевом ритейле и/или на маркетплейсах, включая пункты выдачи заказов и доставку;
- потенциал роста продаж товаров с российским Знаком качества в результате реализации концепции;
- долгосрочный эффект от внедрения;
- оригинальность и информативность представления проекта.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ ПРОЕКТОВ ЯВЛЯЕТСЯ:

- использование возможностей для продвижения Знака качества в сфере foodtech, edtech, medtech и других инновационных направлениях развития экономики.

**РАБОТА УЧАСТНИКОВ, ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
С ЖЮРИ И МЕНТОРАМИ ПРОИСХОДИТ
НА ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЕ КОНКУРСА:**

<https://online.konferenza.com/roskachestvo>

**ЦИФРОВАЯ
ПЛАТФОРМА**

КОНКУРСНЫЕ ТРЕКИ И ПРОЕКТНЫЕ КОМАНДЫ:



ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ PRO

Трек объединяет профессиональные команды рекламных и маркетинговых агентств, специалистов в трейд-маркетинге из производственных компаний и ритейла.

Используя свой прикладной опыт работы в рекламе и промо в современных сетях и на маркетплейсах, профессиональные команды представляют решения, основанные на видении трендов в восприятии промо покупателями, используют практические знания в управлении покупательским опытом (customer experience).

Квалификационным требованием к Участникам трека «Трейд-маркетинг PRO» является наличие доказанного опыта разработки трейд-маркетинговых проектов для крупных российских или международных клиентов и опыта реализации таких проектов в ведущих федеральных сетях или крупном онлайн-ритейле, как минимум, у одного из членов Команды.

В рамках трека команды вправе представить проект и обосновать его ТЭО в любом из двух направлений: (а) решения для промо в физических точках продаж (магазины и пвз); (б) решения для онлайн каналов продаж и омниканальные решения. Состав команды от 1 до 5 человек.



ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ JUNIOR

Трек объединяет команды студентов, магистрантов и молодых специалистов из ведущих вузов страны.

Основываясь на собственном покупательском опыте и знаниях, представители поколения digital native предлагают свои идеи, возможно, разрушающие устоявшиеся на рынке стереотипы, «табу» и барьеры.

В треке «Трейд-маркетинг Junior» нет распределения проектов по типам каналов продаж. Состав команды от 2 до 6 человек.

НАГРАДЫ ПОБЕДИТЕЛЯМ

ПРИЗОВОЙ ФОНД КОНКУРСА СОСТАВЛЯЕТ 1 050 000 РУБЛЕЙ.

- Лучшие проекты в треках «Трейд-маркетинг PRO» получают по 200 000 рублей в каждом из направлений (офлайн точки продаж и цифровые каналы продаж).
- Победитель в треке «Трейд-маркетинг Junior» получает 200 000 рублей.
- Команды, занявшие второе место получают по 100 000 рублей, третье место — 50 000 рублей.
- Все члены команд получают возможность принять участие в Конференции «Инновации в трейд-маркетинге», назначенной в день открытия Конкурса — 11 марта 2021 года.

И, ГЛАВНОЕ:

Абсолютный победитель получает возможность подписать договор с Роскачеством на проведение промо Знака качества с использованием предложенной инновационной концепции.

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ И ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА

**СТАРТОВАЯ СТРАНИЦА КОНКУРСА
РАЗМЕЩЕНА ПО АДРЕСУ:**

<https://roskachestvo.gov.ru/roskachestvo-challenge/>

СТАРТОВАЯ СТРАНИЦА

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ КОНКУРСА ОТКРЫВАЕТСЯ 25 ЯНВАРЯ 2021 ГОДА

Для регистрации участия достаточно заполнить на платформе регистрационную форму: Имя, Фамилия, должность, компания, телефон, электронная почта и название команды.

После проверки достоверности данных участники получают запрос организаторов Конкурса на подготовку Заявки: краткого первичного описания решения команды. Требования к Заявке: текст и сопровождающие его изображения, до пяти страниц.

НА КАКИЕ ВОПРОСЫ ОТВЕТИТЬ В КОНКУРСНОЙ ЗАЯВКЕ:

- В чем основная идея проекта? Как сделать российский Знак качества одним из главных факторов выбора товаров покупателями?
- Какие технологические решения предлагается использовать?
- Как планируется привлекать внимание и активировать покупателей?
- Какова мотивация для покупателей быть участниками программы?

Для профессиональных команд (Трек «Трейд-маркетинг PRO») уже на начальном этапе необходимо предоставить общее понимание экономической эффективности предлагаемого решения.

**РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ ПРОИСХОДИТ
НА ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЕ КОНКУРСА:**

<https://online.konferenza.com/roskachestvo>

РЕГИСТРАЦИЯ

ОФИЦИАЛЬНОЕ ОТКРЫТИЕ КОНКУРСА СОСТОИТСЯ 11 МАРТА 2021 ГОДА

Официальный старт Конкурса будет дан **11 марта 2021 года**. В этот день будет объявлен состав команд, допущенных к участию. Сопредседатели и члены Жюри обратятся к командам, чтобы открыть Конкурс, дать свои комментарии к постановке задачи и ответить на вопросы участников.

В этот день, с целью помочь командам в подготовке проектов, состоится конференция «Инновации в трейд-маркетинге» с участием ведущих российских и международных экспертов.

В период с 11 по 17 марта 2021 года команды ведут детальную работу над проектами и проводят консультации с менторами.

У каждой команды есть возможность протестировать свои идеи и решения с экспертами, чтобы к 16 марта сформировать итоговый документ — Задание Конкурса и презентацию (короткий питч) проекта.

ФИНАЛ КОНКУРСА — ПИТЧ СЕССИИ ЛУЧШИХ КОМАНД ПРОЙДУТ 18 МАРТА 2021 ГОДА В ПРЯМОМ ЭФИРЕ НА ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЕ

Победителей в каждом из треков определит онлайн голосование членов Жюри. Критерии выбора победителей совпадают с критериями отбора финалистов.

Детальные требования к финальным конкурсным проектам и презентациям изложены в Правилах проведения конкурса.

КОНТАКТЫ И АДРЕС ДЛЯ ОТПРАВКИ ЗАЯВКИ, ПОСЛЕ РЕГИСТРАЦИИ НА ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМЕ:



ИНГА ЖУРАВЛЕВА

Академия ритейла / BBCG

✉ I.Zhuravleva@b2bcg.ru

📞 +7 960 969 17 28