

ПОЛОЖЕНИЕ О НАЦИОНАЛЬНОМ РЕЙТИНГЕ ДИДЖИТАЛ НОН-МЕДИА УСЛУГ

(National Digital Non-Media Rating RACA - NDNMR RACA)

Ассоциация Коммуникационных Агентств России

I. Определение Рейтинга

1. Национальный Рейтинг диджитал нон-медиа (англ. National Digital Non-Media Rating - NDNMR) – это порядковый показатель места заявленного бренда в списке участников по результатам оценки диджитал нон медиа услуг по ряду критериев и показателей.
2. Рейтинг не учитывает блогерские услуги и услуги по медийным рекламным размещениям. Детали прописаны в критериях оценки в 7 блоке (методология).
3. Чем выше оценка диджитал нон медиа услуг, тем выше порядковый показатель места в списке.
4. Первое место рейтинга означает наивысший уровень оценки организации по утвержденной процедуре подсчета Рейтинга.
5. NDNMR создан, внедрен и ежегодно проводится Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР).
6. Подсчет NDNMR осуществляет Исследовательский Центр Ассоциации коммуникационных агентств России (ИЦ АКАР) на основе автоматизированного анализа данных системы показателей для каждого участника Рейтинга.
7. NDNMR является уникальным и единственным общепризнанным Рейтингом диджитал нон- медиа услуг в РФ.
8. Процедура подсчета и оценки NDNMR открыта для всех участников и прописана в данном Положении.
9. Рейтинг носит заявительный характер.

II. Подсчет рейтинга

1. По требованию организации, участника Рейтинга, подписывается NDA с ИД АКАР, в котором указывается конфиденциальная информация, которую предоставляет организация в рамках подсчета Рейтинга.
2. Перечень данных обязательных для публикации:
 - количество оказываемых услуг;
 - наличие справки об отсутствии задолженности по налогам и сборам;
 - наличие справки об отсутствии судебных решений;
 - наличие справки о чистых активах;
 - время существования компании на рынке;

- результаты голосования по критерию «мнение участников рейтинга»;
- количество предоставленных рекомендательных писем от клиентов;
- кейсы E+.

3. Перечень данных опциональных для публикации:

- штат;
- оборот.

4. Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с Положением о NDNMR и форматом публикации данных Рейтинга в открытом доступе.

III. Определение участника NDNMR и клиента

1. Участником Рейтинга NDNMR может быть организация любой организационно-правовой формы, в том числе ИП, которая предоставляет клиентам на территории РФ диджитал нон-медиа услуги (англ. Digital Non-Media services - DNMS).

2. Клиент (рекламодатель) – это субъект, не являющийся профессиональным участником рынка коммуникационных услуг, заказавший услугу или услуги из списка, учитываемых в Рейтинге. (см. Приложение №1 к настоящему Положению).

IV. Цель рейтинга

Главная цель рейтинга — качественное развитие и продвижение диджитал рынка в РФ.

V. Задачи рейтинга

1. Выявление лучших практик DNMS для стимулирования здоровой конкуренции среди участников рынка;
2. Максимально объективная оценка диджитал нон-медиа услуг организаций – участников рынка DNMS;
3. Формирование, внедрение и регулярное улучшение единой системы услуг на рынке DNM;
4. Создание общепринятых стандартов и оценок качества услуг DNMS;
5. Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры, создание атмосферы творческого соревнования на рынке DNMS;
6. Повышение мотивации, направленной на создание современных, ярких, неординарных, инновационных, интерактивных, коммуникационных продуктов;
7. Создание единого индустриального ориентира при выборе партнеров на рынке DNMS;
8. Повышение позитивного знания и положительного имиджа рынка DNMS;
9. Продвижение позитивной репутации DNMS и всей российской диджитал индустрии за рубежом.

VI. Определение и состав Верификационной комиссии (ВК)

1. Верификационная комиссия (ВК) – высший орган рейтинга, принимающий решения по методологии NDNMR, а также по организации, проведению и оценке NDNRМ.
2. Официальным ежегодным началом работы ВК является письмо, подготовленное Исполнительной дирекцией (ИД) АКАР и направленное участникам Комитета диджитал агентств АКАР с предложением войти в состав ВК. Далее сформированный список участников направляется на согласование сопредседателям Комитета диджитал агентств АКАР.
3. ВК формируется только из членов Комитета диджитал агентств АКАР во главе с сопредседателями комитета. В состав ВК также могут войти наблюдатели (не более трех) без права голоса. Решение о наблюдателях принимается совместно ИД АКАР и сопредседателями Комитета.
4. Все члены Комитета обладают профессиональной компетенцией и глубоким знанием диджитал рынка и диджитал рекламы. Поэтому в ВК может войти любой участник Комитета диджитал агентств.
5. Состав ВК ежегодно утверждается сопредседателями Комитета диджитал агентств АКАР. ВК может обновляться. Члены комиссии имеют право покинуть ее по собственному желанию. В этом случае члены Комитета выбирают новых членов ВК, общее количество членов ВК должно быть не более 11-ти (одиннадцати человек), включая сопредседателей.

VII. Функции ВК

1. Внесение изменений, корректировка Положения о рейтинге NDNMR;
2. Верификация данных участников рейтинга;
3. Оперативная онлайн коммуникация с ИД АКАР;
4. Проведение офлайн/онлайн заседаний и совещаний;
5. Официальное объявление результатов NDNMR;
6. Ежегодный итоговый отчет о проведенном NDNMR.

VIII. ВК имеет право

1. Проверить данные, заявленные организацией, через системы СБИС, СПАРК;
2. Обратиться к результатам Рейтинга медиа агентств АКАР/Sostav 2022 с целью уточнения объема доли медиа в обороте организации;
3. Запросить по каждой услуге количество клиентов, рекламных кампаний, количество брендов, топ-10 клиентов по всем услугам и другие параметры;
4. Запросить разбивку оборота согласно списку услуг, учитываемых в Рейтинге;

5. Запросить бюджет на инфлюенсер маркетинг, в том числе его разбивку на медиа и non-медиа;
6. Запросить дополнительные документы и информацию: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, налоговую декларацию по налогу на добавленную стоимость или отдельные ее разделы, а также аналогичные, по сути, отчетные документы, предусмотренные законодательством для организации в форме ИП, договоры с клиентами, ссылки на данные открытых тендеров;
7. Запросить информацию, подтверждающую связь юридического лица/ лиц или ИП с заявленным в рейтинге брендом;
8. Привлечь аудитора для верификации данных агентства, участника Digital Non-Media Rating.

IX. Методология NDNMR

Методология рейтинга состоит из:

1. Система показателей;
2. Принципов сбора и обработки данных;
3. Подсчета результатов.

Система показателей.

1. Система показателей разбита на два блока: «Бизнес» и «Экспертиза».
2. Каждый блок, показатель и дополнительный показатель имеют вес, выраженный в процентах.

Блок «Бизнес» - вес 56%. Блок «Экспертиза» - вес – 44%.

3. В блок «Бизнес» входят показатели, имеющие следующие веса:

- Штат – 8%;
- Услуги – 15%;
- Профильный оборот – 20%;
- Финансовая устойчивость (состоит из 4х дополнительных показателей) – 13%.

4. В блок «Экспертиза» входят показатели, имеющие следующие веса:

- Мнение участников Рейтинга -14%;
- Рекомендации клиентов- 20%;
- Наличие побед в фестивале «Е+» - 10%.

5. Максимальное количество баллов, которое может набрать участник рейтинга – 10000 баллов.

6. Максимальное количество баллов по каждому показателю рассчитывается как «вес показателя в процентах, умноженный на 10 000 баллов».

7. По каждому основному и дополнительному показателю определяется минимальное и максимальное значение. По тем показателям, диапазон значений которых не может быть установлен из смысла настоящего Положения, такой диапазон определяется исходя из максимальных значений, набранных участниками Рейтинга и подтвержденных ВК.

Иллюстрация общей схемы и примеров расчетов представлена в Приложении №2 «Схема расчета показателей».

Блок «Бизнес» (56%)

Штат (8%).

1. Организация, участник Рейтинга, предоставляет ИЦ АКАР данные о количестве профильных сотрудников, с которыми существуют оформленные трудовые отношения в соответствии с законодательством РФ. Данные предоставляются на титульном листе Расчета по страховым взносам (РСВ) за 4 квартал, к которому прилагается штатное расписание (без окладов) по всем юридическим лицам и ИП, заявленным под брендом.

2. Сотрудники бэк-офиса входят в общий штат, учитываемый в рейтинге.

3. Сотрудники бэк-офиса включаются в штат в количестве сотрудников, обслуживающих бизнес в части услуг, учитываемых в рейтинге, или в разумном рыночном количественном соотношении сотрудников фронт-офиса и бэк-офиса.

4. Рейтинг учитывает штатных сотрудников, трудовые отношения с которыми установлены в соответствии с законодательством РФ.

Услуги (15%).

1. Организация, участник Рейтинга, предоставляет ИЦ АКАР подтвержденные данные об услугах из списка DNM услуг, учитываемых в NDNMR. Учитывается только контентная (non-media) составляющая инфлюенсер маркетинг проектов. Вознаграждение блоггера за медийное размещение в рейтинге не учитывается. (подробно см. Приложение №1 к настоящему Положению):

- Креатив;
- Стратегия;
- Комплексная интернет-поддержка;
- Поддержка сайтов;
- Разработка мобильных приложений;
- Производство контента;
- Поддержка групп в социальных медиа;

- Работа с инфлюенсерами;
- Работа с агентами влияния;
- Мониторинг и реагирование;
- CRM/ Цифровые промо компании;
- WEB производство (web production);
- Видео производство (video production);
- Аналитика;
- AR/VR, Голосовые интерфейсы.

2. Вес одной услуги составляет 1%.

3. Каждая выбранная организацией услуга должна быть подтверждена (на выбор): письмом от клиента, договором, совместной публичной презентацией кейса с клиентом или ссылкой на кейс в открытом доступе с лого компании / ссылкой с публичным упоминанием кейса.

Оборот (20%).

1. Организация, участник Рейтинга, предоставляет в заявительном порядке: совокупный профильный оборот без НДС, за исключением внутригрупповых оборотов по каждому юридическому лицу и ИП, которое использует бренд, с подписью и печатью компании по форме 2 бухгалтерской отчетности или аналогичной отчетности, предусмотренной для ИП, и выделяет в нем долю диджитал нон-медиа оборота согласно описанным услугам (подробно по услугам см. Приложение №1 к настоящему Положению).

2. В совокупный профильный оборот включается полная сумма независимо от вида договорных отношений с рекламодателем: агентский договор, договор услуг и т.п.

3. Рейтинг не учитывает услуги (бюджеты), относящиеся к диджитал медиа: перформанс (performance), оптимизация (SEO), размещение онлайн видео (OLV), контекстную рекламу (context), таргетированную рекламу (targeting), программатик (programmatic).

Показатели финансовой устойчивости (13%)

1. Складываются из 4-х дополнительных показателей, каждый из которых имеет свой вес в процентах:

- Отсутствие задолженности по налогам и сборам (до 100 000 руб.) по состоянию на текущую дату, но не ранее 01 июля 2023 (Справка по форме КНД 1160080) – **3%**.
- Отсутствие вступивших в силу судебных решений, где организация является ответчиком, на общую сумму более 10% от оборота по состоянию на текущую дату (Справка предоставляется в произвольной форме на официальном бланке организации с подписью руководителя и печатью) – **3%**.

- Положительная величина чистых активов: расчет активов по состоянию на 31.12.2022 (Справка по форме №1 «Бухгалтерский баланс») – **3%**
- Время существования организации на рынке. Организация предоставляет копии свидетельств ОГРН, ОГРИП, ИНН. Максимальное значение для данного показателя – 15 лет. Показатель рассчитывается в годах от даты регистрации основного юридического лица, ИП бренда до 31.12.2022 – **4%**.

Блок «Экспертиза» (вес – 44%)

Мнение участников Рейтинга (14%).

1. Список организаций, участников Рейтинга, структурируется и делится на 15 групп согласно перечню услуг, которые были указаны и подтверждены агентствами на этапе подачи заявки. Список программируется на сервере alchemer и высылается в виде ссылки на опрос всем участникам рейтинга. Участники определяют лидера по каждой услуге (минимум 1 компанию, максимум 3 компании). Критерии оценки: качество предоставления услуг, кейсы организации, популярность бренда, пиар, частота приглашений в тендеры, репутация и т.п. Чем больше раз организацию отметили, как эксперта по каждой из услуг, тем больше у нее баллов. В общую таблицу подсчета Рейтинга заносятся итоговые значения по каждой компании, то есть сколько раз компанию отметили другие участники Рейтинга при прохождении опроса. Полученные значения переводятся в баллы согласно весу 1 балла, определяемого в соответствии с настоящим Положением и Приложением №2 «Схема расчета показателей».
2. Участие в голосовании принимают только организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге. За себя голосовать нельзя, если организация проголосовала за себя, то все ответы этой организации аннулируются.

Рекомендации клиентов (20%).

1. Организация, участник Рейтинга, предоставляет рекомендательные или благодарственные письма от рекламодателей за последний год (с 01.01.2022 по 31.12.2022) по итогу реализации диджитал кейсов согласно списку услуг рейтинга (см. Приложение №1). От одного рекламодателя учитывается одно рекомендательное письмо.
2. Максимальное количество писем, принимаемых для расчета показателя, - 10 писем.
3. Каждое письмо оценивается в единицах:
 - Предоставление рекомендательных писем от ТОП-100 рекламодателей – 1 единица за каждое письмо.
 - Предоставление рекомендательных писем от остальных рекламодателей – 0,25 единиц за каждое письмо.

4. Письма от филиалов учитываются как письмо от Топ-100 (например, Сбербанк Урал).
5. Письма от дочерних компаний (Окко, принадлежит Сбербанку) учитывается как письмо не от Топ-100.
6. Принимаются официальные рекомендательные письма с подписью и указанием ФИО подписанта от клиента. Не принимаются письма, полученные по электронной почте. Полученные суммы в единицах складываются в общий итог и переводятся в баллы согласно весу 1 балла, определяемого в соответствии с настоящим Положением и Приложением №2 «Схема расчета показателей».

ВАЖНО! Учитывается рейтинг рекламодателей на основе данных мониторинга Mediascope по display и video размещениям (desktop, 2022 год).

Наличие побед в фестивале E+ (10%).

1. Организация – участник рейтинга, присылает ссылки на собственные кейсы, которые заняли призовые места, либо попали в шорт-лист фестиваля E+ по итогам 2022 года. Каждая награда оценивается в единицах:

- Присутствие кейса в шорт-листе фестиваля, если участник рейтинга является основным агентством – 1 единица;
- Присутствие кейса в шорт-листе фестиваля, если участник рейтинга является вспомогательным агентством – 0,5 единиц;
- Кейс, получивший призовое место (металл) в фестивале, если участник рейтинга является основным агентством – 2 единицы;
- Кейс, получивший призовое место (металл) в фестивале, если участник рейтинга является вспомогательным агентством – 1 единица;
- Кейс, получивший Гран-При в фестивале, если участник рейтинга является основным агентством – 3 единицы;
- Кейс, получивший Гран-При в фестивале, если участник рейтинга является вспомогательным агентством – 2 единицы.

2. Полученные суммы в единицах складываются в общий итог и переводятся в баллы согласно весу 1 балла, определяемого в соответствии с настоящим Положением и Приложением №2 «Схема расчета показателей».

Х. Принципы сбора и обработки данных

1. NDNMR считается по брендам. Под одним брендом могут быть заявлено несколько организаций. В этом случае все документы для верификации должны предоставляться по всем этим юридическим лицам и ИП.
2. Рейтинг считается по итогам предыдущего года: 2022: с 01.01.2022 по 31.12.2022

XI. Подсчет результатов

1. Подсчет NDNMR осуществляет ИЦ АКАР на основе автоматизированного анализа данных системы показателей для каждого участника Рейтинга.
2. При подсчете результатов учитывается рейтинг на основе данных мониторинга Mediascope по display и video размещениям (desktop, 2022).
3. Результаты подсчетов анализируются и утверждаются ВК.
4. Если результаты вызвали аргументированное сомнение у ВК, то ИЦ АКАР может дополнительно запросить информацию или документы, предусмотренные настоящим Положением.
5. В случае отказа или невозможности организации – участника Рейтинга предоставить запрошенные данные, ВК имеет право принять одно из трех решений:
 - обнулить показатель,
 - принять в заявленном размере\виде
 - если эти бюджеты существенно (более чем на 50%) отклоняются от среднерыночных показателей, скорректировать до показателя, не вызывающего сомнений у экспертов.
6. Все данные NDNMR сводятся в таблицу, которая находится в открытом доступе для всех участников Рейтинга. Организации, не согласные с результатами подсчета, имеют право обратиться в Верификационную комиссию с письменным запросом на проверку подсчета до официальной публикации Рейтинга.
7. Официальным завершением Рейтинга является публикация Рейтинга на сайте АКАР.
8. После публикации Рейтинга пересчет данных не проводится.

XII. Принципы и система сбора членских взносов NDNMR

1. Организация, принимающая участие в NDNMR и не являющаяся действительным членом ассоциаций РАМУ, АРИР, АКАР вносит организационный взнос для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга.
2. Рекламная организация, принимающая участие в Рейтинге и состоящая в РАМУ, АРИР, АКАР принимает участие в рейтинге бесплатно.
3. Сумма взноса одинакова для всех участников NDNMR – не членов Ассоциаций и не влияет на результаты Рейтинга. Сумма ежегодно подтверждается ВК и перечисляется в АКАР одним платежом вместе с заявкой на участие в Рейтинге. В NDNMR 2023 года сумма организационного взноса составляет 10 000 (десять тысяч) рублей. Сумма взноса также является подтверждением серьезности намерений участника NDNMR. В случае отказа рекламной организации от участия в Рейтинге, сумма организационного взноса для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга не возвращается. В случае

вступления участника Рейтинга в одну из Ассоциаций (АКАР, РАМУ, АРИР) участие в NDNMR и других Рейтингах АКАР становится бесплатным.

XIII. Ориентировочный тайминг NDNMR

1. 25.09.23 – 25.10.23 – сбор заявок от организаций на участие в Рейтинге и загрузка подтверждающих документов по каждому критерию Рейтинга на Яндекс. Диск.
2. Организация – участник в свободной форме присылает заявку на участие в Рейтинге на почту digital-rating.akar@yandex.ru.
3. В подтверждение получения заявки организации – участнику Рейтинга высылаются: ссылка на заполнение анкеты онлайн, личная ссылка на Яндекс.Диск, где организация по каждому показателю Рейтинга загружает подтверждающие документы.
4. Документы, загруженные участником, служат для верификации / подтверждения данных, указанных в анкете. Доступ к документам участника Рейтинга имеют только сам участник Рейтинга и ИЦ АКАР.
5. Загрузка на Яндекс диск документов, подтверждающие услуги для второго этапа Рейтинга.
6. 25.10.23 – 15.11.23 – опрос мнений участников Рейтинга. После окончания сбора заявок от организаций на участие в Рейтинге формируется общий список организаций - участников Рейтинга, который распределяется по 15-ти услугам, которые были указаны агентствами на этапе подачи заявки.
7. Структурированный список программируется на сервере alchemer и высылается в виде ссылке на опрос всем участникам Рейтинга, которые должны определить компанию-лидера по каждой услуге. (подробно см. раздел «Мнение участников Рейтинга» данного Положения).
8. 15.11.23 – 30.12.23 – верификация данных и подсчет результатов Рейтинга. (подробно см. раздел «Подсчет результатов» данного Положения).

XIV. Прочие условия

1. Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с Положением о NDNMR и форматом публикации данных Рейтинга в открытом доступе.
2. Настоящее Положение ежегодно корректируется ВК и утверждается Комитетом диджитал агентств АКАР.

Приложение №1. Определения по каждой из основных услуг, учитываемых в NDNMR

1. Креатив

Услуга по созданию творческих идей и концепций для товаров и услуг клиента, реализованных в виде креативных рекламных материалов для использования в рекламных кампаниях и/или в интерактивных решениях.

2. Стратегия

Услуга по созданию и реализации полномасштабного продвижения товаров и услуг клиента в диджитал среде с использованием всех необходимых диджитал инструментов для полноценного охвата и коммуникации с целевой аудиторией товара или услуг клиента в интерактивных медиа средах на период и с частотой, обозначенной клиентом.

3. Комплексная интернет-поддержка

Услуга по предоставлению клиенту всех необходимых диджитал инструментов для полноценного присутствия товара или услуги клиента в диджитал среде. Комплексная интернет-поддержка предусматривает использование как минимум пяти диджитал нон медиа услуг, учитываемых в Рейтинге, для качественного продвижения товара или услуги в виде одного бренда с целью развития долгосрочной и устойчивой коммуникации с целевой аудиторией.

4. Поддержка сайтов

Услуга по полноценному обеспечению жизнеспособности сайта или сайтов товара или услуги клиента в интернете. Также это может быть услуга по поддержке сайта самого клиента с большим набором функциональных обязанностей. Услуга предусматривает комплекс мер, направленных на обновление контента и фронтэнда, хостинг, дополнительные услуги по дизайну и т. д.

5. Разработка мобильных приложений

Услуга по созданию творческой и функциональной концепции приложения, его дизайна, интерфейса и/или услуга по созданию прототипа, создание реальной версии, ее доработки, а также поддержке работы мобильного приложения на рынке.

6. Производство контента

Услуга по разработке и написанию контента как для социальных, так и не для социальных сетей (За исключением контента для SEO) - текстов различных видов и форматов в интересах клиента, востребованных целевой аудиторией и имеющих спрос в социальных медиа. Услуга также предполагает поиск, покупку, разработку, подготовку, съемку фото, аудио и видео материалов для последующих публикаций в социальных сетях.

7. Поддержка групп в социальных медиа

Услуга по публикации и модерации контента, его поддержка в виде комментариев, участие в дискуссиях, коммуникации с пользователями. Услуга также предполагает работу по увеличению целевых групп пользователей, а также мониторинг основных показателей групп пользователей и подготовка регулярных отчетов о целевых группах в социальных медиа. Услуга также может предполагать создание нужных клиенту групп в социальных медиа.

8. Работа с инфлюенсерами

Услуга по подбору и коммуникации с блогерами и инфлюенсерами в целях продвижения товаров и услуг клиента. Услуга предполагает подбор инфлюенсеров, работающих с целевой аудиторией клиента. Услуга также предполагает организацию работы с инфлюенсерами: предоставление им товаров и услуг клиента, оформления необходимых документов, подготовку брифа и брифинг инфлюенсера, необходимая техническая помощь и контроль производства авторского контента. Учитываются только non-медиа услуги (список non-медиа услуг инфлюенсеров определяет ВК).

9. Работа с агентами влияния

Услуга по выбору и коммуникации с агентами влияния для организации комплексной работы с большим количеством зарегистрированных аккаунтов на целевых площадках, написание, согласование с клиентом и размещение отзывов о товарах и услугах клиента от лица этих аккаунтов. (Учитываются только non-медиа услуги (список non-медиа услуг инфлюенсеров определяет ВК).

10. Мониторинг и реагирование

Услуга по подбору, подключению и настройке специализированных систем мониторинга, менеджменту и мониторингу данных, регулярному сбору и анализу данных, необходимых клиенту для анализа эффективности работы в диджитал среде. А также подготовке отчетов.

11. CRM/ Цифровые промо компании

Услуга по разработке и поддержке цифровых программ лояльности потребителей, включая создание стратегии взаимодействия, выбор и подключение технической платформы и/или разработка собственной, использование регулярных рассылок или иных средств прямой коммуникации с целевой аудиторией. Услуга предполагает работу с базой данных потребителей, ее анализ, сегментацию, прогнозирование.

12. WEB производство (web production)

Услуга по фронтэнд и бэкэнд разработке собственных цифровых средств коммуникации для товаров и услуг клиента (создание сайтов, баннеров, посадочных страниц и пр.)

13. Видео производство (video production)

Услуга по разработке и производству видео материалов для товаров и услуг клиента для разных форматов: OLV, видео контент, продуктовые видео, лайф-трансляции. Услуга также включает в себя следующие виды работ: написание сценария, пред-производственная подготовка, непосредственно съемочный процесс, монтаж и пост производственный этап.

14. Аналитика

Услуга по предоставлению клиенту аналитических данных по любым клиентским запросам. Как правило, эти запросы относятся к анализу аудитории, анализу товаров и услуг и анализу медиа. Анализ аудитории

предполагает работы по изучению поведения аудитории, ее сегментации, выявления целевых аудиторий, их потребительских и медиа предпочтений. В услугу входит изучение потребительских трендов, анализ конкурентов и конкурентной среды, анализ товаров и услуг, медиа анализ, коммуникационный анализ, анализ технологических инструментов (Google Analytics, DoubleClick, Яндекс Метрика и т.д.), промышленных исследований (Mediascope, TNS Web Index и т.д.), а также анализ открытых данных и данных клиента.

15. AR/VR, Голосовые интерфейсы

Создание, подготовка контента и проведение активаций в форматах дополненной или виртуальной реальности с использованием как мобильных платформ, так и специализированных устройств (Oculus Rift, Samsung Gear VR, Google Daydream и т.д.).

Приложении №2 «Схема расчета показателей»

Ссылка на расчетную таблицу:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pkekJLVrGBhgXuWrOPIC7jOF-iVTvW_O/edit?usp=sharing&oid=112280772186379120739&rtpof=true&sd=true