



marketing.uz

TAF! Tashkent
Advertising
Festival

TAF!2022 ENG YAXSHI REKLAMA TANLOVINING REGLAMENTI

- 1. UMUMIY QOIDALAR**
- 2. TANLOVGA LOYIHALARNI TAQDIM ETISH QOIDALARI**
- 3. TANLOV BOSQICHLARI**
- 4. TANLOV TASHKILOTCHILARI**
- 5. EKSPERTLAR HAY'ATI**
- 6. XALQARO HAY'AT**
- 7. TANLOV ISHTIROKCHILARI**
- 8. TAQDIM ETILAYOTGAN LOYIHALARGA TALABLAR**
- 9. LOYIHALAR MAZMUNI**
- 10. NOMINATSIYALAR**
- 11. HAY'AT VA ISTE'MOLCHILAR OVOZ BERISH TARTIBI**
- 12. OVOZ BERISH MEZONLARI**
- 13. SOVRINLAR**
- 14. KONTAKT MA'LUMOTLARI**

1. UMUMIY QOIDALAR

TAF! (Tashkent Advertising Festival!) — har yilgi Toshkent reklama festivali – O‘zbekiston marketing va reklama sohasidagi bosh voqeya bo‘lib, ikkita asosiy blokka ega: eng yaxshi reklama tanlovi va xalqaro reklama konferensiyasi.

TAF! 2022 eng yaxshi reklama tanlovi – 2021-2022 yillarda O‘zbekiston Respublikasi hududida amalga oshirilgan eng yaxshi marketing loyihalarini aniqlash.

TAF! missiyasi

Brendlar rivojlanishiga, marketing va reklama sohasida mutaxassislarni birlashtirish va o‘qitishga ko‘maklashish. G‘oyalarni, ularning samaradorligini, shuningdek brendlarning iste‘molchilar bilan kommunikatsiyasini professional qiyoslash va baholash orqali, eng yaxshi marketing loyihalarini aniqlash va brendni muvaffaqiyatli ilgarilatishga ko‘maklashish.

2. TANLOVGA LOYIHALARNI TAQDIM ETISH QOIDALARI

1. Eng yaxshi reklama tanloviga loyihalarni ham brendlar, ham agentliklar taqdim etishi mumkin.
2. Tanlovda qatnashish uchun www.marketing.uz saytida avtorizatsiyadan o‘tish, kerakli barcha satrlarni to‘ldirish: tanlov ishtirokchisining kontakt ma‘lumotlari, nominatsiya nomi, brend nomi va loyiha nomi (qisqacha), muammolar, yechimlar, natijalarni kiritish, loyihani yuklash taomilidan o‘tish (pdf formatda taqdimot yoki YouTube`dagi videoga havola). Loyiha yuklangach, albatta “Jo‘natish” tugmasini bosib axborotni jo‘natish zarur. Tanlov tashkilotchisi kelib tushgan loyihaning tanlov talablariga muvofiqligini tekshiradi va loyiha kelib tushgan sanadan boshlab 3 ish kuni ichida qatnashuvchiga ishtirok haqini to‘lash uchun shartnoma yuboradi. Ishtirok haqi to‘langach, tanlovga taqdim etilgan loyiha www.marketing.uz saytida aks etadi.
3. Tanlovda qatnashish pulli. Bitta taqdim etilgan loyiha uchun ishtirok narxi QQS bilan hisoblaganda, 920 000 so‘m. Valyutada to‘langanda, to‘lov qiymati to‘lov kunidagi MB kursi bo‘yicha hisoblanadi.
4. O‘zbekiston marketing uyushmasi a‘zolari va hamkorlari uchun 50% miqdorida chegirma taqdim etiladi.
5. To‘lov shartnoma asosida yuridik shaxslar o‘rtasidagi bank o‘tkazmasi orqali yoki Apelsin to‘lov tizimi orqali amalga oshiriladi.
6. Bir loyiha bir yoki bir nechta nominatsiyaga taqdim etilishi mumkin. Agar bir xil loyiha ikki va undan ortiq nominatsiyaga taqdim etilsa, taqdim etilgan loyihalar soni nominatsiyalar soniga tenglashtiriladi va ishtirokchi har bir nominatsiya uchun Reglamentning ushbu bo‘limi 3- b.ga muvofiq haq to‘laydi. Uchinchi va har bir keyingi loyiha uchun 50% miqdorida chegirma taqdim etiladi.
7. Loyiha faqat quyidagi talablarga muvofiq kelgan holdagina tanlovda qatnashadi, deb hisoblanadi: loyiha o‘z muddatida taqdim etilgan, loyiha mazmuni tanlov nominatsiyalariga muvofiq keladi, shartnoma bo‘yicha to‘lov to‘langan.

8. Saytda avtorizatsiyadan o'tilmagan va ishtirok haqi to'lanmagan hollarda loyihalar tanlovga qo'yilmaydi.
9. Ishtirok haqini to'lash g'oliblikni kafolatlamaydi.
10. Tanlovda qatnashishga g'oyasi yoki amalga oshirilishi boshqa brendlar keyslaridan ko'chirilgan loyihalar qabul qilinmaydi. Qalbaki loyiha aniqlanganda, tanlov tashkilotchisi yoki hay'at ishtirok haqini qaytarmagan holda loyihani ishtirokdan chiqarish huquqiga ega.
11. Hay'at, tanlovga taqdim etilgan loyihalarni baholashning istalgan bosqichida, loyihani boshqa nominatsiyaga o'tkazish huquqiga ega.
12. Tanlovda ishtirok etish qatnashuvchi ushbu Reglament bilan tanishgani va unga rozi ekanligini anglatadi. Ishtirok etish shartnomasi rozilikning yozma tasdig'i hisoblanadi.
13. Tanlov qatnashchisi mualliflik huquqlariga rioya etish (musiqa, foto, matnlardan qonuniy foydalanish va boshqalar)ni kafolatlaydi va bu boradagi barcha ehtimoliy masalalarni mustaqil hal qilishni zimmasiga oladi. Taqdim etilayotgan tanlovga taqdim etilgan loyihalarning muallifga tegishliligi uchun javobgarlik tanlov qatnashchisi zimmasida bo'ladi. Tashkilotchi taqdim etilayotgan loyihalar muallifligi yoki ko'chirma ekani yuzasidan javobgar emas.
14. Bahsli holatlar yuzaga kelganda, tanlovga taqdim etilgan loyihaning maqomini aniqlash to'g'risidagi qarorni hay'at qabul qiladi. Loyihani taqdim qilishda to'langan summa qaytarilmaydi.

1. TANLOV BOSQICHLARI

Tanlovga taqdim etilgan loyihalarni qabul qilish va to'lovlar muddati: 2022-yil 1-iyuldan 2022-yil 5-sentyabrgacha (shu kun ham kiradi).

Ekspertlar hay'ati va iste'molchilarning ovoz berishi: 2022-yil 12-sentyabrdan 12-oktabrgacha (shu kun ham kiradi).

Tanlov natijalarini e'lon qilish: 2022-yil 22-oktabrdagi Taqdirlash marosimida.

2. TANLOV TASHKILOTCHILARI

Tanlov tashkilotchilari:

O'zbekiston respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi

O'zbekiston marketing uyushmasi

3. EKSPERTLAR HAY'ATI

Tanlov hay'ati tarkibi tegishli professional tajriba va yutuqlarga ega marketing, reklama sohasidagi yetakchi mutaxassislar bo'lmish ekspertlardan tashkil topadi.

Ekspertlar:

1. www.marketing.uz saytida tanlovga taqdim etilgan loyihalar bilan tanishadilar;
2. tanlov g'oliblari va sovrindorlarini aniqlaydilar;
3. Tanlov g'oliblarini taqdirlash marosimida qatnashadilar.

Tanlov ekspertlar hay'ati tarkibi:

No	F.I.O	Brend
1	Abduvaliyev Begzod	Abstract Visuals
2	Abdulkarimbekova Karine	Medion
3	Abdullayev Doniyar	360 KREATIV AGENTLIGI
4	Abdurashidov Rasul	O'ZBEKINVEST
5	Abdurazzaqov Oraz	GRAND PR
6	Abdusalomov Ravshan	«Production» RA
7	Abiev Ilhom	AKFA ENGINEERING AND MANAGEMENT
8	Ahmadjonov Shuhrat	8 BIT
9	Akbarova Aziza	MAC COFFEE
10	Asrolxo'jaev Shohruh	Bellisimo Pizza
11	Axmetzhanov Samir	Reformat consulting agency
12	Azizova Elnara	Ipak yo'li banki
13	Beknazarov Kamoliddin	GROSS INSURANCE
14	Boyqo'ziev Alisher	«Ishonch» do'konlar tarmog'i
15	Davletyarov Sardor	BELLSTORE
16	Domlatjanov Umid	SARKOR
17	Doronkina Ekaterina	NIKA PHARM
18	Ergashev Umid	DIVISION
19	G'ofurov Umid	Troll.uz
20	Gimadieva Elvira	Infin Bank
21	Grishin Kirill	Canaan Travel
22	Ibatova Nasiba	KFC
23	Ibragimov Ravshan	MCA

24	Ibragimova Elina	MA'NO BRANDING
25	Jumaniyozov Alisher	ALPHA EDUCATION
26	Kamalova Lola	HYUNDAI
27	Kim Igor	Wunder digital
28	Kim Seryoja	SEKTA CREATIVE CREW
29	Klepcov Anton	Artel
30	Komilov Farhod	Qmarketing Academy
31	Kushenkova Olesya	Kulikovskiy Qandolat Uyi
32	Livshits Kristina	HYATT REGENCY TASHKENT
33	Lutfullaev Aziz	HAVAS
34	Musinov Shavkat	Arashan
35	Nasimov Bakhtiyor	Ucell
36	Nasriddinov Diyor	IMZO
37	Nazarzoda Barno	Maslov Tashkent
38	Nazarzoda Bobir	CLICK
39	Qahhorov Jamshed	P&G, DURACELL, FATER GROUP
40	Rahmonova Zamira	TESTO BY ZAMIRA&CO
41	Rezanova Valeriya	SAFIA Qandolat Uyi
42	Rozmetov Zafar	ROZMETOV
43	Sakaeva Sevil	Maslov Tashkent
44	Saliev Shaxa	Locals
45	Sapunova Anna	Korzinka
46	Sarkisyan Minas	WABI SABI
47	Sharipov Farrux	Synthesis
48	Shermatov Alisher	7 SABER

49	Shermatova Nodira	PAYME
50	Sobirov Ilhom	Yandex
51	Sodiqova Mahbuba	BEELINE
52	Surgutanov Andrey	Apelsin
53	Timofeev Oleg	Murad Buildings
54	Umerov Asan	Kanstik
55	Xolmatov Zokir	MA'NO BRANDING
56	Yakubova Shahnoza	AKFA MEDLINE
57	Yakupova Hilola	KNAUF
58	Yunusova Diana	NIKA PHARM
59	Yusufov Azizbek	FAZZ GROUP
60	Yusupov Jasur	Fly Dubai
61	Zakirova Anna	Kapital Bank
62	Zatulovskaya Yuliya	Golden Minds
63	Zokirov Akmal	Amirsoy

* Hay'at tarkibida o'zgarishlar bo'lishi mumkin

4. XALQARO HAY'AT

1. Ekspertlar hay'atidan tashqari, tanlovga taqdim etilgan loyihalarni TAF!22 xalqaro reklama konferensiyasi ma'ruzachilari va mahalliy ekspertlardan iborat xalqaro hay'at ham baholaydi.
2. Xalqaro hay'at tarkibi www.marketing.uz saytida 2022-yil 20-sentyabrdan kechiktirmay e'lon qilinadi.
3. Hay'atning ovoz berishi Toshkentda, 2022-yil 21-oktabrda amalga oshiriladi. Xalqaro hay'atga tanlov ekspertlar hay'ati ovoz berishi yakunlari bo'yicha loyihalarning qisqa ro'yxati taqdim etiladi.
4. Xalqaro hay'at ovoz berishi yakunlariga ko'ra g'olib bo'lganlarga nominatsiyalarda "platina" beriladi.
5. Festival doirasida xalqaro hay'at a'zolari ishtirokida loyihalar tahlili o'tkaziladi.

7. TANLOV QATNASHCHILARI

1. Tanlov ishtirokchilari brend-reklama beruvchilar va agentlik-kompaniyalar, xususiy tadbirkorlar – reklama ishlab chiqaruvchilar va tarqatuvchilar sanaladi.
2. Sovrinlar loyihani taqdim qilgan va haqini to'lagan tanlov qatnashchisiga beriladi.
3. Loyihani taqdim etishda brend loyihada qatnashgan barcha reklamaishlab chiqaruvchilar va tarqatuvchilarni ko'rsatish huquqiga ega. Loyiha g'alaba qozongan holatda, ishtirokchi agentliklar va brendlar ham qo'shimcha to'lov evaziga tayyorlangan sovrin dublikatlarini olishlari mumkin va g'olib sifatida qayd etiladilar.

8. TAQDIM ETILAYOTGAN LOYIHALARGA TALABLAR

1. Tanlov uchun loyihani taqdim qilish www.marketing.uz saytida amalga oshiriladi. Ro'yxatga olinganidan keyin, o'quvchi mustaqil ravishda saytda barcha kerakli satrlar (loyiha nomi, brend nomi, muammoning qisacha tavsifi, yechim va natija)ni to'ldiradi, muqova qo'shadi.
2. Muammo, yechim va natijaning yaqqol namoyon bo'lishi uchun loyihalarga batafsil taqdimot (pdf) yoki video-rolik (3 daq.gacha) ilova qilinishi mumkin.
3. Video-rolik YouTube.com kanaliga yuklanishi, havolasi loyihani taqdim etishda ko'rsatilishi lozim.
4. O'zbek va rus tilida iste'molchilarning ovoz berishi qulay bo'lishi uchun tanlovga taqdim etilgan loyihalar (taqdimot va videorolik ko'rinishida) albatta bir vaqtda ham o'zbek, ham rus tillarida taqdim etilishi lozim.
5. Tanlov ishtirokchisining o'zi loyiha kontentining tanlangan nominatsiyaga muvofiq kelishi uchun javobgardir.
6. Ekspertlar tomonidan g'oliblarni aniqlash natijalari 2022-yil 22-oktabrda Taqdirlash marosimida e'lon qilinadi.

9. LOYIHA MAZMUNI

Tanlov qatnashchisi (brend)ning loyihasi quyidagi savollarga javob berishi kerak:

1. Natijalarni o'lchash uchun vositalarni keltiring. Bular, brend xohishiga ko'ra, marketing va sotuvlar samaradorligi ko'rsatkichlari va koeffitsientlari (masalan, sotuvlar dinamikasi, qamrov, konversiya, jalb qilinganlik, taniqlilik, tashrif buyurishlar, bozordagi ulush va h.k.) bo'lishi mumkin.
2. Natijaga olib kelgan loyihaning asosiy g'oyasi, u qanday paydo bo'lgani haqida so'zlab bering.
3. Olingan natijalar haqida so'zlang va qo'llanilgan reklama kommunikatsiyalari turlari (ijtimoiy tarmoqlardagi video, TVdagi video, tashqi reklama, bosma reklama, qadoq, radio, blogerlar, flaerlar, promoaksiyalar, iventlar va sh.k.)ni ko'rsating.
4. Loyihani taqdim etishda g'oyaning asosiy jihatlariga e'tibor bering. Agar alohida e'tibor talab etadigan jihatlar bo'lsa, ularni bo'rttirib ko'rsating.
5. Agar loyiha mahsulot, dizaynning real namunalarni namoyish etishni talab qilsa, bu namunalarni tanlov tashkilotchisiga taqdim etish zarur bo'ladi.
6. Bitta loyiha bir necha nominatsiyalar talablariga muvofiq kelishi mumkin. Barcha mos nominatsiyalarda qatnashish tavsiya etiladi.

10. TANLOV NOMINATSIYALARI

Tanlov nominatsiyalari:

1. New. Yangi mahsulot yoki xizmatlarni joriy qilish
2. Branding. Brending
3. Rebranding. Rebranding
4. Traditions. Milliy qadriyatlar qo'llanilgan kompaniya
5. Integrated. Integratsiyalangan kompaniya
6. Celebrities. Mashhur shaxslar ishtirokidagi reklama kompaniyasi
7. Digital. Digital-kampaniya
8. SMM. SMM-kampaniya
9. Seasons. Mavsumiy kompaniya
10. Community. Komyuniti, hamjamiyat, sadoqatlilik dasturini tuzish
11. One channel. Bitta kommunikatsiya kanaliga ega kompaniya
12. Social. Ijtimoiy ahamiyatga ega vazifalarni hal qilish

Maxsus nominatsiyalar

The best Advertiser Yilning eng yaxshi reklama beruvchisi

The best Agency. Yilning eng yaxshi reklama agentligi

The best Project. Yilning eng yaxshi reklama loyihasi

Yangi mahsulot yoki xizmatlarni ishga tushirish

Xaridorlarga yangi mahsulot yoki xizmatlarni taqdim etishga qaratilgan kompaniya. Bu yangi brendlar, mavjud brendning yangi mahsulotlari yoki mahsulotlar safini kengaytirish bo'lishi mumkin.

Brending

Brend, shuningdek u ishlab chiqaradigan tovarni yoki uning tarkibiy qismini: logotip, slogan, vizual bezagini yaratish kompaniyasi.

Rebranding

Brend, shuningdek u ishlab chiqaradigan tovarni yoki uning tarkibiy qismini: logotip, slogan, vizual bezagini o'zgartirish kompaniyasi.

Bitta kommunikatsiya kanaliga ega kompaniya

Bitta kommunikatsiya kanali (TV, tashqi reklama, matbuotda reklama, radio va boshqalar)ga ega yoki bitta maydonchada amalga oshirilgan kompaniyalar

Integratsiyalangan kompaniya

Bir nechta kommunikatsiya kanali (TV, tashqi reklama, matbuotda reklama, radio va boshqalar)ga ega kompaniyalar

Mashhur shaxslar ishtirokidagi reklama kompaniyasi

Mashhur shaxs/ta'sir agenti – selebriti, inflyuenser, blogger – brendga iste'molchi e'tibori va qiziqishini jalb qilish uchun muvaffaqiyatli qo'llanilgan kompaniyalar.

Digital-kampaniya

O'z auditoriyasi bilan muloqotda kommunikatsiya kanali sifatida faqat internet resurslaridan va servislaridan foydalanilgan kampaniyalar.

SMM-kampaniya

O'z auditoriyasi bilan muloqotda asosiy kommunikatsiya kanali sifatida ijtimoiy tarmoqlardan foydalanilgan reklama kampaniyalari.

Mavsumiy kampaniya

O'z marketing harakatlarini iste'molchilarning mavsumiy faolligi davri yoki biror-bir voqea atrofida jamlagan reklama kampaniyalari (masalan, Yangi yil, yozgi dam, qishki sport turi, 8-mart va h.k.)

Komyuniti, hamjamiyat, sadoqat dasturini tuzish

Faol brend hamjamiyatini tuzish va o'stirishga yoki xaridorning brendga sadoqatini oshirishga va ular o'rtasida uzoq muddatli munosabatlar o'rnatilishiga yo'naltirilgan loyihalar.

Milliy qadriyatlar qo'llanilgan kampaniya

O'z marketing maqsadlarini bajarish uchun milliy qadriyatlar, insaytlar va an'analarni samarali va ta'sirchan qo'llab-quvvatlay olgan kampaniyalar.

Ijtimoiy ahamiyatga ega vazifalarni hal qilish

Biznes-maqsadlar va ijtimoiy ahamiyatga ega (salomatlik, ekologiya, ta'lim, jamiyat, oila) vazifalarni samarali uyg'unlashtirgan, bu maqsadlarni brend umumiy strategiyasiga muvaffaqiyatli bog'lagan kampaniyalar.

11. EKSPERTLAR HAY'ATI VA ISTE'MOLCHILAR OVOZ BERISHI TARTIBI

1. Arizalarni qabul qilish muddati yakunlangach, ovoz berish jarayonlari parallel ravishda boshlanadi:
2. **Ekspertlar hay'ati ovoz berishi**
Ekspertlar hay'ati ovoz berishi 2022-yil 12-sentabrdan 12-oktabrgacha davom etadi. Ovoz berish moderatori De Facto marketing agentligi sanaladi.
3. **Xalqaro hay'at ovoz berishi** bir kun, 21-oktabrda, Toshkentda o'tkaziladi. Ovoz berish moderatori De Facto marketing agentligi sanaladi.
4. **Iste'molchilar ovoz berishi**
Iste'molchilarning ochiq ovoz berishi 12-sentabrdan 12-oktabrgacha @tafuzbot telegram-botida bo'lib o'tadi, unda barcha istovchilar qatnashadilar hamda brendlar va loyihalarga ovoz beradilar.
5. Iste'molchilar ovoz berishi jarayonida brend yoki agentlik tanlov loyihasi uchun ovoz berishga chorlovlarga ruxsat beriladi. Mukofotlar, boshqa moddiy qimmatliklar yutib olish yoki ovozda qatnashganlik uchun chegirmalar, bonuslar olishga va'da beriladigan chorlovlar yoki boshqa ko'rinishdagi turli faoliyat (givlar, tanlovlar, o'yinlar va sh.k.) taqiqlanadi.
6. G'oliblar ekspertlar hay'ati, iste'molchilar va xalqaro hay'at ovoz berishi asosida alohida-alohida aniqlanadi.
7. Har bir nominatsiyada ekspertlar hay'ati va iste'molchilar oltin, kumush va bronza topshiradilar.

8. Ekspertlar har bir nominatsiyada oltin, kumush va bronza uchun ovoz beradilar. Iste'molchilar ovoz berishidagi birinchi uch o'rin, tegishlicha, oltin, kumush va bronzaga ega bo'ladilar.
9. Shuningdek, tanlovda maxsus sovrinlar ham ko'zda tutilgan, ularning sohiblarini ekspertlar hay'ati aniqlaydi.
10. Xalqaro hay'at faqat qisqa ro'yxat loyihalarini ko'rib chiqadi.
11. Har bir nominatsiyada xalqaro hay'at "platina" topshirishi yoki sovrin topshirmasligi mumkin.
12. Ekspertlar va xalqaro hay'at ovoz berishining yakunlari, tanlov g'oliblari tantanali Taqdirlash marosimida tanlov g'oliblari rasman e'lon qilingandan keyin, www.marketing.uz saytida e'lon qilinadi.
13. Iste'molchilar ovoz berishi statistikasi www.marketing.uz saytida real vaqt rejimida aks etadi.
14. Barcha istovchilar tanlov video-roliklari yoki taqdimotlari bilan tanishish uchun www.marketing.uz saytiga kirishlari mumkin.
15. Tanlov tashkilotchilari OAVda va internet-resurslarda tanlovni yoritish maqsadida har qanday tanlovga taqdim etilgan loyihalardan (muallifni albatta ko'rsatgan holda) foydalanish huquqiga ega.

12. OVOZ BERISH MEZONLARI

Ekspertlar hay'ati va xalqaro hay'at ovoz berish mezonlari

1. G'oyaning noyobligi
2. Uni amalga oshirishdagi professionalizm
3. Oldinga qo'yilgan vazifani hal qilish nuqtai nazaridan loyihaning natijaviyligi

Iste'molchilar ovoz berishining mezonlari

1. G'oyaning noyobligi
2. Reklama qilinyotgan mahsulotning jozibadorligi

13. SOVRINLAR

1. Ekspertlar hay'ati "oltin", "kumush" va "bronza" topshiradi.
2. Xalqaro hay'at "platina" topshiradi.
3. Iste'molchilar ovoz berishi natijalariga ko'ra birinchi uch o'rin, tegishlicha, oltin, kumush va bronza oladi.
4. "Platina", "oltin", "kumush" va "bronza" olgan qatnashchilar g'olib diplomi, sovrindorlar diplomlari va TAF!2022 tanlovining xos haykalchalariga ega bo'ladi.
5. "Yilning eng yaxshi reklama beruvchisi" maxsus sovrinini qo'lga kiritgan ishtirokchi diplom va TAF!2022 tanlovining xos haykalchasiga ega bo'ladi
6. "Yilning eng yaxshi reklama agentligi" maxsus sovrinini qo'lga kiritgan ishtirokchi diplom va TAF!2022 tanlovining xos haykalchasiga ega bo'ladi
7. Eng ko'p ovoz olgan loyiha "Yilning eng yaxshi reklama loyihasi" maxsus sovrini bilan taqdirlanadi va unga "Yilning eng yaxshi reklama beruvchisi" maxsus sovrinini qo'lga kiritgan ishtirokchi diplomi va TAF!2022 tanlovining xos haykalchasi beriladi.

8. Hay'atlar, iste'molchilar ovoz berishi natijalarini e'lon qilish hamda sovrinlarni topshirish 2022-yil 22-oktabrdagi tantanali Taqdirlash marosimida o'tkaziladi. Marosimgacha tanlovlar g'oliblari va sovrindorlari to'g'risidagi axborot qat'iy maxfiy sanaladi va e'lon qilinmaydi.
9. Tanlov natijalari O'zbekiston Marketing uyushmasi talqiniga ko'ra Brendlar va agentliklar marketing samaradorligi har yilgi reytingida hisobga olinadi. Maxsus nominatsiyalar bo'yicha tanlov g'oliblari 15 ball oladilar, platina – 2 ball, oltin – 9 ball, kumush – 5 ball, bronza – 3 ball. Tanlovning ekspert hay'atida 3 va undan ko'p ovoz olgan boshqa loyihalar Reytingda 1 balga ega bo'ladi.
10. Shuningdek, Mukofot g'oliblari bo'lgan brendlar loyihalarini amalga oshirishda qatnashgan agentliklar ham Reytingda tegishli ball oladilar. Bu ballar ham O'zbekiston Marketing uyushmasi talqiniga ko'ra Brendlar va agentliklar marketing samaradorligi har yilgi reytingida hisobga olinadi.
11. Ekspert hay'ati o'rtasidagi tanlov natijalari Reytingda ikki koeffitsient bilan, iste'molchilar o'rtasidagi tanlov natijalari bir koeffitsient bilan hisobga olinadi.
12. Tashkilotchilar hamkorlarning rasmiy murojaatlari asosida, ekspert hay'ati bilan kelishgan holda, maxsus mukofotlar ko'rinishida qo'shimcha sovrinlar belgilashi mumkin.

14. KONTAKT MA'LUMOTLARI

O'zbekiston Marketing uyushmasi

100007, Toshkent sh., Yashnobod t-ni, Qamashi ko'ch., 36

Tel.: +998 78 120-10-02, +998 78 120-10-12, +998 (97) 402-28-20, +998 (97) 430-28-20

e-mail: info@marketing.uz

sayt: <https://marketing.uz>

<https://t.me/uzbekmarketing>

https://instagram.com/uzbekmarketing?utm_medium=copy_link

<https://www.facebook.com/uzbekmarketing>

<https://www.youtube.com/c/MAKONMARKETINGUZ>