

marketing.uz

ПОЛОЖЕНИЕ О РЕЙТИНГЕ АГЕНТСТВ

Рейтинг маркетинговой эффективности агентств по версии Маркетинговой ассоциации Узбекистана

Рейтинг маркетинговой эффективности – ежегодный рейтинг агентств по версии Маркетинговой Ассоциации, которые отражают результаты профессиональных достижений наиболее эффективных кампаний в области маркетинга за последний год и является единственным общепризнанным инструментом объективной оценки правильной стратегии позиционирования и продвижения на рынке.

1. Цели Рейтинга маркетинговой эффективности

Рейтинг позволяет оценить решения и результаты наиболее эффективных маркетинговых стратегий;

Содействует формированию прозрачного рынка заказчиков и поставщиков качественных профессиональных услуг на территории Узбекистана;

Является индикатором успешности использования маркетинговых инструментов агентствами;

2. Участники Рейтингов

Участниками Рейтингов маркетинговой эффективности могут быть любые агентства, официально осуществляющие свою деятельность.

Маркетинговая Ассоциация Узбекистана самостоятельно формирует список участников Рейтингов, на основании данных, имеющихся в открытом доступе, а также по заявкам агентств об их участии и победах в профессиональных конкурсах в Узбекистане и за рубежом, отправленным в Маркетинговую ассоциацию Узбекистана в течение года.

Рейтинги по итогам текущего года публикуются ежегодно в декабре на сайте marketing.uz.

Участие в Рейтингах для агентств – бесплатное.

3. Агентства как участники Рейтингов

Термином "агентства" обозначены компании - исполнители (вендоры) проекта.

4. Формирование Рейтинга

Каждому профессиональному конкурсу из списка ниже присуждается коэффициент в зависимости от его авторитетности и степени сложности.

Каждая награда оценивается по следующим баллам: шорт-лист - 1, бронза - 3, серебро - 5, золото - 9, платина - 12, гран-при - 15;

Затем балл за награду умножается на коэффициент конкурса Рейтинга. Баллы, набранные агентством суммируются и выводятся в итоговую рейтинговую таблицу.

Участнику конкурса, получившему призовое место, балл за шорт-лист не начисляется.

5. Список конкурсов и коэффициенты конкурсов Рейтинга

Creativity

Наименование конкурса	Коэффициенты
Cannes Lions (Франция)	10
D&AD (Великобритания)	10
Epica Awards (Европа)	7
Spikes Asia (Азия)	7
Golden Drum (Словения)	5
AdForum Phoenix	3
AdBlackSea (Грузия)	3
Red Apple (Россия)	3
Red Jolbors (Казахстан)	3
TAF! (Узбекистан)	3
White Square (Беларусь)	2
UCS (ex KIAF) (Украина)	2
Baku Flames (Азербайджан)	2

Branding

Наименование конкурса	Коэффициенты
Cannes Lions (Франция)	10
D&AD (Великобритания)	10
Red Dot (Германия)	8
Spikes Asia (Азия)	7
Pentawards (Бельгия)	7
Design For Asia	7
Среда (Россия)	6
AdForum Phoenix	4

AdBlackSea (Грузия)	4
Red Jolbors (Казахстан)	4
TAF! (Узбекистан)	4
White Square (Беларусь)	4
Baku Flames (Азербайджан)	2

Digital

Наименование конкурса	Коэффициенты
Cannes Lions (Франция)	10
Webby awards (США)	10
Epica Awards (Европа)	8
Spikes Asia (Азия)	8
AdForum Phoenix	4
AdBlackSea (Грузия)	4
Red Jolbors (Казахстан)	4
TAF! (Узбекистан)	4
White Square (Беларусь)	4
Baku Flames (Азербайджан)	2

Effectiveness

Наименование конкурса	Коэффициенты
Cannes Lions (Франция)	10
Effie Global	10
Spikes Asia (Азия)	8
E+ awards	6
Red Apple (Россия)	3
Red Jolbors (Казахстан)	3
TAF! (Узбекистан)	3
Silver mercury (Россия)	2
White Square (Беларусь)	2
Baku Flames (Азербайджан)	2

6. Публикация и использование Рейтинга

Результаты Рейтинга маркетинговой эффективности агентств публикуются ежегодно в декабре на официальном сайте Маркетинговой ассоциации Узбекистана — marketing.uz. Агентства, вошедшие в Рейтинг, имеют право использовать информацию о своём участии и позициях в Рейтинге в собственных маркетинговых, рекламных и PR-материалах с обязательным указанием источника — Маркетинговой ассоциации Узбекистана.

7. Методология и прозрачность оценки

Рейтинг формируется на основании открытых и проверяемых данных о профессиональных наградах агентств, полученных в национальных и международных конкурсах.

Маркетинговая ассоциация Узбекистана обеспечивает единый и прозрачный подход к подсчёту баллов для всех участников Рейтинга.

Ассоциация оставляет за собой право актуализировать методологию и перечень конкурсов с целью повышения объективности оценки и соответствия международным стандартам отрасли.

8. Ответственность участников Рейтинга

Агентства несут ответственность за достоверность информации, предоставляемой в рамках заявок на участие в Рейтинге.

В случае выявления недостоверных, искажённых или неподтверждённых данных

Маркетинговая ассоциация Узбекистана вправе исключить агентство из Рейтинга текущего года без возможности пересмотра результатов.

9. Разрешение спорных ситуаций

Все спорные вопросы, связанные с формированием Рейтинга, интерпретацией методологии и подсчётом баллов, рассматриваются Маркетинговой ассоциацией Узбекистана в рабочем порядке.

Решения Ассоциации по спорным вопросам являются окончательными и пересмотру не подлежат.

10. Заключительные положения

Настоящее Положение вступает в силу с момента его утверждения и действует в рамках рейтингового 2026 года. Маркетинговая ассоциация Узбекистана оставляет за собой право вносить изменения и дополнения в настоящее Положение с обязательным уведомлением участников через официальный сайт.

11. Контактная информация

По всем вопросам, связанным с участием в Рейтинге маркетинговой эффективности агентств, агентства могут обращаться в Маркетинговую ассоциацию Узбекистана через официальный сайт marketing.uz.