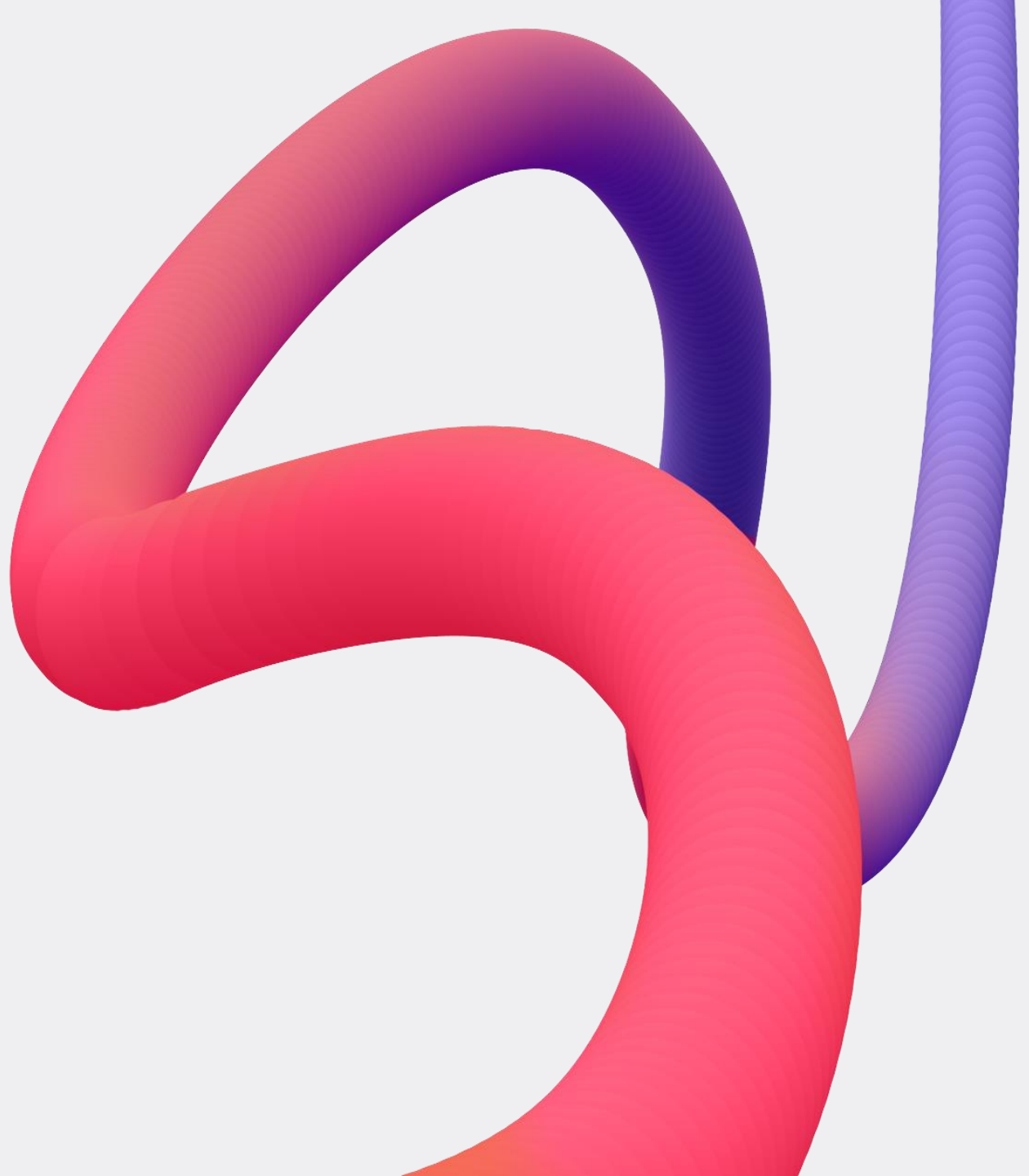


# Маркетинговые премии глазами жюри

секреты успешной заявки

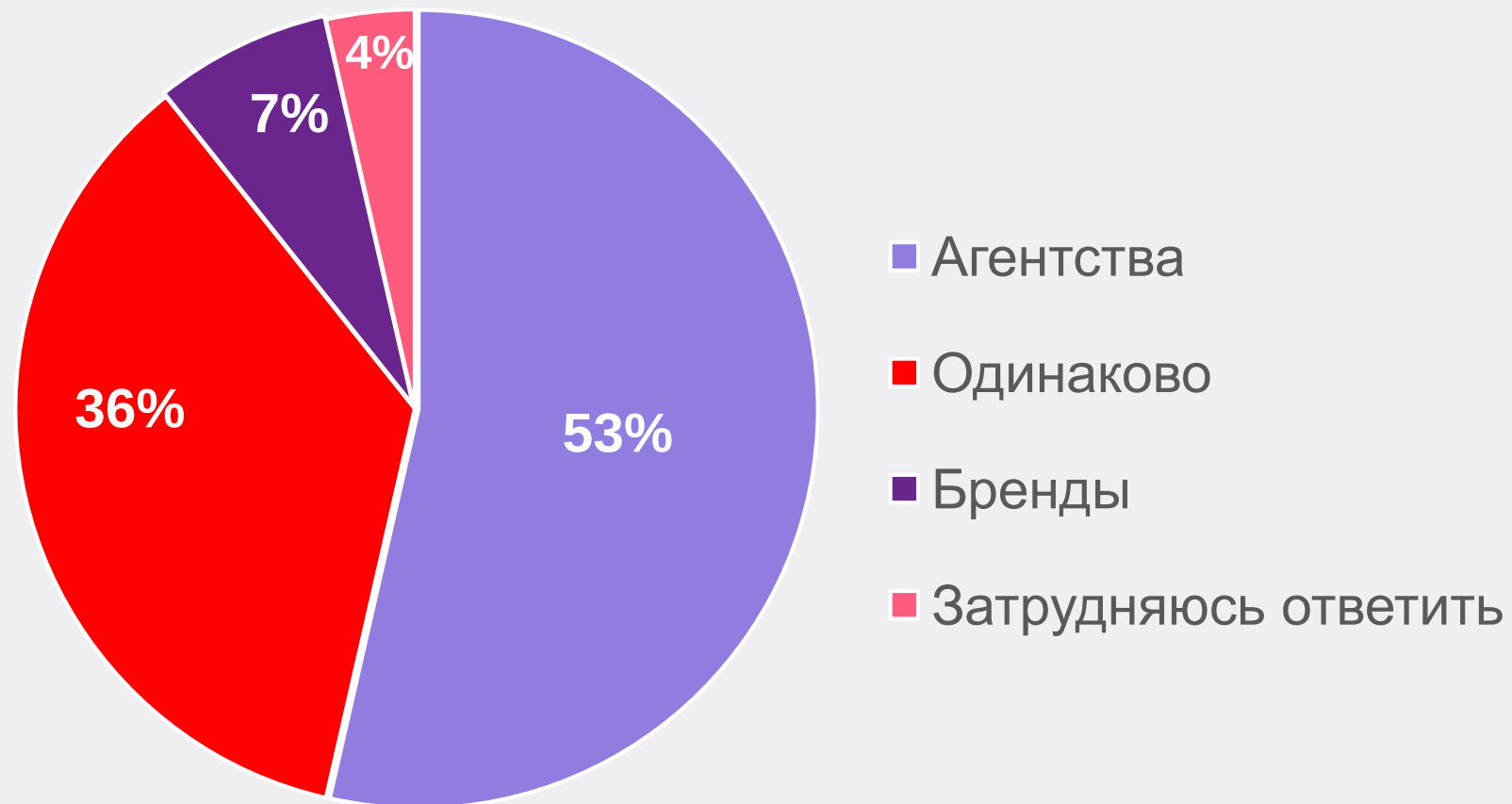


# Количество поданных заявок

|                | 2023  | 2024  | 2025   |
|----------------|-------|-------|--------|
| Tagline Awards | 2 100 | 2 200 | 2 299* |
| Silver Mercury | 749   | 1 597 | 1 718  |
| Red Apple      | 561   | 865   | 1 168* |
| MIXX Россия    | 260   | 331   | 400*   |
| НПБК           | 160   | 180   | 245    |

\* Прогноз на основании данных за предыдущие года  
Данные из открытых источников

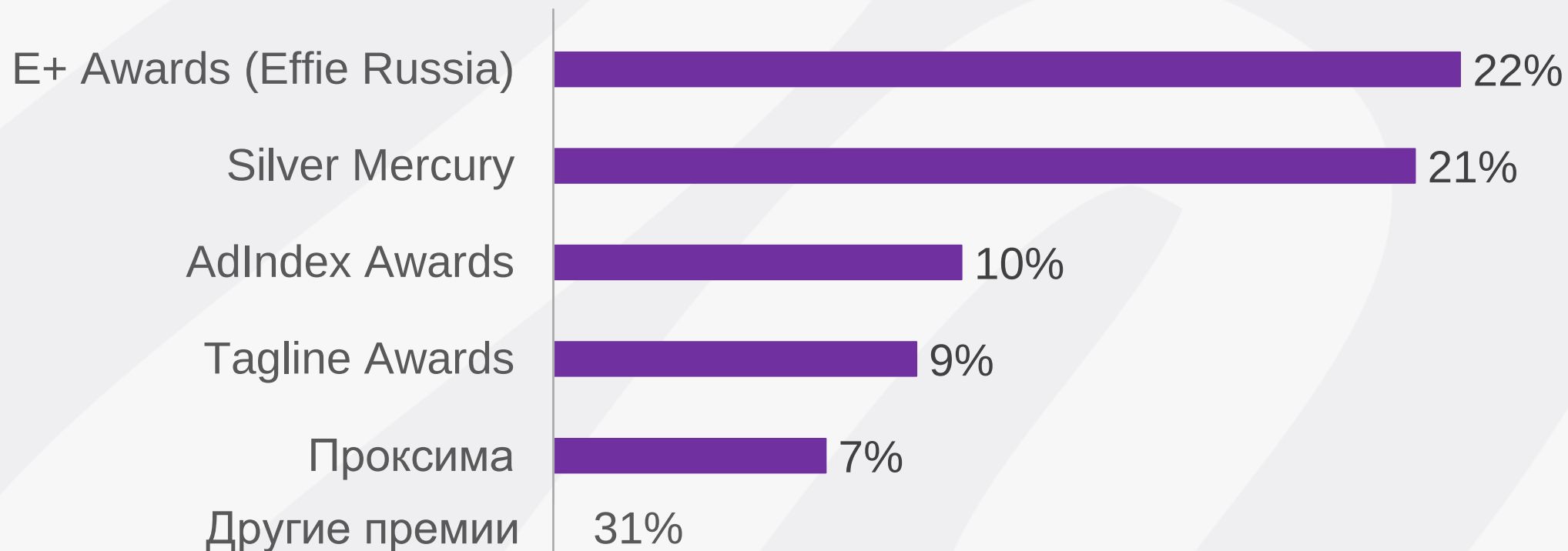
# Кто чаще направляет заявки



AMDG + RQ

Данные из опроса членов жюри маркетинговых премий, 2025

# Самые популярные маркетинговые премии



# Как изменилось качество заявок

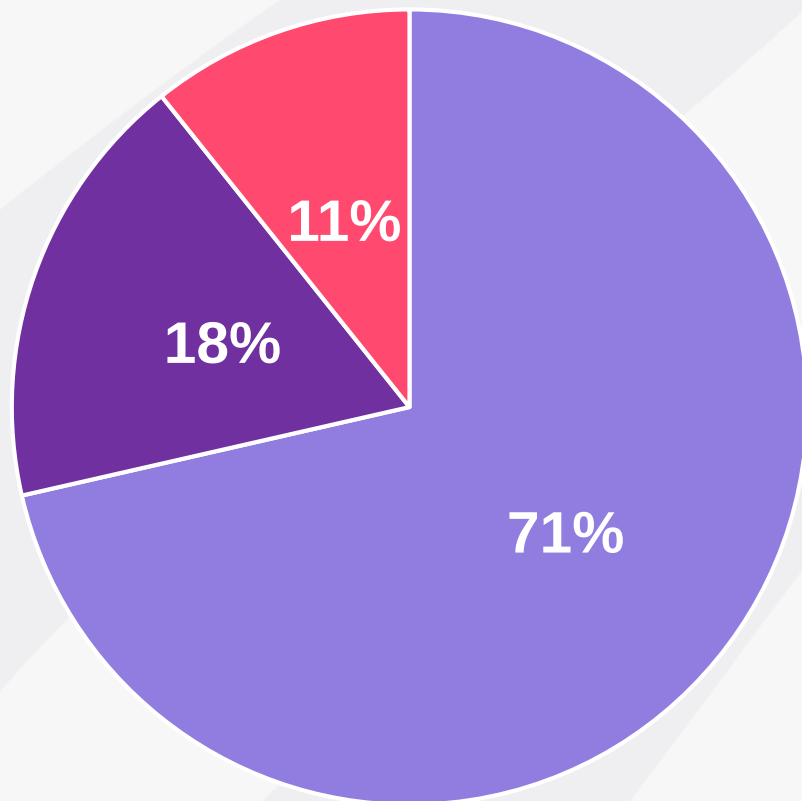
За последние 2-3 года



AMDG + RQ

Данные из опроса членов жюри маркетинговых премий, 2025

# Влияют ли победы в премиях на решение о сотрудничестве

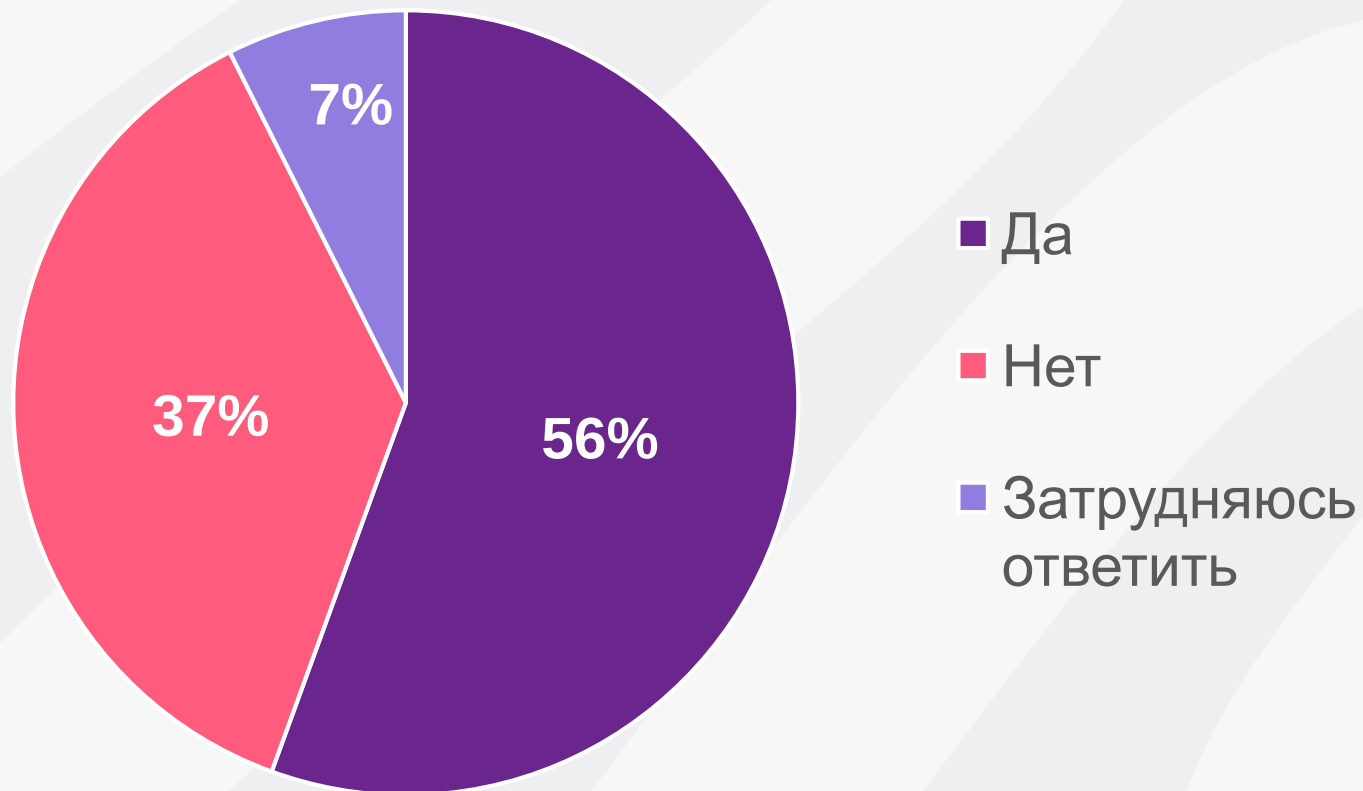


- Наличие побед будет плюсом, но на финальное решение никак не влияет
- Да, победы в премиях являются одним из факторов при выборе агентства
- Нет, никак не влияют

AMDG + RQ

Данные из опроса членов жюри маркетинговых премий, 2025

# Могут ли запомниться заявки, которые не победили



AMDG + RQ

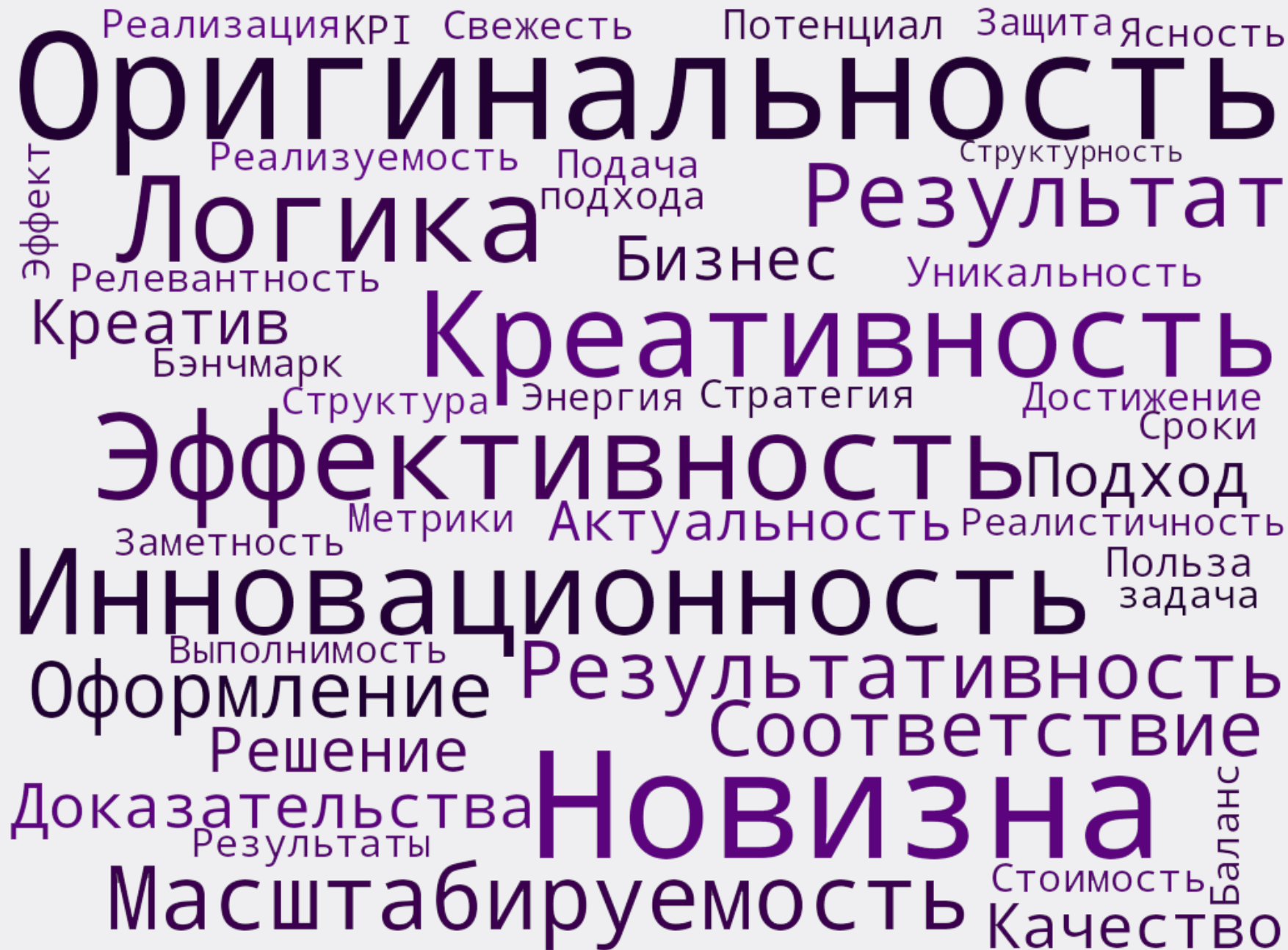
Данные из опроса членов жюри маркетинговых премий, 2025

# Топ-5 самых популярных ошибок





# Критерии классного кейса



**Какой ключевой совет вы бы дали участникам, стремящимся не просто подать заявку, а гарантированно попасть в шорт-лист или победить?**

## Советы от членов **жюри**

**Александр Глушков,**

Руководитель интернет-проектов ТЕРЕМ

Лучший способ гарантировать попадание в шорт-лист или победу — это **сосредоточиться на:**

- уникальном решении;
- подчеркнуть практические результаты;
- показать профессионализм команды;
- продумать маркетинговую стратегию;
- подробно описать точные детали реализации.

## Советы от членов **жюри**

**Виолетта Юрьева,**  
Директор по маркетингу Divage

**Мой совет** - выбирайте правильную номинацию, качественно оформляйте заявку, по возможности предоставьте видео для быстрого ознакомления и визуализации кейса.

**Подавайте** только те кейсы, которые содержат сверх результат (не стандартный), либо оригинальный подход или идею.

## Советы от членов **жюри**

**Владимир Енин,**

Старший Бренд-менеджер THERMAGENT SINTEC GROUP

Я думаю те кто **пришли побеждать** не нуждаются в моих советах. Конкурс - это как развлечение для индустрии для удовлетворения амбиций. Нематериальная мотивация.

Настоящий результат получают инвесторы, если все было сделано хорошо. Поэтому, если получилось можешь повесить медаль.

Если нет, то **не стоит переживать**. Не одними кейсами единые. Где-то до сих пор объявления на остановки расклеивают и это маркетинг.

## Советы от членов **жюри**

**Алексей Анкудинов,**  
Head of Digital MTC Линк

Соберите кейс как **цельную историю**:

чёткая задача, сильный инсайт, смелая идея,  
доказанный результат — и подайте всё так, чтобы  
жюри захотело досмотреть до конца.

# Советы от членов **жюри**

**Денис Дождевиков,**  
eCommerce Директор Williams Oliver

1. Сделайте так, чтобы ваш кейс **решил** для жюри их собственную проблему.
2. В разделе «Выводы» **добавьте пункт:**  
«Как использовать этот метод в вашем бизнесе».
3. **За 5 секунд** и я, и человек "не в теме" должны понимать что вы сделали и почему это круто.

## Советы от членов **жюри**

**Наталья Мальцева,**

Руководитель отдела цифрового маркетинга Р7

Сделайте кейс **с душой**, как будто от этого зависит получение работы мечты.

Объем информации при подаче заявки не должен быть избыточным, но хочется видеть логику мышления без дополнительных объяснений.



# Советы от членов **жюри**

**Марина Гочкина,**

Директор бизнес юнита CSC Pharma

- **Зажечь жюри** креативной и результативной составляющими проекта.
- **Ошеломить** качественными иллюстративными материалами.
- **Подкрепить** конкретными цифрами.

**Анализируйте** обратную связь и рекомендации жюри после завершения конкурса. Особенно тем конкурсантам, кто не попал в шорт-лист, важно понять причины и получить конструктивную критику и советы.

## Советы от членов **жюри**

**Екатерина Синятынская,**

Директор по маркетингу ВТБ Арена

Если вы уверены в своем кейсе, **заполните качественно** заявку, не лейте воду, дайте четкие цели и результаты, подтвержденные цифрами.

И **проверяйте** соответствие кейса номинации, в которую подаетесь!

# Советы от членов **жюри**

**Ксения Капустина,**  
Head of Digital Marketing Familia

**Кейс-победитель** - это не тот кто имеет самые большие бюджеты или самую сильную команду на рынке.

Это тот, кто смог **выжать** максимум и **комплексно** подойти к решению задачи с учетом индивидуальных особенностей продукта, аудитории, бизнеса и грамотно это оформить.

**Михаил Евстегнеев,**

Лидер направления электронной коммерции Столото

**Уделите** максимум внимания структурированию и качественной подаче вашей истории, чётко связывая контекст, вызов, стратегию, идею и измеримые результаты.

**Не ограничивайтесь** описанием инструментов или креативных решений: покажите, какую реальную проблему вы решали, почему это было важно для рынка или отрасли, и как ваши действия привели к конкретным, подтверждённым результатам.

**Строго придерживайтесь** структуры заявки и адаптируйте её под выбранную номинацию, чтобы жюри сразу увидело релевантность и уникальность вашего кейса. Не забывайте о качестве визуальных материалов и презентации — они должны не только иллюстрировать, но и усиливать вашу историю, делая её понятной и запоминающейся для экспертов.

**И, наконец, изучите победителей** прошлых лет и критерии судейства: понимание ожиданий жюри и отраслевого контекста поможет выгодно выделить ваш проект и повысить его шансы на успех.

## Советы от членов **жюри**

**Дмитрий Кружилин,**

Директор департамента цифрового маркетинга 585\*Золотой

**Сфокусируйтесь** на глубокой истории с сильным инсайтом и доказанными результатами, а не на сухом перечислении действий.

**Побеждают те**, кто умеет рассказать яркую, правдивую и измеримую историю успеха, а не просто «отчитаться» о проделанной работе.

**Елена Шкирдова,**

Head of ecom and operations AST.WINE

**Будьте последовательны.** Пусть ваши мысли будут ясными, всегда задавайтесь вопросами "Что здесь важного для того, кто будет это читать? Какую главную мысль он должен тут увидеть?".

**Цель вашего** проекта должна четко совпадать с результатами и выводами. Не стесняйтесь писать, что стало с проектом после вашего кейса (через 1-3-6 месяцев), как вела себя эта аудитория, какие выводы вы на основании этого сделали?

**Самое важное:** донесите в вашем кейсе все, что вам хочется сказать по сути. У судей не будет возможности задать вам вопросы и они просто домыслят за вас ответы.

**Сделайте все,** чтобы вопросов осталось как можно меньше!

# Чек-лист **успешной** заявки

## Этап 1: Подготовка и анализ

- ☐ Изучите победителей прошлых лет
- ☐ Проверьте соответствие номинации
- ☐ Сформулируйте цели по SMART

## Этап 3: Визуальное оформление

- ☐ Подготовьте видео-кейс
- ☐ Добавьте качественные визуалы
- ☐ Дополните заявку исследованиями

## Этап 2: Содержание и аргументация

- ☐ Выстройте логику истории
- ☐ Подтвердите результаты данными
- ☐ Укажите уникальность
- ☐ Покажите масштабируемость

## Этап 4: Финальная проверка

- ☐ Проверьте связность целей и результатов
- ☐ Тест на "логику жюри"
- ☐ Проверьте технические детали

Скачать полную версию



# AMDG ✦ RQ

## **Спасибо за внимание!**

+7 (495) 620-58-99  
info@amdg.ru | amdg.ru

г. Москва, 3-я ул. Ямского Поля,  
д. 2, к.26, БЦ "Ямское Поле", 4 этаж.

