



Kategoria:

Opis pracy w kilku zdaniach (cele projektu, grupa docelowa, efekt realizacji):

Tytuł zgłoszenia:

Klient:

Produkt:

Data pierwszej publikacji / wdrożenia:

Nazwa firmy:

Osoba odpowiedzialna za zgłoszenie:

Email:

Telefon komórkowy:

Opis pracy

Opis innowacji

Jaki jest kontekst zgłoszonego projektu (tło, pomysł, realizacja)?



Pomysł (siła, oryginalność i trafność konceptu): 30%

Opis kryterium

To kryterium ocenia jakość idei stojącej za projektem, jej oryginalność, świeżość oraz trafność wobec konkretnego wyzwania, potrzeby odbiorców lub sytuacji rynkowej.

Innovation docenia zarówno zupełnie nowe rozwiązania, jak i nowe zastosowania istniejących narzędzi, technologii, procesów lub formatów komunikacji. Ocenie podlega nie tylko nowatorstwo samego pomysłu, ale również jego adekwatność, użyteczność oraz wartość, jaką wnosi dla odbiorców, rynku lub organizacji. Kluczowe jest to, czy projekt proponuje rozwiązanie, które wyróżnia się na tle istniejących podejść i odpowiada na realne wyzwanie.

PYTANIA POMOCNICZE

- „Na ile projekt jest świeży, *innowacyjny lub nowatorski?”

Jak rozumiemy innowacyjność w konkursie Innovation:

- Najwyżej oceniane są projekty, które przynoszą zupełnie nowe rozwiązanie, wcześniej niewykorzystywane na rynku – to dla nas najcenniejszy poziom innowacji.
- Średnią ocenę powinny otrzymać projekty, które prezentują nowe zastosowanie znanego rozwiązania albo inne podejście do znanego problemu – czyli reinterpretacje, które mają wartość, ale nie są przełomowe.
- Najniżej oceniamy projekty, które powielają znane modele działania, nie wnosząc nowej jakości ani nowej perspektywy.
- - „Czy projekt stanowi nowe rozwiązanie, nowe zastosowanie istniejącego rozwiązania lub nieoczywiste połączenie różnych podejść, technologii albo narzędzi?”
 - „Na ile pomysł trafnie odpowiada na konkretne wyzwanie, potrzebę odbiorców lub problem rynkowy?”
 - „Co wyróżnia projekt na tle istniejących rozwiązań i jaką nową wartość wnosi?”

Wdrożenie (jakość i sposób realizacji rozwiązania): 30%

Opis kryterium

To kryterium ocenia sposób, w jaki pomysł został przełożony na realne rozwiązanie, produkt, usługę, proces lub doświadczenie.

Innovation docenia projekty, w których innowacyjność widoczna jest nie tylko w samej idei, ale również w sposobie jej realizacji. Jury zwraca uwagę na twórcze wykorzystanie istniejących narzędzi, technologii, mediów, danych, procesów lub formatów - a także ich nieoczywiste łączenie, adaptowanie i zastosowanie w odpowiedzi na konkretne wyzwania.

Wdrożenie może być innowacyjne samo w sobie: poprzez nowy sposób działania, wykorzystania technologii, budowania doświadczenia użytkownika lub organizacji procesu. Istotna jest nie tylko jakość wykonania, ale również pomysłowość, funkcjonalność i adekwatność zastosowanych rozwiązań do skali oraz charakteru projektu.

Oceniane są zarówno projekty w pełni wdrożone, jak i rozwiązania znajdujące się na wcześniejszym etapie rozwoju, takie jak MVP, prototypy lub pilotaże.

PYTANIA POMOCNICZE

- „Na ile sposób wdrożenia sam w sobie wnosi element innowacji?”
- „Czy projekt wykorzystuje istniejące narzędzia, technologie, media lub procesy w nowy albo nieoczywisty sposób?”
- „Czy sposób realizacji wyróżnia projekt na tle standardowych rozwiązań rynkowych?”
- „Na ile zastosowane rozwiązania były adekwatne do charakteru, skali i możliwości projektu lub organizacji?”
- „Na ile zastosowane rozwiązania były adekwatne do charakteru, skali i możliwości projektu lub organizacji?”
- „Jaką jakość wykonania, funkcjonalność i spójność prezentuje projekt?”
- „W jaki sposób idea została przełożona na realne doświadczenie, produkt, usługę lub proces?”



Rezultat (wpływ projektu na biznes, odbiorców, rynek lub otoczenie): 40%

Opis kryterium

To kryterium ocenia efekty projektu oraz jego realny lub potencjalny wpływ na organizację, odbiorców, rynek lub otoczenie. Ocenie podlegają zarówno osiągnięte rezultaty, jak i potencjał dalszego rozwoju, skalowania lub wdrożenia rozwiązania. Jury bierze pod uwagę wpływ projektu na rozwój marki, produktu, usługi, organizacji lub sposobu działania, a także znaczenie korzyści, jakie projekt wnosi dla użytkowników i rynku.

Innovation docenia projekty, które dzięki innowacyjnemu podejściu skutecznie odpowiadają na konkretne wyzwania i tworzą trwałą wartość.

PYTANIA POMOCNICZE

- „Jakie realne lub potencjalne efekty przynosi projekt i jak duże znaczenie mają te korzyści dla organizacji, odbiorców, rynku lub otoczenia?”
- „Czy projekt wpływa na sposób działania, doświadczenia użytkowników lub rozwój kategorii?”
- „Na ile rezultaty projektu są trwałe i mają potencjał długofalowego wpływu?”
- „Czy rozwiązanie ma potencjał dalszego rozwoju, skalowania lub adaptacji w innych obszarach?”

Wykorzystanie sztucznej inteligencji

Czy praca powstała przy użyciu narzędzi AI na etapie procesu kreatywnego, realizacji, interaktywnego doświadczenia, personalizacji komunikacji, dotarcia do grupy celowej, analityki i innowacji?

Opisz w jakim zakresie zostały użyte narzędzia AI.

Etapie rozwoju projektu

Na jakim etapie rozwoju znajduje się Twój projekt?
Wybierz jedną opcję, która najlepiej opisuje aktualny stan projektu:

- Koncepcja

Projekt znajduje się na etapie pomysłu i definiowania rozwiązania. Nie istnieje jeszcze działający produkt, prototyp ani wdrożenie. Przykład: insight, strategia, koncepcja kampanii, pitch deck, wstępne badania lub opis rozwiązania.

- Prototyp

Istnieje wstępna, testowa forma rozwiązania pozwalająca zweryfikować ideę. Projekt nie jest jeszcze dostępny dla użytkowników lub rynku w pełnej formie. Przykład: mockupy UX/UI, proof of concept, demo technologiczne, testowy format kampanii lub rozwiązania.

- MVP (Minimum Viable Product)

Istnieje działająca, podstawowa wersja rozwiązania testowana w ograniczonym zakresie. Projekt zbiera feedback, dane lub pierwsze wyniki i jest dalej rozwijany.

Przykład: beta produkt, pilotaż kampanii, test w jednym rynku, ograniczone wdrożenie u partnera.

- Wdrożony na rynek

Projekt został oficjalnie uruchomiony i funkcjonuje w realnym środowisku użytkowników lub rynku.

Przykład: aktywna kampania, dostępny produkt lub usługa, działające rozwiązanie mediowe lub komunikacyjne.

- Skalowany / rozwijany po wdrożeniu

Projekt jest już wdrożony i rozwijany dalej poprzez nowe rynki, funkcje, formaty lub segmenty odbiorców. Przykład: ekspansja na nowe rynki, rozwój produktu lub kampanii, zwiększanie skali działania lub zasięgu.

Koncepcja

Prototyp



- MVP (Minimum Viable Product)
- Wdrożony na rynek
- Skalowany / rozwijany po wdrożeniu

Autorzy

Autor 1

Imię i nazwisko/ Nazwa: _____ Stanowisko/ Funkcja: _____

Autor 2

Imię i nazwisko/ Nazwa: _____ Stanowisko/ Funkcja: _____

Autor 3

Imię i nazwisko/ Nazwa: _____ Stanowisko/ Funkcja: _____

Autor 4

Imię i nazwisko/ Nazwa: _____ Stanowisko/ Funkcja: _____

Autor 5

Imię i nazwisko/ Nazwa: _____ Stanowisko/ Funkcja: _____

Autor 6

Imię i nazwisko/ Nazwa: _____ Stanowisko/ Funkcja: _____

Adnet zero

UWAGA! Poniższe pole są nieobowiązkowe, nie podlegają ocenie oraz nie zostają przekazane jurorom. Organizator zbiera poniższe dane w celach statystycznych / edukacyjnych / badawczych. Jeśli przy pracy nad kampanią uwzględniłeś również troskę o środowisko, prawa człowieka, etykę itp., podziel się tym z nami, Twoje działania mogą zainspirować innych.

Zaznacz, czy Twoja praca / kampania realizuje któryś z 17 celów zrównoważonego rozwoju ONZ.

- Koniec z ubóstwem
- Zero głodu
- Dobre zdrowie i jakość życia
- Dobra jakość edukacji
- Równość płci
- Czysta woda i warunki sanitarne
- Czysta i dostępna energia
- Wzrost gospodarczy i godna praca
- Innowacyjność, przemysł, infrastruktura
- Mniej nierówności
- Zrównoważone miasta i społeczności
- Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja
- Działania w dziedzinie klimatu
- Życie pod wodą
- Życie na lądzie
- Pokój sprawiedliwość i silne instytucje
- Partnerstwa na rzecz celów



Jeżeli w trakcie pracy nad kampanią wprowadzone zostały nowe rozwiązania z obszaru ESG, prosimy opisać je poniżej.

Liderzy zgłoszenia

Lider 1

Nazwa firmy:

Nazwa grupy/ holdingu:

Lider 2

Nazwa firmy:

Nazwa grupy/ holdingu:

Współzgłaszający

Opłata za Zgłoszenie w Konkursie wnoszona przez Współzgłaszających wynosi 1000 zł NETTO + 23 % VAT (niezależnie od terminu oraz członkostwa w SAR).

Współzgłaszający 1

Nazwa firmy:

Nazwa grupy/ holdingu:

Współzgłaszający 2

Nazwa firmy:

Nazwa grupy/ holdingu:

Współzgłaszający 3

Nazwa firmy:

Nazwa grupy/ holdingu:

Współzgłaszający 4

Nazwa firmy:

Nazwa grupy/ holdingu:
