

REGULAMIN PLEBISYTU „LOYALTY AWARDS 2017”

§ 1

ORGANIZATOR PLEBISYTU

1. Plebiscyt „Loyalty Awards 2017” (dalej: „Plebiscyt”) jest prowadzony na zasadach określonych w niniejszym regulaminie.
2. Organizatorem Plebiscytu jest Blue Business Media sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (01-222), przy ul. Prądzyńskiego 12/14, zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000325306, NIP: 701-01-67-656, REGON: 141729743, kapitał zakładowy 100.000 zł (dalej: „Organizator”).
3. Partnerem Merytorycznym Plebiscytu jest Kantar TNS S.A. z siedzibą w Warszawie.
4. Plebiscyt jest finansowany ze środków własnych Organizatora oraz ewentualnych środków pozyskanych przez Organizatora Plebiscytu od sponsorów/partnerów Plebiscytu.

§ 2

CEL, CZAS TRWANIA PLEBISYTU

1. Plebiscyt przeprowadzany jest na rzecz promocji efektywności działań lojalnościowych w Polsce.
2. Celem Plebiscytu jest wyłonienie i uhonorowanie najlepszych projektów i przedsięwzięć w zakresie działań lojalnościowych, które miały miejsce w 2017 roku w Polsce (dalej: „Program”).
3. Plebiscyt odbędzie się w dniach: 15 stycznia 2018 r. – 30 marca 2018 r.
4. Ogłoszenie wyników Plebiscytu oraz uhonorowanie zwycięzców nastąpi podczas Gali „Loyalty Awards 2017”, która odbędzie się w dniu 19 kwietnia 2018 r. w Krakowie (dalej: „Gala”). Gala jest częścią forum „IX Poland & CEE Customer Loyalty Summit” organizowanego przez Blue Business Media sp. z o.o.

§ 3

UCZESTNICZY PLEBISYTU

1. Uczestnikami Plebiscytu mogą być osoby związane zawodowo z budowaniem lojalności klientów w Polsce, z zastrzeżeniem ust. 3 i 4 poniżej.
2. Udział w Plebiscycie jest dobrowolny, na każdym jego etapie.
3. Za osoby związane zawodowo z budowaniem lojalności klientów w Polsce uznaje się uczestników poprzednich i obecnej edycji forum „Poland & CEE Customer Loyalty Summit” organizowanego przez Blue Business Media Sp. z o.o., oraz inne osoby związane z zarządzaniem programami/działaniami lojalnościowymi w Polsce, ustalone na podstawie bazy danych Organizatora oraz informacji powszechnie dostępnych.

4. Każda z osób o których mowa w ust. 3 powyżej, w toku głosowania, ma możliwość rekomendowania jako potencjalnego Uczestnika Plebiscytu jednej osoby związanej zawodowo z budowaniem lojalności klientów, niezależnie od tego czy była ona lub jest uczestnikiem „Poland & CEE Customer Loyalty Summit”.
5. Osoba rekomendowana może zwrócić się do Organizatora o dopuszczenie jej do udziału w Plebiscycie. Z zastrzeżeniem ust. 6 poniżej, osoba rekomendowana uznawana będzie przez Organizatora za potencjalnego Uczestnika Plebiscytu.
6. Organizator zastrzega sobie możliwość weryfikacji czy osoba rekomendowana związana jest zawodowo z budowaniem lojalności klientów w Polsce i odmówienia dopuszczenia osoby rekomendowanej do udziału w Plebiscycie w razie ustalenia, iż nie spełnia ona powyższego warunku.

§ 4

KAPITUŁA PLEBISCYTU

1. Kapituła Plebiscytu czuwa nad przebiegiem Plebiscytu, w szczególności nad jego przeprowadzeniem zgodnie z zasadami niniejszego regulaminu.
2. Kapituła Plebiscytu liczy co najmniej 5 członków i będzie składała się z niezależnych ekspertów, reprezentujących środowisko akademickie, media oraz podmioty profesjonalnie zajmujące się zarządzaniem lojalnością. Członkowie Kapituły Plebiscytu wybierani są przez Organizatora.
3. Kapituła Plebiscytu ustala 6 kategorii, w których możliwe będzie zgłaszanie Programów i w których wyłonieni będą zwycięzcy. Pięć kategorii jest stałych, a kategoria szósta jest rotacyjna i ustalana jest corocznie.
4. Kapituła Plebiscytu ustala kryteria nominacji dokonywanych przez Kapitułę na podstawie § 5 ust. 7 regulaminu.
5. Wszelkich ocen w toku Plebiscytu Kapituła dokonywać będzie z zachowaniem niezależności i bezstronności, przestrzegając postanowień niniejszego regulaminu, na podstawie doświadczenia, eksperckiej znajomości rynku, a także swobodnego uznania.
6. Poszczególni członkowie Kapituły nie mogą wskazywać, agitować czy głosować na programy, które są prowadzone przez agencje marketingowe, z którymi współpracują albo współpracowali oraz na programy prowadzone przez obsługiwanych przez nich klientów.

§ 5

PRZEBIEG PLEBISYTU

Proces wyłaniania zwycięzców Plebiscytu będzie odbywał się w dwóch etapach, wedle następujących zasad:

1. W okresie 15-19 stycznia 2018 r. Organizator roześle do potencjalnych Uczestników Plebiscytu indywidualny link kierujący ich do ankiety online, znajdującej się na stronie internetowej Partnera Merytorycznego z prośbą o wypełnienie ankiety i wskazanie (poprzez zgłoszenie) w każdej z sześciu kategorii określonych w ust. 3 poniżej, maksymalnie trzech programów/akcji lojalnościowych (Programów), które według danego Uczestnika Plebiscytu wyróżniały się na rynku w 2017 roku. Uzasadnienie danego zgłoszenia przez Uczestnika jest dobrowolne.
2. Wskazanie Programów w mniej niż sześciu kategoriach nie powoduje nieważności głosu Uczestnika.
3. Zgłoszenia Programów, głosowanie i wybór zwycięzców odbywać się będą w następujących kategoriach:
 - I. **Kategorie stałe:**
 - a. The best loyalty programme /activities in retail (b2c) (Najlepszy program/działanie lojalnościowe w sektorze handlu detalicznego (b2c),
 - b. The best loyalty programme /activities in services (b2c) (Najlepszy program/działanie lojalnościowe w sektorze usług (b2c),
 - c. The best b2b loyalty scheme (on reseller's market) (Najlepszy program/działanie lojalnościowe na rynku resellera (b2b),
 - d. The best New loyalty programme / activities of the Year 2017 – dotyczy Programów wprowadzonych w 2017 r. Kategoria obejmuje także programy/działania funkcjonujące już wcześniej i wznowione w 2017 r. (Najlepszy nowy program/działanie lojalnościowe roku 2017),
 - e. Loyalty Innovation of the Year (dotyczy wszystkich projektów lojalnościowych na rynku) (Innowacja Roku).
 - II. **Kategoria rotacyjna w edycji 2017 r.:**
 - f. The best use of mobile in loyalty (Najlepsze wykorzystanie technologii mobilnych w działaniach lojalnościowych)
4. Każdy Program, z uwagi na swój charakter, może być zakwalifikowany tylko do jednej z trzech kategorii wskazanych w ust. 4 pkt a – c powyżej. Nad prawidłowością kwalifikacji Programów do kategorii czuwa Kapituła Plebiscytu, do której należy ostateczna decyzja w tym przedmiocie w przypadkach spornych, tj. wątpliwości dotyczących charakteru danego Programu i możliwości jego kwalifikacji do kategorii.
5. W przypadku wskazania Programu w niewłaściwej kategorii tj. nie odpowiadającej charakterowi Programu lub też sprzecznej z decyzją Kapituły Plebiscytu w przypadkach spornych, o których

- mowa w ust. 5 powyżej, bądź też w razie wskazania w kategorii „The best New loyalty programme / activities of the Year 2017” Programu wprowadzonego/wznowionego w innym roku niż 2017, takie wskazanie Uczestnika Plebiscytu nie zostanie uwzględnione.
6. Z zastrzeżeniem ust. 6 powyżej, każde wskazanie danego Programu przez Uczestnika liczone będzie jako jeden głos (punkt). **Trzy Programy w każdej kategorii, które uzyskają największą liczbę punktów uzyskują nominację do drugiego etapu Plebiscytu.**
 7. Kapituła Plebiscytu w każdej z kategorii dokona wyboru kolejnych dwóch nominacji do drugiego etapu Plebiscytu. Wybór Kapituły odbywać będzie się na podstawie kryteriów wskazanych w pkt. 9 i 10 poniżej. Kapituła ma możliwość wskazania w każdej kategorii jednej nominacji dla Programu, który nie został wskazany przez Uczestników na etapie nominacji. Co najmniej jedna nominacja Kapituły musi pochodzić z Programów wskazanych przez Uczestników Plebiscytu w toku pierwszego etapu Plebiscytu. W ramach oceny Programów w kategoriach “The best loyalty programme /activities in retail (b2c)”, “The best loyalty programme /activities in services (b2c)”, “The best b2b loyalty scheme (on reseller’s market)”, “The best New loyalty programme / activities of the Year”, Kapituła Plebiscytu dokonuje oceny według następujących kryteriów:
 - a. skuteczność rozwiązania w odniesieniu do celów (np. wzrost sprzedaży, poziomu rekomendacji, wskaźnika NPS, ograniczenie churn’u) - 50% oceny,
 - b. innowacyjność, kreatywność rozwiązania - 35% oceny ,
 - c. strategia wdrożenia, prezentacji i komunikacji programu - 15% oceny.
 8. W ramach oceny Programu w kategorii Loyalty Innovation of the Year, Kapituła Plebiscytu dokonuje oceny według następujących kryteriów:
 - a. ocena jakościowa unikalności rozwiązania – 60% oceny,
 - b. ocena jakościowa spójności strategicznej – 20% oceny,
 - c. ocena jakościowa oryginalności i niepowtarzalność rozwiązania – 20% oceny.
 9. Przedstawiciele Programów, które uzyskały nominacje do drugiego etapu otrzymają od Organizatora ankietę, zawierającą prośbę o zaprezentowanie podstawowych informacji o programie, uzasadniających nominację do nagrody. Wypełnienie całej ankiety jest fakultatywne. Wypełnienie ankiety i jej odesłanie oznacza zgodę na opublikowanie ankiety na stronie internetowej www.loyalty-conferences.com oraz www.loyalty-awards.pl na umieszczenie jej w kwestionariuszu CAWI przygotowanym przez Kantar TNS S.A. Celem publikacji jest udostępnienie ankiet głosującym uczestnikom.
 10. Czas na wypełnienie ankiety to okres 20 lutego – 8 marca 2018 roku.
 11. Po zapoznaniu się z ankietami i przeprowadzeniu oceny Programów, w ramach drugiego etapu plebiscytu, Kapituła nominowanym w danej kategorii Programom przyzna punkty w skali od 1 do 5. Pięć punktów jest oceną najwyższą. Ta sama liczba punktów nie może być przyznana dwóm Programom w jednej kategorii. Wyniki głosowania Kapituły nie mogą być ujawniane Uczestnikom Plebiscytu przed zakończeniem Plebiscytu.
 12. W okresie 15-30 marca 2018 r. potencjalni Uczestnicy Plebiscytu otrzymają indywidualne linki kierujące do II ankiety online (drugi etap plebiscytu) znajdującej się na stronie internetowej

Partnera Merytorycznego z prośbą o głosowanie na nominowane Programy poprzez przyznawanie im od 1 do 5 punktów, gdzie pięć punktów jest oceną najwyższą. Do głosowania zastosowanie znajdują postanowienia ust. 2.

13. Podczas II etapu Plebiscytu Uczestnik nie może głosować na Program lub Programy, w których tworzenie lub przeprowadzenie był zaangażowany osobiście, bądź też był zaangażowany podmiot, który Uczestnika zatrudnia lub zatrudniał albo, z którym Uczestnik współpracuje lub współpracował. Głosowanie dokonane z naruszeniem postanowień niniejszego ustępu będzie traktowane jako nieważne.
- 14.
15. Głosy oddane przez Uczestników zostaną zsumowane. Na podstawie wyników głosowania Programom w danej kategorii zostaną przyporządkowane punkty od 1 do 5, przy założeniu, że Programowi z największą liczbą głosów Uczestników zostanie przyporządkowane zostanie 5 punktów, zaś programowi z najmniejszą liczbą głosów 1 punkt.
16. Liczba punktów przyznana przez Kapitułę w trybie określonym w pkt. 12 oraz liczba punktów ustalona w trybie określonym w pkt. 14 zostaną zsumowane w celu wyłonienia zwycięzców Plebiscytu. Zwycięzcą w danej kategorii będzie Program, który zostanie wybrany przez Uczestników i Kapitułę Plebiscytu uzyskując największą liczbę punktów.
17. W przypadku gdy dwa Programy uzyskają taką samą liczbę punktów, decydującą jest liczba punktów wynikająca z głosowania Uczestników. Poniższa tabela odzwierciedla przykładowy rozkład głosów w jednej kategorii, gdzie zwyciężył program 5, ponieważ zdobył 7 punktów, przy czym zdobył większą liczbę punktów z głosowania Uczestników.

Rodzaj głosu	Program 1	Program 2	Program 3	Program 4	Program 5
Kapitula	1	4	5	2	3
Uczestnicy	5	1	2	3	4
Suma punktów:	6	5	7	5	7

18. Do 6 kwietnia 2018 r. przedstawiciele zwycięzców Plebiscytu otrzymają informację o wynikach danego Programu wraz z zaproszeniem na Galę.

§ 6

OGŁOSZENIE WYNIKÓW PLEBISCYTU

1. Uhonorowanie zwycięzców Plebiscytu odbędzie się w trakcie Gali, poprzez wręczenie dyplomów i statuetek „Loyalty Awards 2017”.
2. Organizator zastrzega sobie prawo opublikowania wyników Plebiscytu w środkach masowego przekazu, a w szczególności: w prasie, radiu lub telewizji oraz w sieci internet.
3. Po ogłoszeniu wyników Plebiscytu, Organizator Plebiscytu na stronie internetowej www.loyalty-conferences.com oraz www.loyalty-awards.pl umieści raport opisowy z analizy ankiet, który zostanie przygotowany przez Partnera Merytorycznego Plebiscytu. Raport zaprezentowany zostanie również podczas Gali.

§ 7

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejszy regulamin jest jedynym dokumentem określającym zasady przeprowadzenia Plebiscytu. Udział w Plebiscycie jest jednoznaczny z akceptacją niniejszego regulaminu. Uczestnictwo w Plebiscycie zobowiązuje do przestrzegania regulaminu Plebiscytu.
2. Organizator nie ujawnia wyników indywidualnych wskazań. Zaprezentowane zostaną wyłącznie zbiorcze informacje na temat wyników plebiscytu: 5 nominacji w każdej z kategorii oraz zwycięzcy danej kategorii.
3. Wszelka korespondencja związana z Plebiscytem powinna być kierowana na adres siedziby Organizatora Plebiscytu.
4. Regulamin Plebiscytu dostępny jest na stronie internetowej Organizatora pod adresem: www.loyalty-conferences.com.
5. Organizator zastrzega sobie prawo zmiany niniejszego regulaminu. Zmiany regulaminu ogłaszane będą na stronie internetowej, o której mowa w ustępie poprzedzającym.
6. Wszelkie wątpliwości dotyczące zasad przeprowadzenia Plebiscytu, postanowień jego regulaminu i interpretacji rozstrzyga Kapituła Plebiscytu.
7. Organizator uprawniony jest do odwołania Plebiscytu i Gali w każdym czasie.
8. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za:
 - a. problemy w przebiegu Plebiscytu, w przypadku gdy nastąpiły one wskutek zdarzeń, których Organizator przy zachowaniu należytej staranności nie był w stanie przewidzieć, w szczególności w przypadku problemów związanych ze zdarzeniami losowymi o charakterze siły wyższej;
 - b. przerwy w funkcjonowaniu Plebiscytu zaistniałej z przyczyn technicznych lub niezależnych od Organizatora Plebiscytu.