ПОЛОЖЕНИЕ О НАЦИОНАЛЬНОМ РЕЙТИНГЕ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ (РАМУ)

I. Определение Рейтинга

1. Национальный рейтинг трейд-маркетинговых услуг (англ. National Trade Marketing Services Rating - NTMSR) – это порядковый показатель места заявленного бренда в списке участников по результатам оценки трейд-маркетинговых услуг (trade marketing services – TMS) по ряду критериев и показателей. Чем больше значение набранных баллов, тем выше порядковый показатель места в списке. Первое место Рейтинга означает наивысший уровень оценки бренда по утвержденной процедуре подсчета NTMSR;
2. NTMSR создан, внедрен и ежегодно проводится Российской Ассоциацией Маркетинговых услуг (РАМУ) при поддержке Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР);
3. Национальный рейтинг трейд-маркетинговых услуг является уникальным Рейтингом TMS в Российской Федерации. Данное Положение, методология и процедура подсчета NTMSR созданы в Аналитическом Центре АКАР/РАМУ/АРИР (далее: АЦ РИР), одобрены и утверждены Наблюдательным Советом (см. функции НС).
4. Текст Положения и процесс подсчета NTMSR открыты для всех участников Рейтинга;
5. В период проведения Рейтинга Положение и методология NTMSR не корректируется. Все утвержденные Верификационной комиссией (ВК) изменения действуют для подсчета следующего Рейтинга. Данные предыдущих рейтингов не пересчитываются;
6. Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с Положением о NTMSR и форматом публикации данных Рейтинга в открытом доступе;
7. Подсчет Рейтинга проводится АЦ РИР.

II. Участие в Рейтинге

1. Участниками NTMSR могут быть любые организации независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, в том числе зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей (ИП), которые предоставили клиентам на территории Российской Федерации трейд-маркетинговую услугу (trade marketing services – TMS) за предыдущий год из списка утвержденных TMS, указанных Приложении №1 к настоящему Положению. Клиент (рекламодатель) – это субъект, не являющийся профессиональным участником рынка TMS, заказавший и получивший услугу или услуги из списка, указанных в Приложении №1 к настоящему Положению.

2. Рейтинг формируется по заявленным брендам (Единицей участия в рейтинге является бренд). Под одним брендом могут быть заявлены несколько организаций. В этом случае конкурсная документация для участия в Рейтинге должна предоставляться по всем этим организациям.

Организации, подавшие заявку на участие в Рейтинге, автоматически соглашаются с Положением о NTMSR, включая методологию подсчета и процедуру публикации Рейтинга.

3. К участию в Рейтинге не допускаются организации:

3.1. чьи заявки не соответствуют требованиям конкурсной документации, не отсортированы согласно утвержденной форме подачи, не отсортированы по соответствующим подпунктам блоков и/или не подписаны и названы неверно;

3.2. предоставившие недостоверные сведения.

III. Подсчет и результаты Рейтинга

1. По требованию организации, потенциального участника Рейтинга, может быть подписано Соглашение о нераспространении информации (NDA) с РАМУ и/или иными привлеченными лицами, в котором указывается конфиденциальная информация, которую предоставляет организация в рамках подсчета Рейтинга. Члены ВК и НС не имеют доступ к закрытым

данным, если иное не будет согласовано с Участником в процессе верификации.

2. Подсчет Рейтинга предполагает перечень данных, обязательных для публикации:

2.1. название агентства,

2.2. место в рейтинге/количество баллов,

2.3. количество и список верифицированных услуг.

3. Подсчет Рейтинга предполагает перечень данных, опциональных для публикации:

3.1. количество сотрудников в штате,

3.2. оборот организации,

3.3. наличие справки об отсутствии задолженности по налогам и сборам

3.4. наличие справки об отсутствии судебных решений,

3.5. наличие справки о чистых активах,

3.6. период существования компании на рынке,

3.7. участие в РАМУ,

3.8. наличие и количество сотрудников, входящих в экспертные/ наблюдательные советы, жюри каких-либо премий и конкурсов, имеющих индустриальную должность (пост), связанную с Trade Marketing или спикеров на отраслевых мероприятиях за последний год,

3.9. количество предоставленных рекомендательных писем от клиентов,

3.10. профильные проекты из списка утвержденных фестивалей по профильным номинациям.

4. Датой завершения срока согласования результатов NTMSR является день отправки письма Исполнительной дирекцией РАМУ (ИД РАМУ) с уведомлением о планируемом сроке официальной публикации Рейтинга.

5. Официальная публикация Рейтинга должна быть осуществлена в течение 10 рабочих дней после даты срока завершения согласования результатов NTMSR.

6. Все данные NTMSR сводятся в таблицу, которая хранится в закрытом

доступе в дирекции РАМУ. Заявитель имеет право запросить индивидуальную информацию о своих итоговых результатах у Верификационной Комиссии (ВК).

7. Верификация проводится в 2 этапа. После проведения первичного этапа верификации данных, каждому участнику высылаются их результаты с решением Верификационной Комиссии в формате ЗАЧТЕНО / НЕ ЗАЧТЕНО, с указанием какая требуется информация для зачета того или иного пункта, при этом участнику дается 5 рабочих дней на предоставление запрашиваемой информации.

8. По истечении 5-ти рабочих дней с момента отправки организациям письма о результатах первичного этапа верификации, ВК приступает ко второму заключительному этапу, повторная сверка с участниками уже не производится. Внести изменения, дослать запрашиваемые документы, участники имеют право в течение первого этапа верификации (в течение 5 дней).

9. После официальной публикации результаты Рейтинга могут быть скорректированы только в случае необходимости приведения данных Рейтинга в соответствие с законодательством Российской Федерации, предписаниями регулирующих органов или в исключительных случаях решениями ВК, включая, но, не ограничиваясь: нанесением репутационного ущерба участнику Рейтинга или Рейтингу в целом, признания участника иностранным агентом или нежелательной организацией, включение в реестр неблагонадёжных поставщиков.

10. Официальной публикацией Рейтинга считается размещение результатов Рейтинга на сайтах РАМУ и АКАР.

11. Официальная публикация Рейтинга является окончанием Рейтинга.

12. Рейтинг считается по итогам предыдущего года, учитываемый период для NTMSR 2025: с 01.01.2024 по 31.12.2024.

IV. Цель Рейтинга

Цель Рейтинга (NTMSR) – развитие и популяризация рынка TMS в РФ.

V. Задачи Рейтинга

1. Получение объективной оценки TMS, оказываемых на рынке РФ;
2. Формирование, внедрение, регулярное улучшение TMS;
3. Выявление лучших практик для стимулирования конкуренции среди участников рынка TMS;
4. Создание общепринятых стандартов и оценок качества TMS;
5. Развитие внутренней индустриальной инфраструктуры, создание атмосферы творческого соревнования на рынке TMS;
6. Повышение мотивации, направленной на создание современных, ярких, неординарных, инновационных, интерактивных продуктов;
7. Создание единого индустриального ориентира для выбора бизнес-партнеров на рынке TMS;
8. Повышение знания, восприятия и положительного имиджа рынка TMS;
9. Продвижение позитивной репутации трейд-маркетинговых услуг в РФ.

VI. Определение и состав Верификационной комиссии (ВК):

1. Верификационная комиссия (ВК) – высший орган Рейтинга, принимающий решения по методологии NTMSR, а также по организации, проведению и оценке TMS;
2. Официальным ежегодным началом работы ВК является письмо, подготовленное Исполнительной дирекцией (ИД) РАМУ и направленное уполномоченным лицам с предложением войти в состав ВК;
3. ВК формируется из членов РАМУ и приглашенных экспертов-лидеров рынка. Все кандидаты должны быть согласованы Советом РАМУ.
4. Все члены ВК обладают профессиональной компетенцией и глубоким знанием рынка коммуникационных услуг, в том числе TMS.
5. ВК может обновляться. Члены комиссии имеют право покинуть ее по собственному желанию. В этом случае Совет Ассоциации, представляющей ушедшего члена ВК, выбирает новых членов ВК, общее количество членов

ВК должно быть не более 8-ми человек.

6. Перед началом работы ВК происходит обязательная публикация списка участников ВК. Данный список также направляется в Наблюдательный Совет.

7. Члены ВК обязаны проводить оценку в рамках графика проведения NTMSR.

8. Если член ВК пропустил более 3-х общих встреч ВК, остальные члены ВК могут поднять вопрос о его исключении и замене.

VII. Функции ВК:

1. Проведение верификации данных путем экспертной оценки, включая верификацию данных участников Рейтинга по обороту организации, и формирование Рейтинга согласно Положению о NTMSR;

2. Внесение изменений в Положение о NTMSR;

3. Участие в заседаниях, совещаниях и встречах в формате офлайн/онлайн;

4. Определение суммы организационного взноса для участников Рейтинга - не членов Ассоциаций (РАМУ, АКАР) на следующий год;

5. Члены ВК могут дополнительно задавать уточняющие вопросы или запрашивать дополнительную информацию у участников Рейтинга, проверять данные, заявленные организацией, через системы СБИС, СПАРК;

6. Координация работы с исполнительной дирекцией РАМУ, в том числе передача ИД РАМУ функции проверки данных участников Рейтинга. Данные участников, проверяемые ИД, утверждает и проверяет ВК и Наблюдательный Совет (НС);

7. Запрашивать информацию, подтверждающую связь юридического лица/лиц или ИП с заявленным в Рейтинге брендом, а также дополнительную информацию по TMS, подтверждающую оборот по трейд-маркетингу, например: список проектов, бюджет по каждому проекту, подробное описание проектов;

8. После первого этапа верификации ВК может дать обратную связь по запросу заявителя о своей оценке заявителей по критериям, которые получили незачет, при необходимости ссылаясь на пункты Положения.

9. В случае отказа или невозможности организации – потенциального участника Рейтинга предоставить запрошенные данные по пункту, вызывающему сомнения в своей достоверности/компетентности, ВК имеет право принять одно из решений ниже:

- обнулить показатель/ не засчитывать данный пункт;
- принять в заявленном размере\виде;
- скорректировать до показателя, не вызывающего сомнений у экспертов.

10. Принятие решений об организации, в том числе форматов и дат проведения презентаций и мероприятий в рамках проведения NTMSR, включая ежегодный итоговый отчет и итоговое мероприятие – награждение победителей Рейтинга;

11. Согласование официальных результатов NTMSR;

VIII. Определение и состав Наблюдательного Совета (НС)

1. НС – орган контроля над Рейтингом, который состоит из 3-х человек – первых лиц компаний, признанных экспертов в отрасли TMS;

2. Члены НС выдвигаются от РАМУ и утверждаются Советом РАМУ.

IX. Функции НС

1. НС обеспечивает прозрачность и непредвзятость работы ВК;

2. НС участвует в решении спорных ситуаций, в том числе по вопросам, не отраженным в Положении Рейтинга или имеющим неоднозначное толкование;

3. НС контролирует соблюдение настоящего Положения и методологии Рейтинга всеми сторонами процесса;

4. Решения НС являются окончательными и не могут быть оспорены.

X. Методология Рейтинга

1. Методология Рейтинга состоит из системы показателей и принципов сбора и обработки данных.

2. Каждый блок, показатель и дополнительный показатель имеют вес, выраженный в процентах. Блок «Бизнес» – вес 82%. Блок «Экспертиза» – вес – 18%.

- В блок «Бизнес» входят показатели: штат (17%), услуги/проекты (23%), оборот трейд-маркетинга (23%), финансовая устойчивость (19%), а также показатели, которые предоставляются справочно в первый год существования рейтинга: покрытие (количество точек), отрасли (количество) и срок контракта.
- В блок «Экспертиза» входят показатели: участие в профильных индустриальных ассоциациях РАМУ и АКАР (5%), рекомендации клиентов (10%) и наличие побед в фестивалях (3%). Максимальное количество баллов, которое может набрать участник рейтинга – 10000 баллов.

3. Максимальное количество баллов по каждому показателю рассчитывается как «вес показателя в процентах, умноженный на 10 000 баллов».

4. По каждому основному и дополнительному показателю определяется минимальное и максимальное значение. По тем показателям, диапазон значений которых не может быть установлен из смысла настоящего Положения, такой диапазон определяется исходя из максимальных значений, набранных участниками рейтинга и подтвержденных Верификационной комиссией.

X.1. Блок «Бизнес» (максимальный вес 82%):

Штат (17%) (кол-во людей, средняя зп)

Организация, участник NTMSR, предоставляет данные об общем количестве сотрудников, с которыми существуют оформленные трудовые отношения в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также список

сотрудников, которые имеют отношение к оказанию TMS (TMS штат):

1. Организация предоставляет данные о количестве сотрудников в виде штатного расписания (без ФИО). Данные предоставляются по форме КНД 1151111 (расчет по страховым взносам), к которой прилагается штатное расписание (без окладов) по всем юридическим лицам и ИП, заявленным под брендом. Общий штат — это среднесписочная численность с титульного листа Расчета по страховым взносам (КНД 1151111) за 4 квартал 2024 года, в случае подачи нескольких юридических лиц под одним брендом - сумме среднесписочных численностей этих юридических лиц;
2. Организация выделяет из общего списка штатных сотрудников отдельный список сотрудников, работающих / отвечающих за предоставление клиентам TMS. Trade Marketing штат — это часть общего штата сотрудников, задействованных на TMS, включая back-office. Trade Marketing штат не может быть больше общего штата (должен быть меньше или равен). Сотрудники бэк-офиса включаются в этот список в количестве сотрудников, обслуживающих бизнес в части TMS, учитываемых в рейтинге, или в разумном рыночном количественном соотношении сотрудников фронт-офиса и бэк-офиса;
3. Рейтинг учитывает штатных сотрудников, трудовые отношения с которыми установлены в соответствии с законодательством РФ, имеющих непосредственное отношение к рынку TMS;
4. Сотрудники, работающие по договорам гражданско-правового характера (ГПХ), не учитываются в Рейтинге.
5. TMS штат не может быть больше общего штата (может быть меньше или равен).

Услуги (23%)

Организация, участник Рейтинга, предоставляет подтвержденные данные об услугах, предоставляемых из списка TMS, учитываемых в NTMSR, указанных в Приложении №1 к настоящему Положению:

1. Для участия в Рейтинге организации необходимо подтвердить каждую выбранную категорию услуг:

- письмом от клиента или/и
- договором или/и
- ссылкой на проект в публичном доступе с лого компании или/и
- ссылкой с публичным упоминанием контракта и проекта за текущий год;

2. Проекты должны быть реализованы за предыдущий 2024 год (с 01.01.2024 по 31.12.2024);
3. Верификационной Комиссией принимаются к рассмотрению хотя бы один проект для подтверждения услуги;
4. Если участник загрузит большее количество проектов для подтверждения одной услуги, к рассмотрению будут приняты только первые два загруженных проекта.
5. Список ТМ услуг (8 услуг), участвующих в Рейтинге:

- Мерчендайзинг;
- Технический мерчендайзинг;
- Аутсорсинг продаж;
- Административный аутсорсинг;
- Трейд-мотивация;
- Shopper marketing;
- Retail Audit;
- E-Com Trade Marketing.

5. Подача одного проекта возможна не более чем в четыре категории услуг. Данное ограничение отражает «фокус» проекта на определенном функционале, если проект большой и включает в себя много различных услуг (5+) то при подаче следует выбрать четыре наиболее выраженные и значимые в рамках проекта;

6. Каждая выбранная организацией услуга должна быть подтверждена в виде описания проекта строго по шаблону (с фото или видео);

7. Описания проектов могут приниматься к рассмотрению и при неполном заполнении заявки, связанном с индивидуальными особенностями подачи проекта участником. Но, если у ВК возникнут вопросы по проекту, ВК имеет право запросить дополнительную информацию.

Оборот (23%)

Организация, участник Рейтинга, предоставляет в заявительном порядке: совокупный оборот без НДС, за исключением внутригрупповых оборотов по каждой организации, который использует бренд, с подписью и печатью компании по форме №2 бухгалтерской отчетности или аналогичной отчетности, предусмотренной для ИП, и выделяет в нем долю оборота по TMS согласно утвержденным услугам в пункте X.1 Услуги. 5, а также Приложении №1 к настоящему Положению:

1. В совокупный оборот включается полная сумма в рублях РФ независимо от варианта договора: агентский договор, договор услуг и т.п.;

2. Формула расчета: ОБОРОТ = договора услуг + агентские договора (включая стоимость услуг третьих лиц и вознаграждение агента);

3. Верификационная комиссия имеет право запросить дополнительную информацию для уточнения размера трейд-маркетинг оборота, например, список проектов с подробным описанием и бюджетом по каждому.

Дополнительные показатели финансовой устойчивости (19%)

1. В рейтинг принимаются только участники с отсутствием задолженностей по налогам и сборам на момент подачи документов (Справка по форме КНД 1120101) и судебных решений, где организация является ответчиком на момент подачи документов (Справка предоставляется в произвольной форме на официальном бланке организации с подписью руководителя и печатью);

2. Чистая прибыль (до 5,7%):

по состоянию на 31.12.2024 (Справка по форме №2 «Отчет о прибылях и убытках»). Расчет осуществляется по типичной схеме относительно максимального заявленного значения (среди участников Рейтинга определяется организация с максимальным показателем, после чего все остальные ранжируются относительно нее в соответствии с долей, которую составляет их показатель от максимального. После этого число баллов, которые участник получает по данному показателю, назначается пропорционально их доле от максимального значения, при этом само максимальное значение задается пропорционально весу данного показателя в общем распределении, указанном в процентном выражении выше)

3. Налоговая нагрузка (до 5,7%):

по состоянию на 2024 год по данным открытых источников (Saby Profile, если решением ВК не установлено иное) и среднеотраслевых показателей налоговой нагрузки определенных Федеральной налоговой службой на 2025 год (https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/411903648/?ysclid=maw99sdhp5272193026).

При расчете налоговые показатели участников пересчитываются в пропорции относительно соответствующего отраслевого норматива, выраженные через доли единицы (то есть участник, имеющий показатель тождественный среднеотраслевому получает значение 1, участник имеющий показатель на 50% ниже среднеотраслевого получает значение 0,5) именуемые в дальнейшем «относительные показатели налогового вклада».

Дальнейший расчет осуществляется по типичной схеме, аналогичной логике оценки показателя «Чистая Прибыль» но с использованием полученных по описанной выше методике абстрагированных показателей налогового вклада.

4. Чистые активы (до 2,85%):

отрицательные/положительные по состоянию на 31.12.2024 (Справка по форме №1 «Бухгалтерский баланс»)

5. Период существования организации на рынке (до 4,75%):

Данный показатель рассчитывается от даты регистрации основного юридического лица, ИП бренда до 31.12.2024. В случае подачи нескольких юридических лиц и/или ИП бренда, засчитывается время существования на рынке самого старого по времени юридического лица/ИП бренда на основе копий свидетельств ОГРН, ОГРИП и ИНН. Ниже приведены соотношения показателей времени существования организации на рынке и относительного веса балла Рейтинга:

- 1-3 полных лет – 1%;
- 4-7 лет – 2%;
- 8-11 лет – 3%;
- 12+ лет – 4,75%.

6. Смена юридического лица/реорганизация юридического лица которому принадлежит бренд:

данные эпизоды рассматриваются как фактор риска в плане финансовой устойчивости, поэтому в случае, если за 1 год до проведения рейтинга и менее имели место такие события, это является основанием для уменьшения суммы баллов полученных в разделе "Дополнительные показатели финансовой устойчивости" на 10%.

Покрытие (информация предоставляется справочно).

1. Участник Рейтинга предоставляет информацию о количестве торговых точек, которые используются для оказания TMS. Данные о количестве торговых точек предоставляются в свободной форме с указанием адреса каждой торговой точки.
2. Поскольку этот показатель имеет справочный характер, при недостаточном количестве данных, этот раздел рейтинга может быть не опубликован.

Отрасли (информация предоставляется справочно).

Участник NTMSR предоставляет информацию о бизнес-специализациях /

сегментах, в которых он осуществляет свою деятельность (27 штук):

1. Медицина (Healthcare);
2. Дарк маркет (Dark market);
3. Спорт маркетинг;
4. Киберспорт и гейминг;
5. Госсектор;
6. Сопутствующие товары (FMCG-Non Food);
7. Люксовые товары (Luxury);
8. Авто и мото;
9. Аудио и видео;
10. Бытовая техника и электроника;
11. Банки;
12. Финансы;
13. Страхование;
14. Благотворительность;
15. Досуг;
16. Развлечения;
17. Шоу-бизнес;
18. Игрушки и товары для детей;
19. Информационные Технологии;
20. Недвижимость и риэлторы;
21. Офисные услуги (b2b);
22. Продукты Питания и вода (FMCG-Food);
23. Путешествия и туризм;
24. Гостиничные услуги;
25. Розничная торговля;
26. Медиа и издательства;
27. Телекоммуникации и связь.

ВК имеет право запросить у участника Рейтинга подтверждение участия в каждом из указанных участником сегментов. В этом случае участник

Рейтинга предоставляет ВК проекты по каждому сегменту в свободной форме. Предоставляемые проекты не должны быть старше 2022 года и должны иметь документально подтвержденную связь с участником.

Поскольку этот показатель имеет справочный характер, при недостаточном количестве данных, этот раздел рейтинга может быть не опубликован.

Срок контракта (информация предоставляется справочно).

1. Предоставленные для Рейтинга кейсы участник подтверждает договорами с клиентами;
2. Поскольку этот показатель имеет справочный характер, при недостаточном количестве данных, этот раздел рейтинга может быть не опубликован.

X.2. Блок «Экспертиза» (максимальный вес – 18%)

Участие в профильных индустриальных ассоциациях (до 5%).

Учитывается членство в следующих ассоциациях: РАМУ (Российская Ассоциация Маркетинговых Услу), АКАР (Ассоциация Коммуникационных Агентств России) АМА (Ассоциация мерчандайзинговых агентств), АТМ (Ассоциация Торгового Маркетинга), а также POPAI..

Ниже приведены соотношения показателей участия в организациях и относительного веса балла Рейтинга:

1 ассоциация – 2,5%;

2 ассоциации – 5%

Рекомендации клиентов (до 10%).

1. Организация, участник Рейтинга, предоставляет рекомендательные или благодарственные письма от рекламодателей за проекты, реализованные с 01.01.24 по 31.12.24 год, при этом датировка писем от клиентов допускается с 01.01.2024 по 01.07.2025 по итогу реализации TMS за указанный период согласно списку утвержденных ТМ (см. Приложение №1);

2. Принимаются официальные рекомендательные письма с подписью и указанием ФИО подписанта от клиента на фирменном бланке Организации;

3. С письмом должны быть предоставлены координаты, по которым при необходимости можно проверить подлинность письма (в случае, если у ВК или НС возникнут разумные сомнения)

4. Максимальное количество предоставляемых участником рекомендательных писем – 10 шт., при этом от одного клиента может быть зачтено не более 2 писем;

При этом не допускается территориальное дублирование (предоставление одним и тем же участников множества писем по одному и тому же самому проекту рекомендательных писем от разных территориальных единиц клиента).

При подаче рекомендательных писем от разных бизнес-дивизионов (например от Henkel Beauty Care и Henkel Adhesives) каждый дивизион засчитывается как отдельная рекомендация и не считается дублированием.

Количество баллов за рекомендацию от головной структуры в два раза больше, чем за рекомендацию от других структурных единиц клиента.

Верификация наличия или отсутствия дублирования выполняется индивидуально в зависимости от особенностей участника.

5. Рекомендательные письма от клиентов должна содержать информацию о предоставленных участником клиенту TMS и период оказания услуг. Общие (размытые) формулировки не принимаются. Исключением могут быть письма, в которых клиент не может говорить от своего лица о сроках в определенный период, но к письму приложены кейс и скан контракта, в которых будет содержаться информация, подтверждающая сроки и вид услуги (услуг).

6. Рекомендательное или благодарственное письмо от рекламодателя должно быть оформлено по одному бренду, тот есть у рекламодателя один бренд, от него учитывается не более одного рекомендательного или благодарственного письма. Если у рекламодателя есть несколько разных

брендов, по каждому бренду может быть оформлено отдельное письмо и данные письма будут считаться уникальными - при необходимости ВК может запросить дополнительные данные, доказывающие уникальность;

7. Рекомендательные письма оформляются физически с подписью ответственного лица и печатью организации;

8. Предоставление рекомендательных писем от ТОП-100 рекламодателей за период с 2021 по 2024 гг, – 2% за каждое письмо;

9. При предоставлении рекомендаций от компаний работающих по направлению «АТБ» (Алкоголь, Табак, Букмекинг) число баллов удваивается, если клиент входит в Топ-брендов Нильсен.

10. Предоставление рекомендательных писем от остальных рекламодателей – 0,5% за каждое письмо.

Наличие побед в фестивалях за 2024 (3%).

Организация, участник N3TMSR, присылает ссылки на собственные проекты строго по форме NTMSR, которые заняли призовые места, либо попали в шорт-лист фестивалей, либо попали в специальные номинации. Призовой проект должен быть профильным и соответствовать списку TMS и Положению о NTSMR. Не профильные проекты к рассмотрению не принимаются.

Список фестивалей и их веса утверждены ВК на текущий год (веса фестивалей на 2025 год считаются равными):

Silver Mercury (июнь 2024)
Perspectum Awards (октябрь 2024)
POPAI Awards

Далее проекты распределяются по трем категориям и им присваиваются баллы:

- Шорт-лист присваивается 1 балл;
- Основные (Гран-при, Золото, Серебро, Бронза) умножается на 2;
- Дополнительные награды / Спецпризы делится на 2.

Наличие собственных разработок (информация предоставляется справочно).

1. Участник предоставляет информацию о наличии собственных TMS разработок (разработок в области трейд-маркетинговых услуг). Учитываются любые инновации в этой области, которые разработаны и внедрены участником.
2. Участник NTMSR предоставляет информацию о разработках в свободной форме. Форма должна содержать материалы, доказывающие существование разработки.
3. Поскольку этот показатель имеет справочный характер, при недостаточном количестве данных, этот раздел рейтинга может быть не опубликован.

XI. Принципы и система сбора членских взносов NTMSR

1. Организация, принимающая участие в NTMSR и не являющаяся действительным членом ассоциаций РАМУ и/или АКАР, вносит организационный взнос для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга;
2. Рекламная организация, принимающая участие в Рейтинге и состоящая в РАМУ и/или АКАР, участвует в рейтинге бесплатно;
3. Сумма взноса одинакова для всех потенциальных участников NTMSR – не членов Ассоциаций и не влияет на результаты Рейтинга. Сумма ежегодно подтверждается ВК и перечисляется в РАМУ одним платежом вместе с заявкой на участие в Рейтинге. В NTMSR 2024 года сумма организационного взноса составляет 20 000 (двадцать тысяч) рублей;

4. Сумма взноса для технического сопровождения и обслуживания Рейтинга является подтверждением серьезности намерений потенциального участника NTMSR. В случае отказа организации от участия в Рейтинге, сумма организационного взноса не возвращается. В случае вступления участника Рейтинга в одну из Ассоциаций (АКАР и/или РАМУ) участие в NTMSR и других Рейтингах РАМУ и/или АКАР становится бесплатным.

XII. Тайминг Рейтинга

1. 09.06.25 – 09.07.25 – «полевой этап», сбор заявок от организаций на участие в Рейтинге и загрузка подтверждающих документов по каждому критерию Рейтинга на Яндекс. Диск;
2. Организация, потенциальный участник NTMSR, регистрируется в качестве участника с помощью специализированной онлайн-формы, подготовленной специалистами АЦ РИР ;
3. В подтверждение получения заявки, потенциальному участнику Рейтинга высылаются: личная ссылка на Яндекс. Диск, где организация по каждому показателю Рейтинга загружает подтверждающие документы;
4. 10.07.25 - 15.08.25 – верификация данных и подсчет результатов Рейтинга (подробно см. раздел «Подсчет результатов» данного Положения);
5. Предварительно презентация результатов Рейтинга планируется на ежегодном НРФ в ноябре 2025 года;
6. Сроки и тайминг Рейтинга могут быть изменены в интересах Рейтинга по просьбам большинства участников NTMSR, но не в интересах отдельного участника.

Приложение №1 к Положению о NTMSR. Список трейд-маркетинговых услуг (TMS), учитываемых в Национальном рейтинге трейд-маркетинговых услуг (List of TMS of NTMSR).

I. Определение трейд-маркетинга (TMS)

Трейд-маркетинг (торговый маркетинг) — одно из направлений маркетинга, позволяет увеличивать продажи за счет воздействия на товаропроводящую цепь. В товаропроводящую цепь входят все звенья в цепочке производитель — конечный потребитель (дистрибьютор, торговая точка, команда продаж).

II. Основные задачи трейд-маркетинга

- Сформировать знание торговой марки или услуги;
- Улучшить имидж торговой марки или услуги;
- Увеличить объем продаж;
- Повысить лояльность клиентов к торговой марке или услуге;
- Убедить покупателя совершить покупку;
- Убедить торгового партнера совершить закупку товара;
- Обеспечить качественный сервис для покупателей и торговых партнеров.

III. Трейд-маркетинговые услуги, участвующие в Рейтинге (8 штук)

1. Мерчендайзинг

Комплекс мероприятий, связанных с размещением продукта и рекламных материалов в местах продаж.

2. Технический мерчендайзинг

Установка и обслуживание рекламных конструкций и торгового оборудования в точке продаж, как правило, требующее у установщика специальных знаний и навыков.

3. **Аутсорсинг продаж**

Комплекс мер и мероприятий для выполнения поставленных заказчиком целей, связанных со сбытом его продукции в розничных точках. Как правило, представляет собой консультирование покупателя у полки при наличии мотивации к осуществлению продажи.

4. **Административный аутсорсинг**

Комплекс услуг по администрированию полевого персонала по заданию товаропроизводителя.

5. **Трейд-мотивация**

Комплекс мер по мотивации одного или нескольких звеньев товаропроводящей цепи с целью прямого или косвенного стимулирования объемов закупки и/или последующей продажи продукции заказчика.

6. **Shopper marketing**

Комплекс маркетинговых мероприятий в рамках воздействия на покупателя с целью стимулирования покупки в точке продаж, основанный на знании покупательских инсайтов и понимании покупательского поведения.

7. **Retail Audit**

Комплекс мероприятий, нацеленных на получение и анализ любого типа открытой информации из розничных торговых точек.

8. **E-Com Trade Marketing**

Комплекс инструментов торгового маркетинга, ориентированных на стимулирование товародвижения в сегменте интернет-торговли (e-commerce).

Приложение №2 к Положению о NTMSR

Шаблон описания кейса для Рейтинга.

Категория (выбрать из списка трейд-маркетинговых услуг (TMS) из Приложения 1 к Положению о NTMSR)	
Название проекта:	
Сроки проведения проекта:	
Клиент:	
Цели и задачи проекта (до 3000 знаков): (какие задачи и цели были у клиента на этапе брифа)	
Полное название агентства:	
Контакты агентства (указать имейл, тг, ФИО контактного лица):	
Задачи агентства (до 3000 знаков, подробно расписать):	
Креативная идея (до 3000 знаков): (опишите креативную идею проекта, как она решает поставленные клиентом задачи и почему она была выбрана)	
Реализация (до 3000 знаков): (Опишите особенности реализации, используемые механики, укажите, использовали ли вы собственные разработки)	
Результаты (до 3000 знаков): (опишите, каких результатов для клиента вы добились благодаря этому проекту, укажите полученные показатели (охват, знание (спонтанное и/или по списку), потребление, др.)	
Ссылка на фотоотчет: (не более 30 фото, но не менее 10)	
Дополнительная информация (до 6000 знаков): (укажите любую дополнительную информацию, которая важна, на ваш взгляд, для описания кейса)	
Ссылка на видео: (видеозаписи кейса, рекламные видео материалы, т.д.)	
Ссылка на презентацию кейса: (если у вас есть оформленный кейс в виде презентации, это может быть pdf или гугл док, вставьте ссылку на него) (необязательный пункт)	