

**REGULAMIN PLEBISYTU
„LOYALTY AWARDS 2016”**

§ 1

ORGANIZATOR PLEBISYTU

1. Plebiscyt „Loyalty Awards 2016” (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 (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 2016 roku w Polsce (dalej: „Program”).
3. Plebiscyt odbędzie się w dniach: 25 stycznia 2017 r. – 17 marca 2017 r.
4. Ogłoszenie wyników Plebiscytu oraz uhonorowanie zwycięzców nastąpi podczas Gali „Loyalty Awards 2016”, która odbędzie się w dniu 20 kwietnia 2017 r. w Krakowie (dalej: „Gala”). Gala jest częścią forum „VIII Poland & CEE Customer Loyalty Summit” organizowanego przez Blue Business Media sp. z o.o.

§ 3

UCZESTNICY 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 PLEBISCYTU

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

1. W okresie 25 stycznia – 3 luty 2017 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 2016 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 2016 – dotyczy Programów wprowadzonych w 2016 r. Kategoria obejmuje także programów/działań funkcjonujących już wcześniej i wznowionych w 2016 r. (Najlepszy nowy program/działanie lojalnościowe roku 2016),
 - e. Loyalty Innovation of the Year (dotyczy wszystkich projektów lojalnościowych na rynku) (Innowacja Roku).
 - II. **Kategoria rotacyjna w edycji 2016 r.:**
 - f. The best communication of loyalty programme / activities (dotyczy wszystkich projektów lojalnościowych na rynku) (Najlepsza komunikacja w programie/działaniu lojalnościowym)
4. Każdy Program, z uwagi na swój charakter, może być zakwalifikowany tylko do jednej z trzech kategorii wskazanych w ust. 3 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. 4 powyżej, bądź też w razie wskazania w kategorii „The best New loyalty programme / activities of the Year 2016” Programu wprowadzonego/wznowionego w innym roku niż 2016, takie wskazanie Uczestnika Plebiscytu nie zostanie uwzględnione.
6. Z zastrzeżeniem ust. 5 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. 8 i 9 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. Wzór ankiety zostanie przygotowany przez Kapitułę do dnia 16 grudnia 2016 r. Czas na wypełnienie ankiety to okres 13-24 lutego 2017 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 6-17 marca 2017 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.
13. 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.
14. 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.
15. 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
Kapituła	1	4	5	2	3
Uczestnicy	5	1	2	3	4
Suma punktów:	6	5	7	5	7

16. Do 10 kwietnia 2017 r. przedstawiciele zwycięzców Plebiscytu otrzymają informację o wynikach danego Programu wraz z zaproszeniem na Galę.

17.

OGŁOSZENIE WYNIKÓW PLEBISCYTU

1. Uhonorowanie zwycięzców Plebiscytu odbędzie się w trakcie Gali, poprzez wręczenie dyplomów i statuetek „Loyalty Awards 2016”.
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.