

# Методология проведения Национального рейтинга коммуникационных компаний (НР2К) за 2015 год

## Оглавление

Концепция:.....	1
Процедура:.....	2
Общая структура оценки и вес составляющих в итоговом показателе рейтинга:.....	2
Подсчет параметра «Объемы бизнеса»:.....	3
Подсчет параметра «Профессиональный опыт»: .....	4
Подсчет параметра «Медиа активность»:.....	5
Приложение №1: Грейды премий для учета в НР2К 2015 .....	5
Приложение №2: Партнерские организации, операторы и аудиторы рейтинга 2015 года .....	6
Приложение №3: Список членов Наблюдательного совета и Организационного комитета НР2К в 2015 году .....	6

## Концепция:

- Рейтинг **коммуникационных** компаний.
- Критерии участия и особенности:
  - Коммуникационная компания в прочтении НР2К – это компания, предоставляющая услуги, включенные в [классификатор](#) и [перечень видов PR-услуг АККОС](#).
  - В случае предоставления услуг и для других рынков, например, рекламного, **объем выручки** компании от услуг, представленных в классификаторе, должен быть не менее **75%** общей выручки компании.
  - Компания существует на рынке не менее 3-х лет. Оценка «возраста» - по бренду, а не по дате регистрации юридического лица.
  - Предоставление данных по группам компаний: **либо** совокупные данные по группе, **либо** участие отдельных компаний. Критерий принадлежности компании к группе – наличие у головной компании (или физических лиц, которым принадлежит головная компания) **50%** и более акций дочерней.

- Самостоятельное участие в рейтинге компаниям, принадлежащим к группам, **вместе** с группами, возможно только в случае, если компания работает под собственным брендом.
- Участники НР2К получают доступ к анкетным данным других участников и имеют возможность с ними ознакомиться. Для ознакомления участник может направить соответствующий запрос в Наблюдательный совет рейтинга.

### Процедура:

- На [странице рейтинга на сайте АКОС](#) и [РАОС](#) после утверждения Наблюдательным советом публикуется методология рейтинга за очередной год.
- Оператор рейтинга [BysonGroup] приглашает (рассылает анкету по списку email-адресов) к участию компании, список которых формируется на основе:
  - Данных оператора [«Медиалогия»] о присутствии компании в информационном поле российских СМИ в качестве коммуникационного агентства, после проверки сроков существования компании.
  - Компании, не получившие приглашение в рамках работы оператора, могут самостоятельно подать заявку на участие через [страницу рейтинга на сайте АКОС](#) и [РАОС](#) и будут допущены или не допущены к участию по итогам рассмотрения заявки Наблюдательным советом рейтинга.
- В течение заранее объявленного срока приема документов [в 2016 году – до 10 июня] оператор [BysonGroup] принимает данные от агентств на email-адрес [profiles@nr2c.ru](mailto:profiles@nr2c.ru), гарантируя их неразглашение третьим сторонам и на стадии приема контролируя формальное соответствие заявок правилам предоставления. А именно:
  - Своевременность предоставления;
  - Соблюдение принципа одна компания – одна анкета;
  - Предоставления двух версий анкеты:
    - PDF с подписью и печатью организации;
    - XLS – копию.
- После окончания срока приема документов оператор [BysonGroup] в течение заранее установленного срока интегрирует данные, предоставленные агентствами, с данными Медиалоги [сбор информации о медиа активности агентств происходит без их участия] и представляет интегрированные данные на согласование Наблюдательному совету рейтинга и аудитору.
- После прохождения процедуры аудита результатов НР2К на соответствие методологии партнером рейтинга, данные публикуются на страницах инфопартнеров рейтинга, проводится пресс-конференция с объявлением результатов и вручение дипломов победителям.

### Общая структура оценки и вес составляющих в итоговом показателе рейтинга:

- Объем бизнеса [оценивается выручка компании за год] – **53%**;

- Профессиональный опыт [оценивается клиентский и кадровый портфель компании] – **37%**;
- Медиа активность [оценивается проекция публичной активности компании в СМИ] – **10%**.
- Математически параметры интегрируются в итоговый показатель по следующей формуле:  
 $[A*0,53 + B*0,37 + C*0,1]$ , где А – показатель по «объемам бизнеса», В – показатель по «профессиональному опыту», С – показатель по медиа активности. 0,53, 0,37 и 0,1, соответственно, коэффициенты «веса» каждого параметра в итоговом показателе.

### Подсчет параметра «Объемы бизнеса»:

- Агентства-участники предоставляют данные о выручке компании: выписку по строке Выручка / Продажи из Отчета о прибылях и убытках за год подачи данных.
  - Под совокупной выручкой понимается вознаграждение компании / группы компаний за вычетом НДС, полученное от клиентов в результате ее основной деятельности.
  - Для группы компаний при составлении консолидированной отчетности должна быть элиминирована (исключена) выручка, полученная от субподрядных работ внутри группы.
  - Для группы компаний, при доле владения бизнесом 50%+1 акция и более, выручка консолидируется в размере 100%.
  - Для группы компаний данные о выручке представляются отдельно по каждой компании, а только затем суммируются.
  - Указывается выручка, полученная в результате деятельности компании/группы компаний на территории России и СНГ.
- Предоставленные данные раскрываются при публикации рейтинга.
- В итоговый показатель НР2К данные агентства включаются посредством нормировки по следующей формуле:  
 $[A/B]$ , где А – выручка компании, В – максимальная выручка в рейтинге (показатель лидера по данному параметру).
- Наряду с показателями, необходимыми для учета в НР2К, оператор подсчитывает параметр «Средняя выручка на человека», путем простого деления результатов деятельности компаний-участников на количество сотрудников фронт-офиса компаний.
  - Показатель «средней выручки» не раскрывается до публикации рейтинга.
  - В случае, если по тем или иным причинам агентство не может раскрыть данные по собственной выручке, участие в рейтинге может быть реализовано за счет согласия на подсчет «ориентировочной выручки» на основе данных о численности фронт-офиса компании.
  - Решение о предоставлении агентству (сети) возможности принять участие в НРКК в таком формате, принимает Наблюдательный совет после предоставления участником заявки с указанием причин невозможности раскрыть параметры выручки.

## Подсчет параметра «Профессиональный опыт»:

- Параметр комплексный, складывается из суб-параметров, каждый из которых в свою очередь имеет свой вес «внутри» параметра «Профессиональный опыт»:
  - **5%** - Возраст компании:
    - Учитывается возраст бренда либо команды - если компания меняла название в течение своей деятельности, учитывается возраст с момента основания первой компании.
  - **40%** - Премии, полученные компанией/проектами компании в течение года:
    - В рейтинг учитываются все премии, полученные компанией в течение года, без ограничений на то, за какой год были выданы премии.
    - В случае, если участник - сетевое агентство, учитываются только те премии, которые выданы за проекты, активными участниками которых выступило российское представительство. Не надо указывать все премии, которые получила сеть за год.
    - В рейтинге не учитываются благодарности клиентов, сертификаты, а также места в рейтингах (в том числе в НР2К) - в зачет идут профессиональные премии, проводимые отраслевыми проф.организациями и объединениями.
    - Индивидуальные награды, получаемые лично сотрудниками, могут учитываться в списке, предоставляемом компанией, если сотрудник продолжал работу в компании на конец года, за который подаются данные.
  - **10%** - Количество профессиональных мероприятий, организованных в течение 2015 года:
    - учитываются мероприятия, ориентированные на специалистов по коммуникациям, предполагающие свободный доступ желающих участвовать;
  - **7%** - Количество сотрудников фронт-офиса:
    - Сотрудникам, непосредственно участвующим в PR-деятельности не относится персонал бухгалтерии, секретариат, IT-специалисты, водители, курьеры, sales-менеджеры и другие специалисты, отвечающие за обеспечение функционирования компании;
  - **10%** - Количество сотрудников, входящих в экспертные/наблюдательные советы профессиональных организаций/мероприятий:
    - В случае, если сотрудник отвечает сразу нескольким критериям, указывается суммарное значение. Например, входит в жюри трех премий и наблюдательный совет 2-х проф.организаций. Указывается 3+2=5. Если таких сотрудников несколько, то их показатели суммируются;
  - **10%** - Количество сотрудников компании, работающих в ней более 3 лет;
  - **10%** - Количество сотрудников компании, работающих в коммуникациях более 3 лет;
  - **8%** - Количество сотрудников компании, обладающих российскими и зарубежными профессиональными сертификатами, а также государственными наградами, полученными за профессиональную деятельность.
- Интеграция показателей по параметру «Профессиональный опыт» производится по следующей формуле:

$([A^1/V^1]*C^1\% + [A^2/V^2]*C^2\% + \dots [A^N/V^N]*C^N\%)$ , где

A – показатель компании по каждому суб-параметру (1,2..N);

V – показатель лидера по каждому суб-параметру (1,2..N);

C – вес суб-параметра в «Профессиональном опыте».

- Суб-параметр «Премии, полученные компанией» строится на основе балльной оценки результатов участия агентства в российских и зарубежных профессиональных конкурсах, исходя из получения награды (победа, специальный приз, гран при) или вхождения компании в шорт-лист:
  - Профессиональные премии, учитываемые в рамках рейтинга, сегментированы по Grade'ам – весу для репутации российских коммуникационных компаний, устанавливаемому Наблюдательным советом в результате консультаций с участниками рынка и опросов членов профессиональных организаций.
  - Принадлежность премий к grade'ам пересматривается-развивается-дополняется ежегодно и публикуется вместе с методологией рейтинга на странице HP2K на сайте АКOC и PAOC.
- Суб-параметр «Количество сотрудников компании, обладающих российскими и зарубежными профессиональными сертификатами...» строится на основе балльной оценки предоставляемых участниками данных:
  - Зарубежные профессиональные сертификаты, предполагающие сдачу экзаменов/тестирование, а также государственные награды (подписанные первым лицом и главами федеральных министерств, другие награды в рейтинге 2015 года не учитываются), оцениваются как 3 балла.
  - Российские профессиональные сертификаты, предполагающие сдачу экзаменов/тестирование, оцениваются как 1 балл.
  - Балльные значения суммируются для каждой компании. Итоговый показатель по параметру подсчитывается путем нормирования результата участника на результат лидера по данному параметру.

### Подсчет параметра «Медиа активность»:

- Подсчитывается без участия агентств, оператором «Медиалогия», на основе МедиаИндекса™. Учитывает не только общее количество упоминаний агентств в СМИ, но также тон упоминаний, а также вес источника, в котором зафиксировано упоминание агентства.
- В итоговый показатель HP2K данные включаются посредством нормировки по следующей формуле:  
 $[A/V]$ , где A – показатель МедиаИндекса™ за год, V – максимальный показатель МедиаИндекса™ в рейтинге (т.е. показатель лидера по данному параметру).

### Приложение №1: Грейды премий для учета в HP2K 2015

- A Grade:

"Cannes Lions"
"Cannes Corporate Media & TV Awards"

"European Excellence Awards"
"Global Effie Competition"
"Gold Quill Awards / GQ Best of the Best"
"IPRA Golden World Awards / PROBA-IPRA GWA"
"SABRE / Global SABRE Awards"
"Медиа-Менеджер России"
"Серебряный Лучник"

- B Grade:

"AMEC Awards"
"Digital Communication AWARDS"
"Epica Awards"
"Eurobest"
"Event Technology Awards / Золотой пазл"
"Event-агентство, сертифицированное АКМР"
"Eventиада"
"Golden Hammer Awards"
"PR News Awards"
"PRCA Dare Awards"
"RuPoR"
"Silver Anvil "
"Лучшее корпоративное видео"
"Серебряный Лучник-Регионы"
"Серебряный Лучник-США"
"Серебряный Меркурий (федеральный)"
"ТОП-1000 российских менеджеров"
"Kotler Awards"
"КонтЭКст"

- C Grade: Премии, не вошедшие в А и В.

Для перевода в балльные значения используется следующая схема:

Grade	Премия, гран-при, специальный приз	Шорт лист
A	15	10
B	8	4
C	2	1

## Приложение №2: Партнерские организации, операторы и аудиторы рейтинга 2015 года

Оператор: VysonGroup | КГ «Византия»

Оператор: КГ «Диалогия»

## Приложение №3: Список членов Наблюдательного совета и Организационного комитета НР2К в 2015 году

**Сопредседатели Наблюдательного совета НР2К:**

- Расницын Виталий - Президент Коммуникационной группы «Деловая лига», Президент Российской академии общественных связей (РАОС)
- Лащевский Вячеслав - Председатель совета директоров «Коммуникационной группы АГТ», Вице-президент Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО)

#### Члены Наблюдательного совета НР2К:

- Баранников Андрей - Генеральный директор агентства SPN Communications, Председатель Ассоциации компаний-консультантов в области развития общественных связей (АКОС)
- Игнатьев Игорь - Заместитель председателя концерна «Шелл» в России, Вице-президент по взаимодействию с государственными структурами, Президент Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР)
- Наумов Станислав - Председатель совета директоров КРОС, Президент Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО)

#### Список членов Организационного комитета НР2К:

1	Виноградов Владимир	ООО «ПРО-ВИЖЕН»
2	Горевая Светлана	«Михайлов и Партнеры»
3	Дегтяренко Джемир Джемирович	ИД «МедиаХаус»
4	Жуковская Надежда Александровна	«Медialogия»
5	Красильникова Мария Анатольевна	ООО "Флейшман-Хиллард Вэнгард"
6	Лапшов Андрей Борисович	Коммуникационная группа Insiders
7	Лащевский Вячеслав Викторович	ООО «Коммуникационная группа АГТ»
8	Маслов Михаил Александрович	ООО «Кетчум Маслов»
9	Минтусов Игорь Евгеньевич	Центр политического консультирования «Никколо М»
10	Муковозов Олег	SPN Communications
11	Наумов Станислав Александрович	Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО)
12	Райхман Игорь Игоревич	КГ «Византия» / VyconGroup
13	Расницын Виталий Георгиевич	Российская академия общественных связей (РАОС)
14	Сапронов Николай Владимирович	Центр коммуникативных технологий «ПРОПАГАНДА»
15	Шулаев Владислав Викторович	ООО «Коммуникационная группа АГТ»