

I POJĘCIA

Konkurs: ogólnopolski sondaż popularności produktów i usług Laur Konsumenta/Laur Klienta zwany dalej Konkursem.

Organizator/realizacja konkursu: Kowalski Pro-Media zwany dalej Organizatorem.

Znak: W toku prowadzonego konkursu Organizator przyznaje następujące wyróżnienia: LAUR KONSUMENTA, LAUR KLIENTA, LAUR KONSUMENTA ODKRYCIE ROKU, LAUR KLIENTA ODKRYCIE ROKU, LAUR KONSUMENTA PRODUKT REGIONALNY / USŁUGA, LAUR KLIENTA PRODUKT REGIONALNY / USŁUGA REGIONALNA, LAUR KONSUMENTA, LAUR KLIENTA TOP MARKA, LAUR KONSUMENTA GRAND PRIX, LAUR KLIENTA GRAND PRIX zwane dalej Godłami.

Każde godło zawiera rok edycji, za którą zostało przyznane.

Produkty: Dobra oraz usługi ogólnodostępne na polskim rynku.

Kategoria: Grupa produktów / usług o cechach podobnych lub zbliżonych, których popularność podlega sondowaniu w konkursie.

Licencja: Godła są objęte licencją oraz prawami ochronnymi. Organizator konkursu posiada wyłączne prawo do przyznawania Godła programu. Organizator konkursu przyznaje Laureatom odpłatne, nieograniczone terytorialnie prawo do użytkowania Godła konkursu na wszystkich polach eksploatacji ujętych w licencji na użytkowanie Godła.

Koszty: Udział firmy w konkursie nie podlega opłacie. Opłata obowiązuje Laureatów wyłącznie w przypadku zakupu licencji na użytkowanie nazwy i Godła programu. O licencję mogą ubiegać się wyłącznie podmioty, którym przyznano prawo do posługiwania się określonym Godłem konkursu. W przypadku rezygnacji z wykupienia licencji firma nie może komunikować zdobycia tytułu zarówno w komunikacji wewnętrznej, jak i zewnętrznej.

II PROGRAM

1. W konkursie mającym charakter sondy opinii konsumentów udział biorą produkty i usługi ogólnodostępne na polskim rynku.

2. Udział w konkursie nie wymaga zgłaszania produktów, linii produktów lub marki przez producenta / dystrybutora i usługodawcę. Obowiązkowym warunkiem jest obecność produktów / usług na polskim rynku.

3. Organizator poprzez zebranie głosów respondentów, wskazujących na najlepsze ich zdaniem produkty / usługi w danej kategorii, wyłania zwycięzców poszczególnych kategorii.

4. Zbieranie opinii konsumentów / klientów odbywa się poprzez:

4.1. Zbieranie głosów drogą telefoniczną.

Losowo wybrane osoby z ogólnodostępnych baz kontaktów telefonicznych proszone są o wskazanie produktów i usług podczas rozmowy telefonicznej.

PLEBISCYT POWSZECHNEJ POPULARNOŚCI PRODUKTÓW / USŁUG OGÓLNODOSTĘPNYCH

4.2. Plebiscyt na stronach internetowych przeprowadzany przez niezależną organizację zewnętrzną. W zależności od kategorii, w której chcemy poznać preferencje konsumentów, umieszczamy sondę na różnych portalach internetowych, w tym na portalach branżowych, serwisach tematycznych oraz na portalach informacyjno-społecznościowych. W edycji 2017 zbieramy głosy w sieci obejmującej ponad 15 000 serwisów. Formy graficzne zawierające kategorie do głosowania rozmieszczone są w sieci w modelu ROS (Run On Site), z zastrzeżeniem, iż jeden użytkownik może oddać głos tylko jeden raz w danej kategorii. Łącznie zbieramy minimum 1000 głosów w każdej kategorii.

5. Produkty i usługi podzielono na branże. W każdej branży istnieje podział na kategorie produktów i usług podobnych lub zbliżonych.

6. W każdej kategorii zostanie wyłoniona grupa trzech laureatów, którzy w zależności od wyników ankiet otrzymają złote, srebrne lub brązowe godło Laur Konsumenta / Laur Klienta. Produkty, które zajęły miejsca 4 - 6 mogą otrzymać godło Laur Konsumenta / Klienta - Wyróżnienie. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania innych wyróżnień specjalnych np. Laur Konsumenta / Klienta Grand Prix w przypadku sukcesu w trzech edycjach konkursu.

7. Na przyznanie tytułu Laur Konsumenta / Klienta Odkrycie Roku wpływ mają następujące czynniki: innowacyjny charakter produktów/usług, elementy przewagi konkurencyjnej, dynamika wzrostu popularności, skuteczność kampanii wizerunkowo-marketingowych, rebranding, pierwsze wskazania konsumentów w ogólnopolskim głosowaniu w programie Laur Konsumenta/Laur Klienta;

8. O przyznaniu tytułu Laur Konsumenta / Klienta Regionalny Produkt Roku / Usługa Roku decyduje poziom popularności produktu w regionie jego obecności;

9. W procesie przyznawania tytułu Laur Konsumenta / Klienta Top Marka pod uwagę brana jest wybitna pozycja produktów/usług na polskim rynku oraz w projekcie Laur Konsumenta / Klienta.

10. Organizator zastrzega sobie wyłączne prawo do ustalania i modyfikowania listy Branż i Kategorii.

11. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia uczestnika z konkursu oraz odebrania przyznanego wyróżnienia w przypadku łamania prawa, niestosowania się do etycznych norm i zasad obowiązujących w życiu gospodarczym (np. łamanie praw autorskich, niesolidność finansowa, nierzetelność informacyjna wobec konsumenta / klienta).

12. Ostateczne wyniki zostaną przekazane uczestnikom bezpośrednio po zakończeniu ankietowania w ich kategoriach.

III. INTERPRETACJA

Wszelkie kwestie związane z interpretacją lub zastosowaniem Programu są wyjaśniane i rozstrzygane przez Organizatora.