

Рейтинг діджитал-агенцій від IAB Ukraine

Методологія рейтингування

Організатор: IAB Україна.

Форма проведення: онлайн (заповнення гугл-форм та відправка сканів документів), за потреби чи вимоги комісії рейтингування учасників можуть попросити надати оригінали документів

Період проведення: січень-березень 2021

Період рейтингування: 2020

1. Загальна інформація:

1. Методологія формувалася робочою групою при IAB та ухвалювалась голосуванням (в робочій групі були члени та нечлени IAB Україна). Рішення приймається простою більшістю серед членів.
2. Кожен учасник може обрати 3 категорії для подачі та додатково інфлюенсер маркетинг як 4ту категорію за потреби
3. В основу методології покладено підхід АКАР.
4. Рейтинг формується в семи категоріях:
 - Медіа
 - Перформанс
 - Контент (містить минулорічний продакшн)
 - Дата та аналітика
 - Інтелектуальні послуги (консалтинг, стратегія, креатив тощо)
 - Influencer-маркетинг
 - Діджитал-розробка
5. Для всіх категорій використовуються фактори: штат, оборот, фінансова стійкість, рекомендації клієнтів, фестивалі та конкурси, та для декотрих - *репутація на ринку*, але вони мають різну вагу. Винятки нижче.
6. В категорії digital development - замість фактору репутація на ринку використовується фактор "оцінка експертної комісії"
7. В категорії інфлюенсер маркетинг - замість фактору репутація на ринку використовується фактор "різноманіття послуг"
8. В категорії перформанс є додатковий фактор - партнерство Google та Facebook
9. Ваги факторів кожної категорії ухвалювались голосуванням.

10. Ухвалена методологія НЕ МОЖЕ бути зміненою під час, або після отримання результатів.

2. Етапи рейтингування:

- Процес рейтингування складається з 7 етапів:
 1. реєстрація агенцій-учасників
 2. подання інформації IAB
 3. подання фінансової інформації та верифікації незалежному аудитору
 4. розгляд отриманих даних IAB та незалежним аудитором
 5. формування рейтингу
 6. розгляд рейтингу на комісії рейтингування, фіналізація
 7. публікація

3. Категорії учасників агенції (холдинги - формують окремі рейтинги)

1. Медіа
2. Перформанс
3. Контент (містить минулорічну категорію продакшн)
4. Дата та аналітика
5. Інтелектуальні послуги (консалтинг, стратегія, креатив тощо)
6. Influencer-маркетинг
7. Діджитал-розробка

4. Опис категорій

КАТЕГОРІЇ		
Назва категорії	Короткий опис	Приклади інструментів
1. Медіа	Планування та реалізація реклами з метою підвищення рівня знання бренда та побудови ефективного охоплення ТА (цілі: знання, охоплення, CPM тощо)	Банерна та відеореклама, закупівля аудиторії, таргетована реклама в соціальних мережах тощо
2. Перформанс	Планування та реалізація реклами, метою яких є конкретна дія користувача (цілі: клік, покупка, реєстрація, інсталяція тощо), відмінна від підняття знання про продукт, що рекламується	Реклама в пошукових системах, пошукова оптимізація, банерна та відеореклама, ретаргетинг, таргетована реклама в соціальних мережах, реклама на партнерських платформах і мережах тощо

3. Контент (включає минулорічний продакшн)	Створення всіх типів контенту необхідного для реалізації різних типів активностей у діджиталі	містить минулорічний продакшн
4. Дата та аналітика	Дата та аналітика -налаштування систем аналітики на сайті/моб додатку клієнта; створення аналітичних дашбордів з використанням баз даних ((MSSQL, Google BigQuery, Google Sheets, MS Azure тощо) та систем візуалізації (Google Data Studio, MS PowerBI, Tableau тощо); збір, аналіз та подальше використання даних digital кампаній; наявність спеціалістів по роботі з DMP платформами. Проведення досліджень в діджиталі	
5. Інтелектуальні послуги (послуги консалтингу, стратегії, креативу)	Розробка всіх видів стратегій, розробка креативних ідей, консалтинг. Підготовка комплексних digital стратегій з компетенцією агенції в Display, Performance, Social Media, PR та Business Consulting напрямках та глибоким практичним знанням інструментів.	
6. Influencer-маркетинг	Діяльність спрямована на запуск чи просування конкретного товару/послуги на ринку за допомогою інфлюенсера, відомої особи, лідера думок, блогера	
7. Діджитал розробка	Веб-розробка повного циклу без залучення аутсорсингових команд, надання послуг підтримки проектів	Веб-сайти, застосунки, цільові сторінки, чат-боти, електронна комерція, стартапи

5. Ваги факторів залежно від категорії

	1. медіа	2. перформанс	3.контент (включає минулорічний продакшн)	4.дата та аналітика	5. інтелектуальні послуги	6. influencer marketing	7. digital development
штат	20	20	10	25	10	10	15
оборот	20	15	15	15	10	20	5
фінансова стійкість	15	15	10	10	10	10	10
рекомендації клієнтів	25	25	25	30	25	30	25
фестивалі та конкурси	5	5	25	5	30	5	15
репутація на ринку	15	15	15	15	15		10
оцінка експертної комісії							20
різноманіття послуг						25	
партнерство Google&FC (10 прем'єр, 5 партнер, 0 ні, ФБ(скріншот) - 2 рівня (*роз'яснення: будь-яке партнерство - 5 балів-так, відсутність партнерства- 0 балів -ні)		5					
ВСЬОГО	100	100	100	100	100	100	100

6. Коментарі щодо факторів:

1. Агенції-учасники декларують відсутність судових справ із податковою, контрагентами та колишніми та поточними співробітниками. Формат офіційний лист(скан) на фірмовому бланку з печаткою. Приклад 6. Шаблон листа-декларації за 2020
2. Дані обороту та документи (скани), що його підтверджують, передаються безпосередньо незалежному аудитору (юристу) на імейл oleksandr.zavadetskyi@zkadvocates.com, який надає комісії рейтингування інформацію вже в обробленому вигляді (без абсолютних чисел), як сформований рейтинг від більшого обороту до меншого. Аудитор (юрист) бере до уваги дані розподілу бюджетів між категоріями послуг із Анкети №1 та інформацію з рекомендацій клієнтів.
3. Нагороди фестивалів та конкурсів враховуються лише за 1 календарний рік (2020), тобто вручну вилючаються з двох фестивальних сезонів (2019-2020pp та 2020-2021pp)

4. Рекомендації клієнтів надаються за визначеним шаблоном а) або в формі скану на фірмовому бланку б) **або в тілі електронного листа з робочого імейла клієнта із вказанням посади у підписі**. Максимальна кількість рекомендацій 10. Рекомендації мають бюджетну градацію відповідно до градації Effie 2020 (всі категорії окрім інфлюенсер маркетингу та діджитал розробки) та кожна бюджетна категорія має свій ваговий коефіцієнт. Дані надаються аудитору(юристу) для крос-чека заявлених бюджетів та бюджетних діапазонів із рекомендацій клієнтів. У спірних питаннях офіційний лист від клієнта (або рекомендація по шаблону 5.1.) є остаточним аргументом. Якщо клієнт із міркувань конфіденційності не може відкрити бюджетний діапазон, така рекомендація буде зараховуватись із коефіцієнтом 1.
5. Для рекомендацій у випадку надання кількох категорій послуг потрібно використовувати шаблон рекомендацій 5.1.№1. Навіть якщо в мікс кількох послуг входять і ІМ, і діджитал розробка - використовуємо шаблон №1
6. Якщо агенція надавала послуги суто з ІМ чи Діджитал розробки, то ми рекомендуємо використати шаблони рекомендації 5.1 № 2 та 5.1 №3 відповідно.
7. Усі рекомендації потрібно надіслати на спеціальний імейл rating.recommendations@iab.com.ua
8. **Усі рекомендації з міркувань конфіденційності обробляє ІАВ та, за потреби крос-чека поданих бюджетів, аудитор (юрист).**
9. Шаблони анкет можна заповнювати українською або російською мовами.
10. Діапазони бюджетів та коефіцієнти:
 - 10.1. Всі категорії (окрім ІМ та Діджитал розробки)**
 - 10.1.1. До 500 тис грн до податків (коеф 1)
 - 10.1.2. 500 тис- 999, 999 тис грн до податків (коеф 1,2)
 - 10.1.3. 1-2,999 млн грн до податків (коеф 1,4)
 - 10.1.4. 3-5 млн грн до податків (коеф 1,5)
 - 10.1.5. 5-10 млн грн до податків (коеф 1,7)
 - 10.1.6. 10+ млн грн до податків (коеф 1,9)
 - 10.2. Інфлюенсер-маркетинг**
 - 10.2.1. до 150 тис грн до податків (коеф 1)
 - 10.2.2. 150 тис- 249,999 тис грн до податків (коеф 1,2)
 - 10.2.3. 250 - 499,999 тис грн до податків (коеф 1,4)
 - 10.2.4. 500 тис -999, 999 тис грн до податків (коеф 1,5)
 - 10.2.5. 1-2 млн грн до податків (коеф 1,7)
 - 10.2.6. 2+ млн грн до податків (коеф 1,9)
 - 10.3. Діджитал-розробка**
 - 10.3.1. до 100 тис грн до податків (коеф 1)
 - 10.3.2. 100 тис- 299,999 тис грн до податків (коеф 1,2)
 - 10.3.3. 300 - 799,999 тис грн до податків (коеф 1,4)
 - 10.3.4. 800 тис - 2млн грн до податків (коеф 1,5)

10.3.5. 2-3 млн грн до податків (коеф 1,7)

10.3.6. 3+ млн грн до податків (коеф 1,9)

11. Репутація на ринку визначається неанонімним голосуванням за визначеними категоріями. Анкета №2 заповнюється після 25.02., коли сформовано остаточний пул агенцій-учасників. Право голосу мають усі учасники рейтингу в усіх категоріях (незалежно від того, в які категорії вони самі подались)
12. Учасники мають право не голосувати.
13. Комісія рейтингування залишає за собою право у разі отримання сумнівних результатів обнулити вагу фактора “Репутація на ринку”.
14. Для Діджитал розробки - опис фактору “Оцінка експертної комісії”
 - 14.1. Усі компанії учасники рейтингу, які подаються в категорію Діджитал розробки, подають комісії до 5 робіт за 2020 рік, інформація завантажується за індивідуальним посиланням.
 - 14.2. Роботи оцінюються за двома критеріями: технічний (50% вага) і естетичний (50% вага)
 - 14.3. Оцінка проводиться робочою групою експертів, де кожен експерт може дати кожному проекту від 0 до 10 балів за кожним критерієм (технічне виконання і естетичне). Усі бали сумуються.
 - 14.4. Група експертів формується наступним чином:
 - 14.4.1. Кожна компанія учасник рейтинга пропонує 5 кандидатур спеціалістів-експертів, які мають кваліфікацію або досвід і можуть оцінювати рівень та якість розробки до 15.02.
 - 14.4.2. З усіх запропонованих кандидатур формується робоча група експертів 7-13 осіб в залежності від кількості учасників до 24.02. Склад комісії затверджується голосуванням учасників категорії діджитал розробка
 - 14.4.3. Робоча група проводить оцінювання портфолію з 5 робіт (до 5 робіт)
15. Різноманіття послуг для категорії ІМ розшифровка

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RY3iEIOiSYnbUC_RO4BS5Szy3_-2WWmevtYV4puyxJg/edit#gid=0

7. Що подають агенції в ІАВ в електронному вигляді (викладають за індивідуальним посиланням)

1. до 10 рекомендацій клієнтів за формою (щоб набрати максимум балів потрібно подати 10 рекомендацій з максимальною бюджетною вагою) - скан або скріншот листа клієнта. Всі рекомендації будуть застосовані до всіх обраних категорій.
5.1.Шаблон рекомендації укр 2020 №1/№2/№3 або їхній мікс.

2. штатний розклад, щодо ФОПів комісія рейтингування має право запросити додаткові докази (контракти)
3. лист-декларацію (6. Шаблон листа-декларації за 2020) про відсутність судових справ із контрагентами, колишніми та поточними співробітниками, відсутність заборгованості перед податковою. У спірних моментах, якщо судова справа не свідчить про фінансову нестійкість - на комісію має бути направлено лист-роз'яснення
4. скрин таблиці ВРК із даними про фестивалі та Effie
5. креденшиалс
6. заповнюють супровідні анкети (№№1,3,4 та з 25.02. №2) в гуглдок, які містять систему крос-чеків
7. орієнтовний час, якій буде потрібний для подання, 3 години .

8. Документи, які можуть подавати агенції аудитору (з 25.02.) в електронному вигляді, додатково заповнюється таблиця заданого зразка. Всі обороти без ПДВ та за 2020 рік (*уточнення, але враховуючи комісії):

1. бухгалтерський баланс за 2020 (якщо по юрособі, або низці юросіб проходить кілька медіа, а не тільки діджитал, то потрібно вказати долю діджитала в обороті)
2. або лист від аудитора Big4, що підтверджує оборот за поданими юридичними особами за 2020 або 9 місяців 2020. Якщо агенція обслуговує інші медіа, то у листі потрібно вказати долю діджитал
3. або форму 2 за 2020
4. або форма про надані послуги
5. або лист від клієнта, що підтверджує перелік послуг та оборот на офіційному бланку з мокрою печаткою.
6. Для ФОП - дати список клієнтів з долею в обороті та декларацію та квитанцію за 2020 з особового кабінету ДФС. Вказати долю діджитал
7. для договорів комісії - договір комісії та будь яке підтвердження обороту (лист клієнта або ПДВ звіт)
8. Інший узгоджений варіант
- 9. Агенція має право не верифікувати оборот, це буде вказано при публікації рейтингу.**
10. Якщо агенція тактично обслуговує оборот, який платить клієнт напряму медіа - такий оборот має зараховуватись в оборот агенції.
11. Якщо агенція тактично та стратегічно не веде клієнта, проте надає консультаційні послуги (аудиторські оплачувані послуги тощо), то в оборот можна зарахувати кост цих послуг, а не оборот клієнта

9. Проведення розрахунків.

1. Максимальна кількість балів, яку може набрати агенція за цією методологією в одній категорії - 10 000.
2. Застосовуючи ваги в категорії контент: за штат максимум 1000, за оборот максимум 1500, за фінансову стійкість максимум 1000, за рекомендації клієнтів максимум 2500, за фестивалі та конкурси максимум 2500, за репутацію на ринку максимум 1500.
3. На прикладі контенту:

категорія контент	бали
штат	1000
оборот	1500
фінансова стійкість	1000
рекомендації клієнтів	2500
фестивалі та конкурси	2500
репутація на ринку	1500
ВСЬОГО	10000

4. З даних пулу агенцій в категорії за кожним фактором визначається максимум та мінімум із поданих даних та розраховується вага 1 балу критерію.

10. Конфіденційність

1. Учасники підписують NDA з IAB як юридична особа, а також члени комісії рейтингування як фізособи.
2. Якщо є потреба індивідуального NDA з агенцією чи клієнтом, такий документ може бути підписаний після узгодження із юристом IAB. IAB має NDA з аудитором.
3. Аудитором та гарантом конфіденційності виступає "Zavadetsky advocates"

11. Комунікація учасників:

поштова розсилка на імейл реєстрації та ТГ група.

12. Інші зауваження:

1. Обороти та штат в рейтингу категорії враховуються лише по категорії, а не повністю за юрособою.
2. Рейтинг холдингів виводиться, якщо буде загальна кількість учасників холдингів $x-1$, де x загальна кількість холдингів та ринку. Питання щодо репрезентативності та потреби загального заліку серед холдингів вирішують представники холдингів простою більшістю.
3. Загальний залік агенцій не виводиться через нерепрезентативність

13. Вибіркова перевірка та спірні питання

1. Організатор та комісія рейтингування залишає за собою право запитати додаткові документи у разі виникнення питань та робити вибірку перевірку поданої інформації, у тому числі через пряму комунікацію з клієнтами.
2. У разі підтвердження надання неправдивої інформації учасника може бути дискваліфіковано рішенням комісії рейтингування.
3. Інформація, отримана від клієнта, є фінальною для ухвалення рішення.
4. Кворум комісії рейтингування 50%+1.
5. До комісії допускаються ті особи, з якими підписано NDA, як із фізичною особою.
6. Комісія рейтингування має право запитати додатково оригінали документів, учасники зобов'язані їх надати протягом 48 годин.
7. У випадку сумнівів щодо інформації, поданої у листі-декларації, учасник делегує юриста для перевірки фактів у державних реєстрах та надання відповідних витягів комісії рейтингування.

14. Приклад таблиці повних розрахунків за 2019 за посиланням <https://drive.google.com/file/d/1mSGHZFQoqPLXJZCmOjd43QYahXiBx31E/view>

15. Рекомендовані таймінги для учасників

1. до 24.02. заповнити Анкету №1
2. до 5.03. Заповнити Анкети №3, №4
3. до 5.03. завантажити документи за індивідуальним посиланням
 - а. до 10 рекомендацій клієнтів за формою (щоб набрати максимум балів потрібно подати 10 рекомендацій з максимальною бюджетною вагою) - скан або скріншот листа клієнта. **Всі рекомендації будуть застосовані до всіх обраних категорій рейтингу.** 5.1.Шаблон рекомендації укр 2020 №1/№2/№3 або їхній мікс
 - б. штатний розклад, щодо ФОПів комісія рейтингування має право запросити додаткові докази (контракти)

- с. лист-декларацію (6. Шаблон листа-декларації за 2020) про відсутність судових справ із контрагентами, колишніми та поточними співробітниками, відсутність заборгованості перед податковою. У спірних моментах, якщо судова справа не свідчить про фінансову нестійкість - на комісію має бути направлено лист-роз'яснення у довільній формі
- d. скрин таблиці ВРК із даними про фестивалі та Effie
- e. креденшиалс
- 4. розпочати збір рекомендацій за шаблоном якомога швидше, але закінчити до 5.03.
- 5. 25.02.-5.03. заповнити Анкету №2
- 6. 25.02-5.03. надати аудитору документи для верифікації (скани та заповнена таблиця, шаблон буде надано 20.02.)
- 7. Підписати 2 NDA (з IAB як юрособа та з IAB як фізособа для учасника комісії рейтингування) якомога швидше.
- 8. Для учасників категорії діджитал розробка - завантажити посилання на 5 проектів за 2020 до 1.03.
- 9. Для учасників категорії діджитал розробка - проголосувати за склад експертної комісії (фактор "Оцінка експертної комісії") до 24.02.
- 10. Для учасників категорії інфлюенсер маркетинг - надати дані для фактору "Різноманіття послуг" (анкета буде надана до 5.02.) до 1.03.

16. Контакти

- 1. Анастасія Байдаченко 067 238 29 09 (9:00-19:00
понеділок-п'ятниця, або за індивідуальною домовленістю у інший час)
- 2. Олена Васюкова olena.vasiukova@iab.com.ua
- 3. для надання рекомендацій потрібно використовувати лише імейл rating.recommendations@iab.com.ua
- 4. для надання фінансової інформації використовувати лише імейл oleksandr.zavadetskyi@zkadvocates.com