

Критеријуми за избор у категорији: Најбољи бренд у сектору онлајн услуга

Наведена категорија уведена је први пут ове године. Основни циљ је да се препознају и подрже брендови који су створени у онлајн окружењу и који пружају услуге базиране на интернету. Онлајн услуге морају бити профитно оријентисане, како би се предузеће, власник бренда, пријавило у овој категорији. Максималан број поена које робни бренд може освојити у овој категорији је 100. Поени се добијају на основу неколико група критеријума и већег броја подкритеријума. Групе критеријума за избор победника у овогодишњој акцији „Најбоље из Србије” су: тржишно-финансијски критеријуми, перцепције испитаника и оцене стручног жирија. Сабирањем поена жирија са осталим поенима, добија се укупан резултат и прави се ранг листа.

У табели 1 је приказана расподела поена, по свакој од три наведене групе критеријума.

Табела 1 – *Расподела поена*

Групе критеријума	Поени
1. Тржишно-финансијски критеријуми	30
2. Гласање потрошача и/или стручне јавности	40
3. Оцене стручног жирија	30
УКУПНО	100

1. Тржишно-финансијски критеријуми (критеријуми успешности пословања)

Тржишно-финансијски (пословни) критеријуми полазе од конкретних вредности, које одређени бренд ствара, а могу се измерити и указују на континуиран напредак бренда (раст прихода, раст броја посета сајту, раст извоза онлајн услуга, правни аспекти регистрације патената и жига, признања и награде). Избор конкретних мерила успеха зависи од категорије у којој се неко номинује и дати су у Табели 2. Податке достављају предузећа (тј. овлашћени представници), попуњавајући онлајн упитник на официјелном веб сајту. Они то чине под пуном моралном и правном одговорношћу и уз достављање доказних материјала за поједине сертификате, награде и остале податке. Контрола и корекција врше се на основу званичних података ПКС, НБС, АПР и других институција, и на основу сазнања чланова комисије и жирија.

Табела 2 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања

Резултати	Појединачни критеријуми	Поени
		Раст прихода номинованог бренда интернет услуга
	Учешће (%) извоза бренда у односу на укупну продају бренда	макс. 5 поена
	Раст броја посета сајту	макс. 5 поена
	УКУПНО	Макс. 20
Нематеријалне вредности	<i>Регистровани патенти, Trademark регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификата у Заводу за интелектуалну својину, у Србији и у другим земљама</i>	макс. 5 поена
	Признања на домаћим и међународним сајмовима, од релевантних институција и организација за бренд (у 2018. години)	макс. 5 поена
	УКУПНО	Макс. 10 поена
	УКУПНО	Макс. 30 поена

2. Перцепције испитаника (потрошача, пословних партнера, стручне јавности)

Опсежно истраживање перцепција испитаника спроводи се у више сегмената и етапа, у зависности од категорије у којима је бренд номинован, а дистрибуција поена дата је у табели 3.

Табела 3 – Распоред поена са фокусом на перцепције/гласове испитаника

Критеријуми	Поени
Тржишно-финансијски критеријуми	30
Стручна јавност (удружења потрошача, стручњаци, економски аналитичари, институти, економски новинари,...) – путем и-мејла или веб сајта	20
Гласање опште јавности – потрошача - путем интернета (веб сајта)	20
Оцене стручног жирија	30
УКУПНО	100

3. Слободне оцене чланова жирија

Жири може дати максимално 30 поена сваком предузећу. Чланови појединачно додељују до 20 поена сваком од номинованих предузећа ценећи саму идеју, садржај веб сајта, диференцираност од конкуренције и визију развоја онлајн бренда. Ту се оцењују следећи елементи (сваки на скали од 1 до 5):

- Иновативност, специфичности и диференцираност од конкуренције
- Инвестиције у унапређење и развој пословања
- Планови и визија развоја
- Општи утисак

На крају, део поена се додељује групно, у име целог жирија, на завршном састанку (10 поена), а након дискусије и гласања.