

InterComm 2022: участвовать и побеждать

Полезная методичка для номинантов премии

Уважаемые коллеги, участники международной премии в области корпоративных коммуникаций InterComm!

Мы рады приветствовать вас и представить вашему вниманию методичку, которая разъясняет процедуру проведения премии, рассказывает об особенностях номинаций и правилах оформления заявки на участие в конкурсном отборе.

Мы постарались собрать в этом полезном документе ответы на самые часто задаваемые вопросы и дать ценные рекомендации, которые помогут вам:

1

эффективно подготовить свой проект к премии

2

оформить его в соответствии с заданными стандартами

3

получить высокие оценки жюри, попасть в шорт-лист премии (надеемся и верим вместе с вами!) и...

4

стать победителем в номинации!!!
Искренне вам этого желаем!

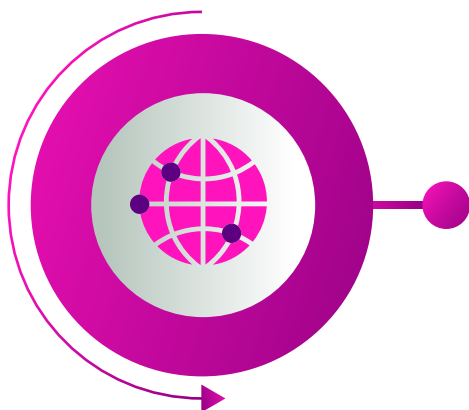
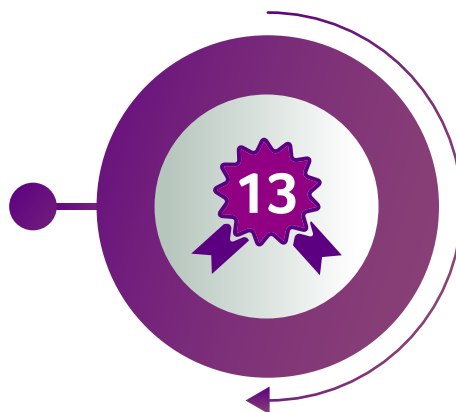
ПОЧЕМУ СТОИТ УЧАСТВОВАТЬ В ПРЕМИИ INTERCOMM

InterComm оценивает проекты в сфере корпоративных коммуникаций, проекты, нацеленные на построение эффективного диалога бизнеса с сотрудниками.

Цель InterComm:

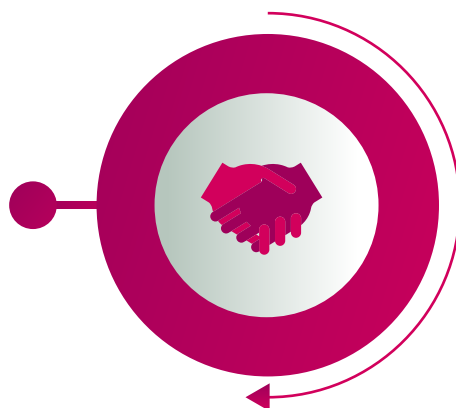
выделить лучшие практики в сфере корпоративных коммуникаций, поощрить профессиональные коллективы и их лидеров.

Премия InterComm
в 2022 году будет вручаться
в 13-й раз. Это единственная
профессиональная премия
в России с фокусом
на внутренние коммуникации.



Премия имеет международный статус: в ней участвуют проекты компаний из стран СНГ и транснациональные компании. В прошлом году заключен договор с одной из крупнейших европейских площадок в области корпоративных коммуникаций.

Премия активно развивает сотрудничество с профессиональными сообществами стран Центральной и Восточной Азии.



ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ЕСЛИ ВЫ РЕШИЛИ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕМИИ INTERCOMM

1

Вам необходимо ознакомиться с правилами проведения, сроками и стоимостью участия в премии, которые опубликованы на официальном сайте мероприятия — award.intercomm.media. Там же можно скачать подробное **Положение о премии**.

2

Обратите внимание, что в зависимости от времени подачи заявки меняется цена участия в премии (чем ближе к финалу — тем дороже). Существуют также скидки для компаний, которые подают несколько заявок на премию. Единственная номинация, участие в которой бесплатно для номинантов, — «Мастер коммуникаций».

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ВЫСОКУЮ ВЕРОЯТНОСТЬ ПРОХОЖДЕНИЯ В ШОРТ-ЛИСТ ПРЕМИИ

Три главных слагаемых успеха:



Действительно интересный проект

Он не должен быть рутинным, но должен решать важную задачу, стоящую перед бизнесом компании. В нем должны использоваться нестандартные, инновационные инструменты и креативные идеи.



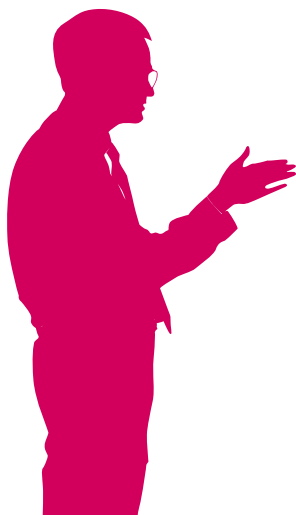
Качественная заявка

Она должна быть продуманной, соответствующей выбранной номинации и требованиям организаторов конкурса, грамотно и аккуратно написанной, корректно оформленной, поданной в соответствии со сроками. Технические требования по оформлению заявки можно найти в Положении о премии InterComm 2022.



Строгое следование регламентам и указаниям на сайте премии при подаче заявки и защите проекта перед жюри

Не жалейте сил и ресурсов на подготовку хорошей презентации с фото, видео, инфографикой, цифрами и фактами. Запишите по возможности короткий видеоспич лидера или внутреннего заказчика проекта. В случае прохождения в шорт-лист — выберите отличного спикера для защиты проекта перед жюри и подготовьте его к ответам на возможные вопросы.



Лайфхак: чем чаще до подачи проекта на премию вы рассказываете о нем в публичном пространстве, в социальных сетях и на медиаплощадках, на конференциях и встречах профессионального комьюнити — тем больше вероятность, что к моменту голосования о нем уже будут знать члены жюри InterComm и проявят к нему больший интерес и лояльность при оценке.

КАК ПРАВИЛЬНО ВЫБРАТЬ НОМИНАЦИЮ, В КОТОРУЮ ПОДАВАТЬ ПРОЕКТ

В 2022 году проекты, представленные на InterComm, оцениваются в 13 номинациях:



«Точка роста»



«Работа мечты»



«Энергия команды»



«Общий знаменатель»



«Образ жизни»



«Территория добра»



«Событие»



«Медиа»



«Люди и технологии»



«Стратегия»



«Устойчивое развитие»



«Мастер коммуникаций»

(специальная номинация)

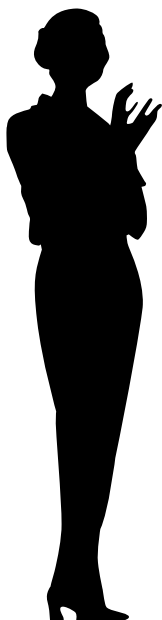


«Команда года»

(специальная номинация)

Очень важно не ошибиться с выбором номинации и остановиться на той, что подходит вам больше всего, исходя из специфики проекта. Прочтите еще раз описание всех номинаций. Если у вас все же остались сомнения — свяжитесь с оргкомитетом и задайте вопросы им. Чем ближе к окончанию приема заявок — тем сложнее дозвониться до оргкомитета. Поэтому лучше пишите.

Ответы на письма даются в течение 72 часов.



Лайфхак: еще поинтересуйтесь у членов оргкомитета, в каких из номинаций меньшая, чем в других, конкуренция среди проектов. А вдруг вы сможете переделать заявку и «упаковать» ее для еще одной номинации — и ваши шансы на шорт-лист увеличатся?

Если вы считаете, что проект может быть подан сразу в двух номинациях — рискните! **Но помните: для разных номинаций описание проекта должно отличаться по постановке проблемы, цели и задачам как минимум.**

КАКИЕ НОМИНАЦИИ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ ДЕЙСТВУЮТ В 2022 ГОДУ

Номинация «Точка роста»



В этой номинации ждем проекты в области **обучения персонала**. Компании представляют как локальные обучающие мероприятия, тренинги, мастер-классы и проч, направленные на повышение профессионального уровня сотрудников, развитие hard и soft skills, так и проекты развития корпоративных университетов, образовательных digital-платформ. В номинации можно представить и то, как изменились подходы в организации системы обучения и развития сотрудников компании. Например, призер InterComm 2021 в номинации «Точка роста» — торговая сеть «Перекресток», создавшая проект по VR-обучению сотрудников, которые в созданной симулятивной игре должны были обслужить покупателя. В «Точке роста» могут быть выдвинуты

и самообучающиеся организации, система внутренних тренеров, проекты, направленные на развитие наставничества, а также профессиональные конкурсы и соревнования.





Номинация «Работа мечты»

Здесь ждем проекты в области **развития бренда работодателя.**

В качестве проекта могут быть выдвинуты творческие концепции бренда работодателя, различные программы (стратегии) его продвижения и проекты по управлению брендом работодателя.

В этой номинации также представляются проекты, направленные на работу со студентами и выпускниками вузов и колледжей, проекты построения и внедрения employee journey, лучшие проекты talent management. Интересны проекты по разработке коммуникационной платформы бренда работодателя по запуску, старту обновленного бренда. Яркие активации, отдельные специальные



проекты, направленные на поддержание интереса к бренду, на формирование точек контакта с новыми целевыми аудиториями. Проекты по развитию бренда работодателя могут быть направлены как на внешнюю, так и на внутреннюю аудиторию.



Номинация «Образ жизни»

Номинация посвящена проектам в области **well-being**, здесь говорим о «счастье сотрудников», без которого сегодня вряд ли можно ждать от них эффективной работы и приверженности бренду. Внедрение гибридных и удаленных форматов работы, проекты по обустройству рабочих мест и офисов. Комплексные проекты борьбы с выгоранием, поддержание ментального здоровья сотрудников. Применение коучингового подхода в системе внутренних коммуникаций, комплексные проекты по мониторингу здоровья, психологического климата, поддержке здорового образа жизни и баланса — так популярный сейчас work & life balance.





Номинация «Энергия команды»

В этой номинации ждем проекты, направленные на вовлечение сотрудников в корпоративную жизнь, на построение, поддержание и развитие корпоративной культуры, формирование и продвижение корпоративных ценностей. В этой номинации компании могут представить мероприятия в поддержку корпоративного духа, развития командного взаимодействия, повышения сплоченности, уровня доверия в команде, мероприятия с участием первых лиц компании, с возможностью для рядовых сотрудников получить информацию, поддержку, мотивацию «из первых рук», а также таунхоллы, митапы и другие популярные форматы командного взаимодействия и эффективного решения совместных задач. В номинации оцениваются и проекты с участием детей и членов семей сотрудников, внутренние конкурсы и премии в формате «Лучший сотрудник», проекты и мероприятия к юбилею компании.



Номинация «Общий знаменатель»

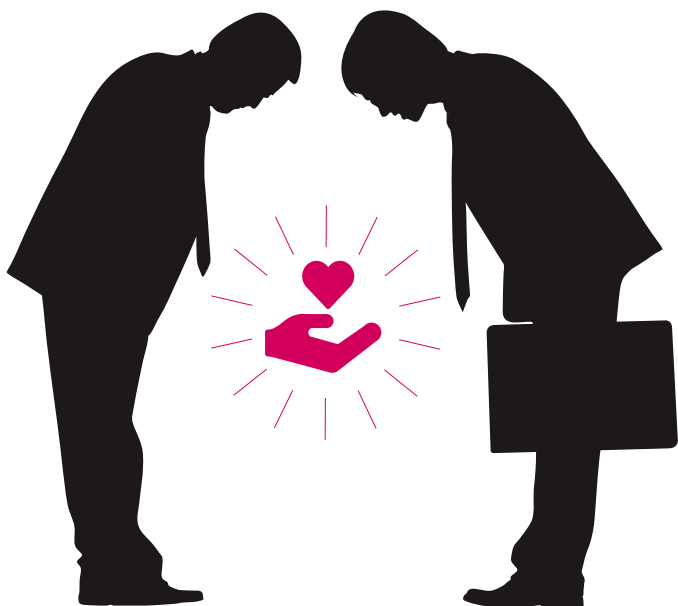
Здесь ждем проекты в области создания единой коммуникационной среды, платформы, каналов для поддержания горизонтальных и вертикальных коммуникаций внутри компании. Создание экосистем коммуникаций, digital work place, проекты по запуску, рестайлингу, обновлению корпоративного интранета, внутреннего портала, а также коммуникационные проекты с применением agile-технологий. Интересны креативные решения для новых и классических каналов — в том числе информационных досок, стендов и других площадок для каскадирования информации.

В номинации также представляются специальные информационные кампании и проекты, направленные на поддержку комплексных программ, например, в поддержку внедрения инноваций, культуры техники безопасности и проч.





Номинация «Территория добра»



Эта номинация посвящена **теме КСО и волонтерства**. Здесь ждем экологические проекты компаний, проекты поддержки социальной инфраструктуры городов присутствия предприятий, благотворительные проекты в области культуры, проекты взаимодействия с детскими благотворительными фондами, фондами поддержки людей с тяжелыми заболеваниями, инвалидов, а также локальные проекты помощи детским домам, больницам, ветеранам труда и ВОВ, инвалидам, животным. Также проекты развития волонтерских проектов, создания сообществ волонтеров — в фокусе внимания номинации.



Номинация «Событие»

Номинация «Событие» появилась в конкурсе премии в 2021 году и сразу завоевала популярность у компаний! Здесь ждем проекты **организации корпоративных мероприятий собственными силами сотрудников компании и с привлечением подрядчиков**.

Это юбилейные события, мероприятия к календарным и корпоративным праздникам, стратегические сессии, годовые собрания, встречи с первыми лицами компании и другие деловые мероприятия, рассчитанные на массовое участие сотрудников компании. Спортивные соревнования и корпоративные олимпиады, корпоративные сериалы, шоу, мюзиклы и другие форматы массового вовлечения сотрудников в творческое взаимодействие.





Номинация «Медиа»



Номинация «Медиа» появилась в InterComm в 2021 году. В ней участвуют **корпоративные, отраслевые и бренд-медиа на службе коммуникаций**: проекты их создания, перепозиционирования, рестайлинга и проч. Проект должен объяснять, в чем уникальность вашего медиа по сравнению с конкурентами, какие задачи по коммуникации бизнеса с аудиториями оно решает, как реализуются эти задачи, как выстраивается контакт с аудиторией и какова ее вовлеченность (охваты), какие бизнес-результаты достигнуты.



Номинация «Люди и технологии»

Номинация «Люди и технологии» появилась в InterComm в 2021 году. В ней представляются проекты, демонстрирующие digital-технологии и инновации в корпоративных коммуникациях. Эти проекты могут быть адресованы сотрудникам, потенциальным сотрудникам, аудиториям внутреннего и внешнего бренда работодателя. Жюри ждет проекты, которые демонстрируют эффективность применения digital-инструментов в решении коммуникационных задач. Возможно, это новые решения для интранета, чат-боты, новое ПО, платформы, позволяющие сделать коммуникацию оперативной и персонализированной, технологии искусственного интеллекта на службе коммуникаций.



Номинация «Устойчивое развитие»

Новая номинация. Впервые именно в 2022 году InterComm решил посмотреть на ESG-повестку с точки зрения внутренних коммуникаций. Жюри будет ждать проекты, продвигающие ответственное отношение компаний и ее сотрудников к окружающей среде, социальные проекты и программы предприятий, проекты в области D&I, направленные на достижение гендерного и культурного баланса.



Номинация «Стратегия»

За годы работы премии InterComm жюри и оргкомитету не раз приходилось слышать от номинантов: «У нас не просто проект, а целая стратегия, и мы ее реализовали!» И действительно, приходили и побеждали в премии очень системные проекты, когда команда коммуникаторов компании разрабатывала документ, описывающий параметры стратегических целей, поставленных перед ней бизнесом, программу их реализации и достижения целевых показателей. Один из самых ярких примеров подобных проектов — стратегия развития бренда работодателя торговой сети «Пятерочка», призер премии InterComm 2020 года.



Оргкомитет InterComm решил дать возможность участникам премии показать в номинации «Стратегия», появившейся в 2021 году, коммуникационные стратегии, в том числе:

- коммуникационные стратегии в области внутренних HR-коммуникаций;
- коммуникационные стратегии в области внешних HR-коммуникаций;
- интегрированные коммуникационные стратегии.

Кураторы номинации будут особенно внимательны и лояльны к вашему проекту, если найдут в его описании ответы на вопросы:

- Какое определение стратегии лежит в основе вашей работы?
- Является ли стратегия функциональной или создается для реализации стратегии более высокого порядка (бизнес-стратегии или стратегии управления человеческим капиталом)?
 - Какими силами была организована работа над стратегией (рабочая группа внутри компании, с помощью агентств или внешних консультантов)?
 - В чем суть найденного стратегического решения?
- Как были определены показатели эффективности стратегии (KPI)?
- Каковы практические результаты реализации стратегии?

Ответы на эти вопросы вы можете «зашить» в стандартную форму заявки или оформить в виде краткого эссе и приложить его в числе дополнительных материалов.





Специальная номинация «Команда года»



Это командная номинация для лучшего подразделения в области корпоративных коммуникаций. За нее вручается специальная награда для коллективов/отделов/департаментов, отвечающих за **управление корпоративными коммуникациями в рамках одной организации** — компании или агентства. Номинация призвана отметить наиболее эффективные команды, реализующие проекты и лучшие практики в области корпоративных коммуникаций в России и странах СНГ. Претенденты на победу предоставляют подтверждение своей эффективности: презентацию участников команды, профессиональные награды, описание наиболее ярких реализованных проектов и проч.



Специальная номинация «Мастер коммуникаций»

Это персональная номинация для лидеров корпоративных коммуникаций. Номинантом «Мастера коммуникаций» может стать любой представитель коммуникационной индустрии, отвечающий следующим критериям:

- стаж работы в отрасли интегрированных коммуникаций — на стороне компании, агентства, с индивидуальным брендом — не менее 10 лет;
- в «портфеле» номинанта за последние два года — коммуникационные проекты, замеченные и отмеченные профессиональным сообществом;
- регулярные выступления номинанта на конференциях, форумах, другая образовательная деятельность в интересах индустрии;
- награды профессионального сообщества, которыми отмечена деятельность номинанта — премии, рейтинги, дипломы за проекты и проч.;
- высокая медийная активность и узнаваемость номинанта.

Правом выдвижения на участие в номинации обладают члены жюри международной премии InterComm — каждый из них может выдвинуть до двух кандидатов. Для этого член жюри должен:

- получить предварительное согласие кандидата на выдвижение;
- заполнить краткое обоснование — «За что я выдвигаю коллегу на «Мастера коммуникаций».

Шорт-лист кандидатов на номинацию формируется на основании экспертного мнения кураторов номинации. За финалистов на втором этапе голосуют все члены жюри.

Номинация проводится без финансового взноса участников.



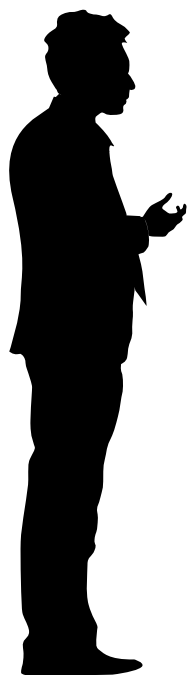
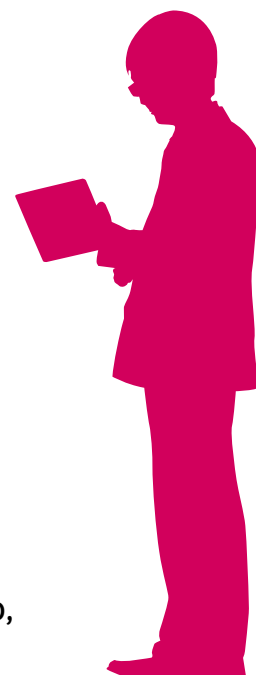
КАК ПРАВИЛЬНО ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ НА ПРЕМИЮ

Вы определились с проектом и номинацией? Теперь стоит изучить раздел сайта премии, где вы подаете свою заявку. Там есть три блока: справочная информация о компании и авторском коллективе проекта. Краткое описание проекта. И — описание проекта по пяти критериям, по которым ваш проект будет оценивать жюри.

Наши рекомендации: справочную информацию вы можете заполнить сразу. Далее — краткую информацию о проекте.

ВАЖНО: дать действительно краткое представление о вашем проекте, не пытаться вместить в этот раздел все детали и подробности.

А вот следующие пять пунктов в заявке — заполнить очень вдумчиво, ведь именно по ним жюри будет проставлять баллы.



Наш совет: сначала соберите всю информацию о проекте с учетом пяти критериев в одном вордовском документе (ссылку для скачивания шаблона вы найдете в разделе «Подать заявку»). Проверьте полученный материал с точки зрения присутствия весомых аргументов в каждом из критериев, отсутствия повторов. И затем уже можете заполнять каждый из пяти пунктов в заявке на сайте.

После отправки заявки — ждите письмо на почту, которую вы указали. На нее придет письмо о том, что ваша заявка принята. Если у вас возникнут дополнительные вопросы — вы всегда можете их задать, написав на почту award@intercomm.media.

Важно: все ответы даются в течение 72 часов с момента отправки вашего письма.

КАК ПРАВИЛЬНО ПОДОБРАТЬ АРГУМЕНТЫ ПО КАЖДОМУ ИЗ ПЯТИ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ ПРОЕКТА

Жюри оценивает ваш проект по 5 критериям.



Уникальность проекта

Здесь вы должны рассказать, почему ваш проект достоин премии, что отличает его от проектов конкурентов, в чем его уникальность для коммуникационной отрасли, для вашей компании. Не стоит здесь сразу описывать проект, вдаваться в иные подробности — пишите именно об отличительных особенностях, о том, что вызывает в вас и ваших коллегах чувство гордости за проект.



Постановка проблемы

Любой коммуникационный проект должен в первую очередь решать задачи бизнеса. В этом пункте вы должны рассказать, какая проблема стояла перед бизнесом, как и почему возникла идея решить ее с помощью вашего коммуникационного проекта. Интересная и красивая история о том, как вы решили серьезную проблему и добились выдающихся результатов, подкупает. Поделитесь вызовами, которые стояли перед компанией.



Цель и задачи проекта

Четко опишите цель проекта — итог, к которому вы стремились, что должно было измениться в поведении/действиях целевых аудиторий, которым адресован ваш проект. Опишите задачи проекта — те действия, которые вы спланировали и выполнили для достижения цели проекта.



Креативное решение и технология реализации проекта

Здесь вы описываете «фишки» проекта — какие идеи, креативные решения помогли вам выполнить задачи проекта. И последовательность технологии его реализации — время, ресурсы, люди, мероприятия и проч.



Результаты проекта и эффективность проекта для бизнеса компании

Один из самых важных критериев. Важно показать реальные результаты — в соответствии с поставленной проблематикой, целями и задачами. Эффективность проекта для бизнеса компании лучше показать цифрами. Например, как изменились показатели по важным в корпоративных коммуникациях метрикам: охваты аудиторий в социальных сетях и медиа, рост вовлеченности, рост eNPS, количество участников мероприятий, результаты специальных опросов и проч.

Обратите внимание, что в специальной номинации «Команда года» иные критерии оценки заявки.

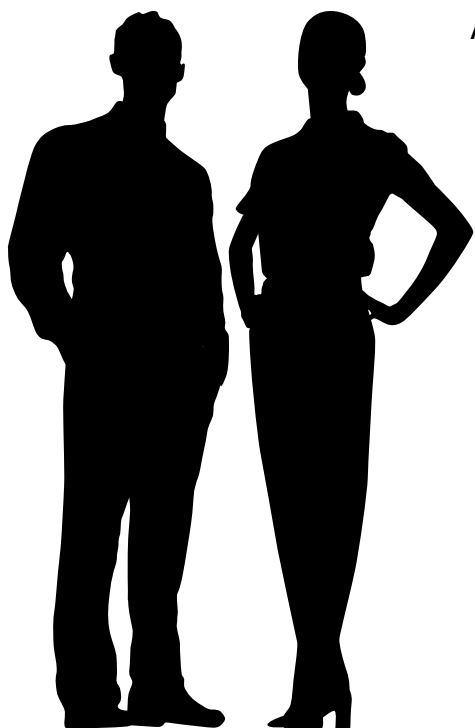
Претенденты на победу в этой номинации — коллективы/отделы/департаменты, отвечающие за управление корпоративными коммуникациями в рамках одной организации, — должны загрузить материалы и творческую презентацию в соответствии со следующими пунктами:

- Презентация команды, выполненная в виде графической презентации или текстового резюме (не более 1 (одной) страницы формата А4);
- Профессиональные награды участников команды (в том числе грамоты и благодарности от руководства компаний-работодателей);
- Эссе (до 5000 знаков) на тему: «Почему наша коммуникационная команда достойна Премии»;
- «3 наших самых ярких коллективных проекта, реализованных в период с 1 сентября 2021 года по 1 сентября 2022 года»;
- «Командное кредо: 3 правила нашего успеха».



По каждому из перечисленных пунктов презентации претендента на командную премию члены Жюри будут выставлять от 1 до 10 баллов. Команды, попавшие в шорт-лист Премии в номинации «Команда года», на втором этапе — защите проектов — презентуют свою команду. Жюри в этой номинации на втором этапе оценивает номинантов только по критерию «Презентация команды». Оценка производится по 10-балльной шкале.

А в специальной номинации «Мастер коммуникаций» претендентов на номинацию на первоначальном этапе выдвигают только члены жюри (смотрите раздел с описанием номинаций).



ЕЩЕ О СЕКРЕТАХ УСПЕШНОЙ ЗАЯВКИ

1

Ваш проект должен решать конкретную задачу бизнеса. Важно описать, какими именно инструментами решались поставленные задачи.

2

Ваш проект должен быть «в тренде»: в нем использованы новые инструменты, новый микст уже известных инструментов, инновационные решения.

3

Результаты проекта действительно должны быть измеримыми и заметными с точки зрения поставленной задачи.

4

Проект должен соответствовать специфике премии.

5

Описание проекта должно строго соответствовать структуре заявки.

6

Под каждую номинацию готовьте отдельную заявку, даже если вы подаете на них один и тот же проект.

7

Важны логичность и последовательность. Все этапы проекта и тактические шаги должны выглядеть последовательно, отвечать решению проблемы. Результаты проекта должны соответствовать заявленным целям и задачам.

ЧЕК-ЛИСТ ПЕРЕД ОТПРАВКОЙ ЗАЯВКИ

Если на эти семь вопросов вы уверенно отвечаете «да» — смело отправляйте ваш проект на суд жюри.



Даёт ли «общее описание» представление о проекте?



«Постановка проблемы» соответствует номинации?



Описанная «уникальность проекта» выделяет его на фоне конкурентов?



Отвечают ли поставленные проблемы запросам бизнеса?



Соотносятся ли «цель и задачи» с проблемами?



Достигается ли выделенная цель с помощью перечисленных задач?



Отвечают ли результаты поставленным цели и задачам?

КАКИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАЯВКЕ НЕОБХОДИМО ПРЕДОСТАВИТЬ

Кроме заполненной в шаблоне сайта заявки ждем от вас дополнительные материалы. В первую очередь это **презентация проекта** — краткая, стильно оформленная, содержащая главные сообщения и результаты проекта. Именно с презентации большинство членов жюри начинает знакомство с проектом.



Важны также **видеоматериалы по проекту** — загрузите их в заявку, если они специально создавались для проекта. Также хорошим дополнением будет краткий эмоциональный (можно записать его прямо на смартфон) видеоспич лидера проекта.

В качестве дополнительных материалов ждем также **выпуски корпоративных и бренд-медиа, иную визуальную продукцию**. Для демонстрации эффективности приветствуются выдержки из отчетов, опросов, результатов исследований.

Обратите внимание на **технические требования к объемам и формату дополнительных материалов**.

ЗАЩИТА ПРОЕКТА

- Если вы прошли в шорт-лист премии — поздравляем! Теперь вас ждет защита проекта. В 2022 году она будет проходить **онлайн** — вам предстоит выступить перед экспертным жюри и ответить на их вопросы. На одной из цифровых платформ будет создано несколько кабинетов для защит проектов, и видеокамеры у всех членов жюри и номинантов будут включены!
- Не стоит думать, что к выступлению онлайн не нужно готовиться или что вы просто прочитаете презентацию проекта. У вас будет **7 минут на выступление и 3 минуты — для ответов на вопросы**. А ведь рассказать о вашем детище наверняка захочется много! И как бы вы ни любили ваш проект, каким бы гениальным он ни был, придется следовать регламенту.
- Как и при подготовке любого публичного выступления, вам стоит

продумать логику презентации и заложить в нее «крючки» для привлечения внимания аудитории: где вы пошутите, какие акценты расставите.

- Важной частью защиты являются вопросы жюри. Заранее продумайте, что в вашей презентации может вызвать вопросы, подготовьте ответы на них. Вам нужно представить не только красивую картинку, но и реакцию на уточнения и даже критику.
- Кстати, следите за объявлениями на всех медиаплощадках InterComm! Мы по традиции будем проводить **открытый брифинг одного из тренеров по публичным выступлениям** — как лучше подготовиться к защите. Особо упорным можем порекомендовать классных специалистов для индивидуальных занятий.

УСПЕХОВ ВАМ И ТОЛЬКО ПОБЕДЫ В ПРЕМИИ INTERCOMM 2022!

