

InterComm 2023: 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!

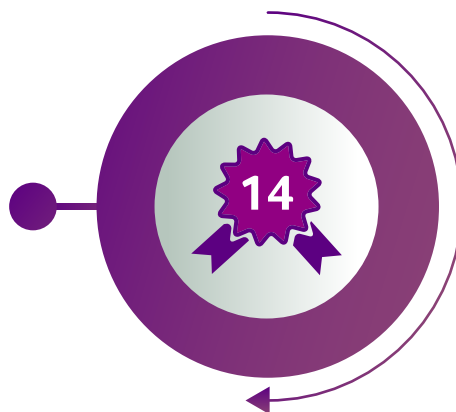
ПОЧЕМУ СТОИТ УЧАСТВОВАТЬ В ПРЕМИИ INTERCOMM

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

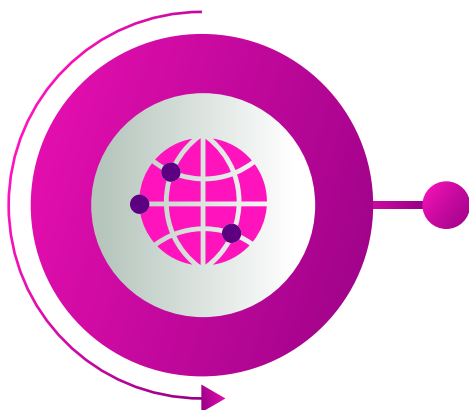
Цель InterComm:

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

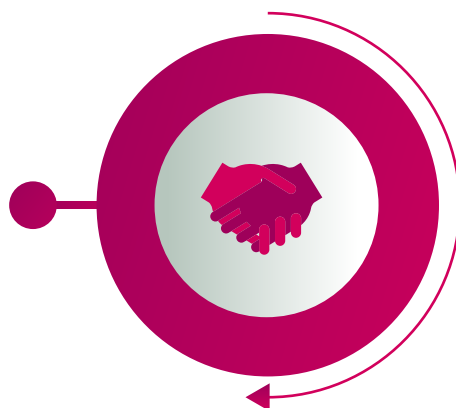
Премия InterComm
в 2023 году будет вручаться
в 14-й раз. Это единственная
профессиональная премия
в России с фокусом
на внутренние коммуникации.



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.

КАКИЕ НОМИНАЦИИ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ ДЕЙСТВУЮТ В 2023 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»

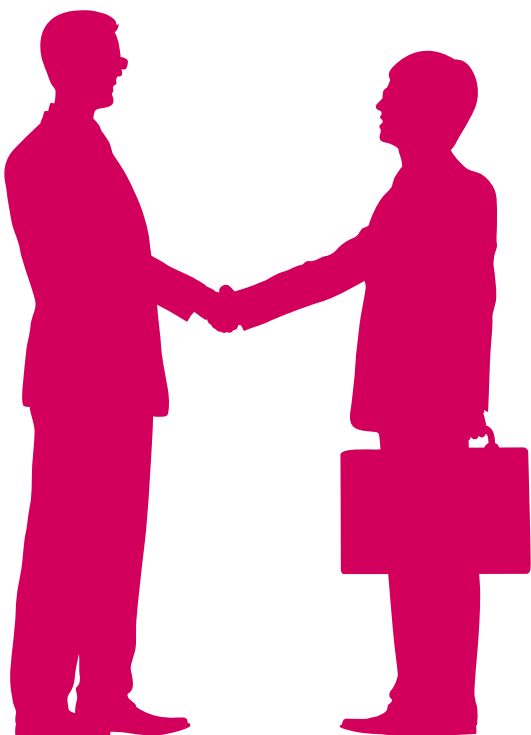
В этой номинации ждем проекты, направленные на вовлечение сотрудников в корпоративную жизнь, на построение, поддержание и развитие корпоративной культуры, формирование и продвижение корпоративных ценностей. В этой номинации компании могут представить мероприятия в поддержку корпоративного духа, развития 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.

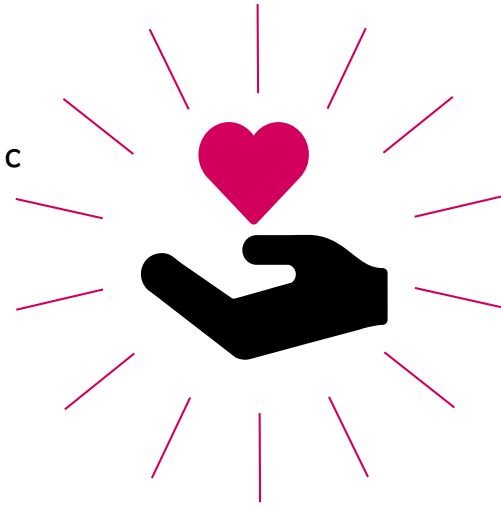
В номинации также представляются специальные информационные кампании и проекты, направленные на поддержку комплексных программ, например, в поддержку внедрения инноваций, культуры техники безопасности и проч.





Номинация «Территория добра»

Эта номинация посвящена теме **корпоративного волонтерства, благотворительности, КСО и ESG**. Здесь ждем экологические проекты компаний, проекты, проекты поддержки социальной инфраструктуры городов присутствия компаний, благотворительные проекты в области культуры, проекты взаимодействия с детскими благотворительными фондами, фондами поддержки людей с тяжелыми заболеваниями, инвалидов, локальные проекты помощи детским домам, больницам, ветеранам труда и ВОВ, инвалидам, животным, создание и развитие волонтерских проектов, сообществ волонтеров, проекты, продвигающие ответственное отношение к окружающей среде внутри компании, социальные проекты и программы, проекты из области HR-брендинга, направленные на достижение гендерного и культурного баланса. 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 «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 «Классика коммуникаций»

В этой номинации представляются традиционные корпоративные и отраслевые СМИ на службе внутрикома. Каналы коммуникаций, основанные на классическом инструментарии. Важно, чтобы одной из ключевых целевых аудиторий являлись действующие и/или потенциальные сотрудники компании: газеты и журналы, направленные на сотрудников компании; бренд-медиа для смешанных аудиторий, включающих сотрудников; радио, реализованное на предприятиях; корпоративное TV с физическими экранами на предприятиях/в офисах.



Номинация «Новые медиа»

В этой номинации мы ждем каналы коммуникаций, основанные на digital-технологиях. Одной из ключевых целевых аудиторий должны быть действующие и/или потенциальные сотрудники компании: корпоративные подкасты, каналы в мессенджерах, группы в соцсетях, блоги на внутренних и внешних площадках, digital-версии газет и журналов, бренд-медиа, медиаплатформы брендов.



Номинация «Спецпроекты»

В этой номинации представляются самостоятельные проекты, активации и инструменты в корпоративных коммуникациях. Специальные проекты для взаимодействия с текущими и потенциальными сотрудниками, имеющие ярко выраженную креативную составляющую и не являющиеся выделенными каналами коммуникаций: фильмы, сериалы и видео; онлайн-марафоны, квесты, квизы и прочие проекты с геймификацией; арт-проекты; мерч, решающий конкретную коммуникационную задачу; печатная продукция с нестандартной креативной концепцией; проекты с использованием маскотов.



Номинация «Сообщества»

Проекты, посвященные созданию комьюнити среди сотрудников для различных целей бизнеса, HR-бренда и корпоративной культуры: амбассадорские программы, проекты по развитию внутренних сообществ сотрудников, клубы «выпускников», сообщества студентов и школьников



Специальная номинация «Проект года»

Гран-При Премии InterComm. Присуждается проекту, больше всего впечатлившему жюри. Проекты для этой номинации выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных номинациях. После проведения защит члены жюри называют проекты, которые впечатлили их больше всего - с точки зрения эффективности, яркости, ценности проекта для индустрии. Из предложенных проектов формируется список для голосования. Победитель определяется простым большинством голосов.



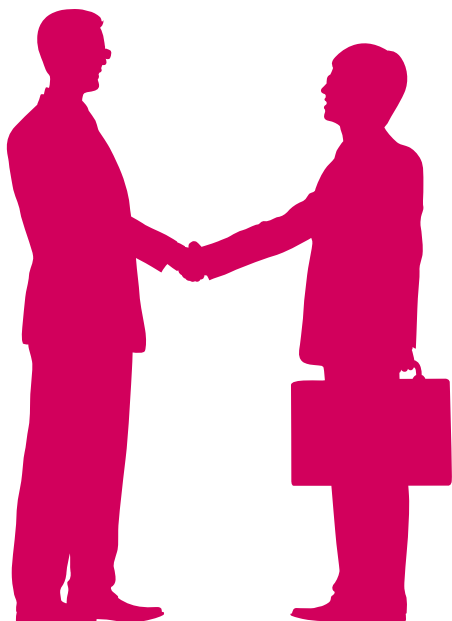
Специальная номинация «InterComm in Mining»



Номинация, в которой рассматриваются проекты, поданные на премию от компаний топливно-энергетического и горно-металлургического комплексов. Номинация создана совместно с ассоциацией Woman in Mining Russia. Проекты для этой номинации выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных номинациях. Участвовать в этой номинации могут только проекты, поданные компаниями, занимающимися добычей ресурсов. Участие в номинации бесплатное (стоимость заявки в основной проектной номинации при этом не меняется). Чтобы проект был рассмотрен в данной номинации, при заполнении анкеты необходимо поставить галочку в номинации «InterComm in Mining».



Специальная номинация «Международное признание»



Номинация, в которой рассматриваются проекты компаний из других стран. Проекты для этой номинации также выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных номинациях. Участвовать в этой номинации могут только проекты, поданные компаниями, работающими за пределами Российской Федерации. Участие в номинации бесплатное (стоимость заявки в основной проектной номинации при этом не меняется). Чтобы проект был рассмотрен в данной номинации, при заполнении анкеты необходимо поставить галочку в номинации «Международное признание».



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»

Специальная награда для профессионалов, внесших значительный вклад в развитие отрасли коммуникаций в России или странах СНГ.

Номинантом «Мастера коммуникаций» может стать любой представитель коммуникационной индустрии, отвечающий следующим критериям номинации.

Правом выдвижения на участие в номинации обладают члены Жюри Международной премии InterComm — каждый из них может выдвинуть до двух кандидатов. Выдвигающий номинанта на участие в «Мастере коммуникаций» член Жюри должен:

- получить предварительное согласие кандидата на выдвижение;
- обосновать выбор данного кандидата;
- предоставить кандидату на заполнение бланк «Мастера коммуникаций»;
- предоставить заполненный кандидатом бланк и обоснование в Оргкомитет Премии.

Лонг-лист номинации формируется из числа кандидатов, выдвинутых членами Жюри, в период с 25 сентября по 1 октября 2023 года.

Результаты голосования членов Жюри по данной номинации открыты для всех желающих. Номинация предусматривает одно призовое место. Участие в номинации — бесплатное. На звание «Мастер коммуникаций» не может претендовать действующий член Жюри Премии InterComm.

Оргкомитет Международной премии в области корпоративных коммуникаций InterComm 2023 проводит рекламную кампанию номинации «Мастер коммуникаций» и финалистов номинации, прошедших в шорт-лист.



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 2022 года по 1 сентября 2023 года»;
- «Командное кредо: 3 правила нашего успеха».



По каждому из перечисленных пунктов презентации претендента на командную премию члены Жюри будут выставять 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).



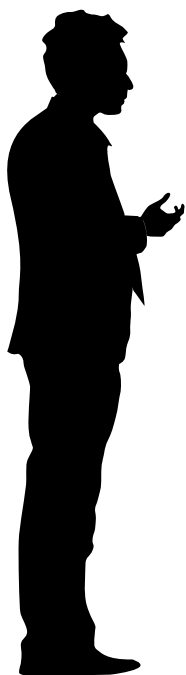
КАК ПРАВИЛЬНО ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ НА ПРЕМИЮ

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.

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.

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 месседжи 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**.

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?

ЗАЩИТА ПРОЕКТА

- Если вы прошли в шорт-лист премии — поздравляем! Теперь вас ждет защита проекта. В 2023 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 2023!

