

# **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!

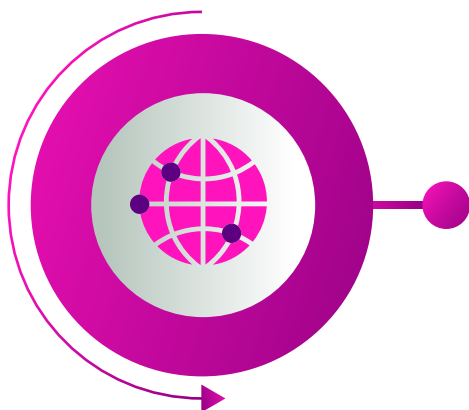
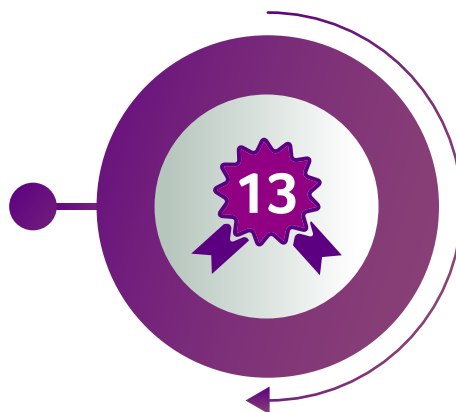
# ПОЧЕМУ СТОИТ УЧАСТВОВАТЬ В ПРЕМИИ INTERCOMM

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

## Цель InterComm:

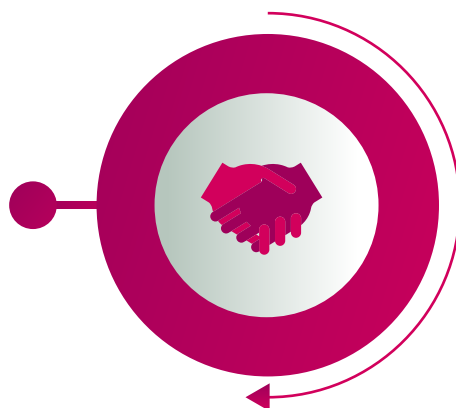
выделить лучшие практики в сфере корпоративных коммуникаций, поощрить профессиональные коллективы и их лидеров.

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](http://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.



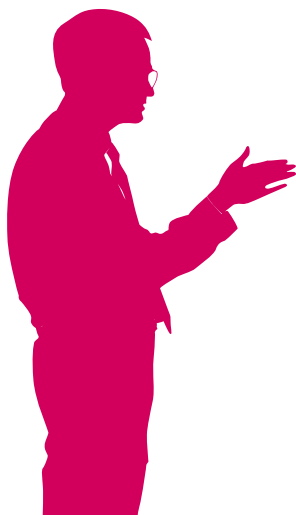
### Качественная заявка

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)

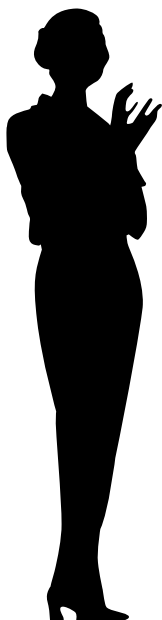


«Команда года»

(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»

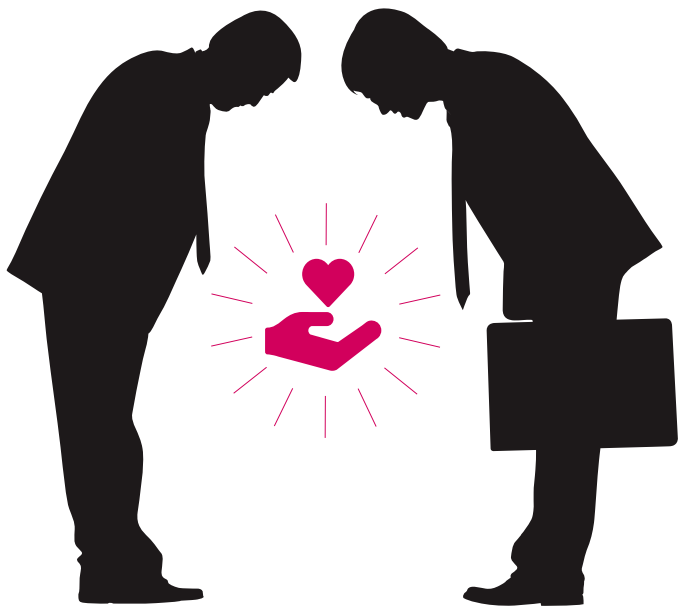
Номинация посвящена проектам в области **well-being**, здесь говорим о «счастье сотрудников», без которого сегодня вряд ли можно ждать от них эффективной работы и приверженности бренду. Внедрение гибридных и удаленных форматов работы, проекты по обустройству рабочих мест и офисов. Комплексные проекты 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 «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.



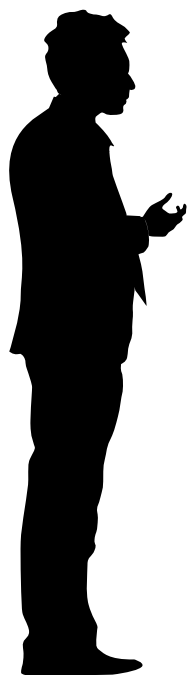
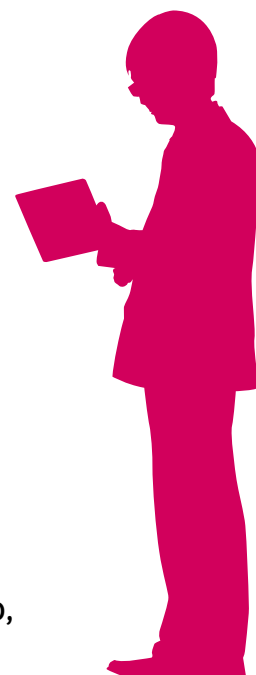
# КАК ПРАВИЛЬНО ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ НА ПРЕМИЮ

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](mailto: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.**

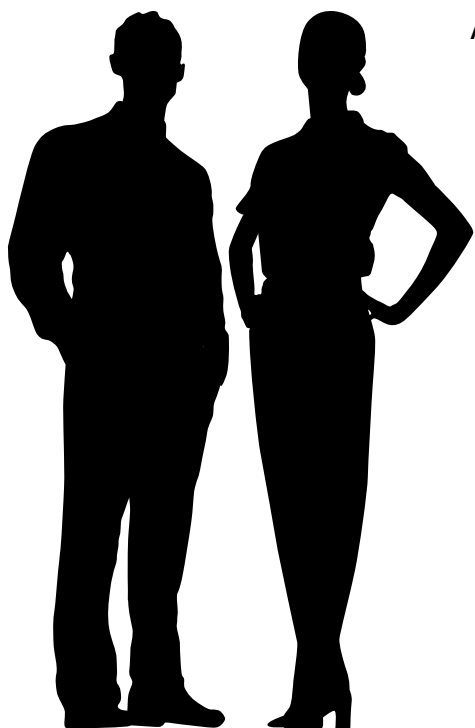
Претенденты на победу в этой номинации — коллективы/отделы/департаменты, отвечающие за управление корпоративными коммуникациями в рамках одной организации, — должны загрузить материалы и творческую презентацию в соответствии со следующими пунктами:

- 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 прочтаете 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!

