

Утверждено на заседании
Оргкомитета конкурса
"19" января 2018 г.

Конкурс «BPM-проект года»

Рекомендации участникам

В настоящем документе содержатся рекомендации организациям-участникам конкурса «BPM-проект года», проводимом российской Ассоциацией профессионалов управления бизнес-процессами (АПУБП).

1. Концепция конкурса

Основной целью конкурса является распространение идей управления бизнес-процессами (BPM, Business Process Management) в России через ознакомление широкого круга заинтересованных лиц с передовым опытом организаций, достигших успехов в этой области.

Принять участие в конкурсе могут российские организации, реализовавшие у себя проект BPM, независимо от организационно-правовой формы - коммерческие, некоммерческие, государственные. Регламент конкурса предусматривает отдельную номинацию для государственных организаций, чтобы дать им дополнительный стимул участия. Территориальное расположение организации не имеет значения - все мероприятия конкурса допускают удаленное участие посредством современных средств телекоммуникации.

Стимулы для организации участвовать в конкурсе - объективная оценка собственных достижений и продвижение собственного бренда. Для процессной команды организации участие в конкурсе - это возможность поднять свой авторитет внутри организации. Признание получают не только победители, но и финалисты, т.е. большинство организаций, подавших заявки на участие в конкурсе.

Концепция и регламент конкурса близки к концепции и регламенту международного конкурса «WfMC Global Awards for Excellence in Business Process Management» (www.bpmf.org), благодаря этому победители конкурса АПУБП получают хорошие стартовые позиции, чтобы заявить о своем лидерстве уже на международном уровне.

Организация может участвовать в конкурсе либо самостоятельно, либо совместно с партнером, внесшим наибольший вклад в успех проекта - производителем программного обеспечения, консалтинговой компанией, ИТ-интегратором. Подать заявку может как сама организация, так и партнер, но в любом случае ведущая роль в конкурсе принадлежит организации-заказчику, так как именно опыт заказчика в первую очередь интересует широкий круг организаций, оценивающих перспективы внедрения у себя BPM.

При этом успех в конкурсе организации-заказчика является также успехом партнера. Достижение бизнес-целей проекта - более весомый с точки зрения потенциального заказчика довод в пользу выбора конкретного производителя ПО, чем сравнение программных продуктов путем подсчета предлагаемых функций, зачастую избыточных и имеющих больше маркетинговую, чем практическую ценность.

Компании и организации, заинтересованные в распространении BPM в России, приглашаются поддержать проведение конкурса в качестве спонсоров - предоставляя ресурсы для его проведения и оказывая информационную поддержку.

2. Регламент конкурса

За проведение конкурса отвечает оргкомитет, формируемый Советом директоров АПУБП. Оценивает проекты жюри конкурса, состоящее из авторитетных специалистов и

руководителей, представителей вузов и научной среды.

Конкурс проводится в следующих номинациях:

1. BPM-проект года (главная номинация)
2. Самый результативный проект BPM
3. Самый инновационный проект BPM
4. Лучший проект BPM среди государственных организаций
5. Приз сообщества ABPMP Russia
6. Специальный приз жюри

Конкурс проводится ежегодно в три этапа:

1. с 1 мая по 30 сентября - подача заявок и отбор финалистов
2. с 1 октября по 15 ноября - презентации проектов-финалистов
3. с 16 ноября по 31 декабря - церемония награждения и публикация итогов конкурса

Подробная информация о регламенте содержится в Положении о конкурсе.

3. Описание проекта

Заявка на участие в конкурсе должна сопровождаться подробным описанием проекта.

3.1. Общие рекомендации

Описание проекта предоставляется вместе с заявкой на участие. В дальнейшем участник может его дополнять и корректировать - вплоть до презентации проекта.

Описание проекта представляется в электронном виде (PDF). Рекомендуемый объем документа - от 10 до 15 страниц.

Лучшие описания - те, которые готовят непосредственные участники проекта. Документы, исходящие от маркетинговых служб, зачастую страдают рекламными преувеличениями, которые производят на членов жюри негативное впечатление.

При составлении описания исходите из интересов будущих читателей - в первую очередь это члены жюри. Чтобы жюри оценило ваш проект по достоинству, описание должно продемонстрировать результативность, инновационность и качество реализации проекта.

Кроме того, описание вашего проекта будет опубликовано на сайте конкурса, где с ним будут знакомиться заинтересованные организации - потенциально в течение многих лет. В первую очередь их будет интересовать ваш опыт, который может им помочь во внедрении BPM у себя.

Поэтому сделайте упор не на рекламе своей продукции, а на том, что вы сделали в проекте. Рекламная брошюра - это то, что нужно членам жюри и читателям в последнюю очередь; достаточно во введении коротко рассказать, чем занимается ваша компания. Ваша продуктовая линейка через несколько лет изменится, а опыт вашего проекта BPM по-прежнему будет интересовать читателей.

Воздержитесь от рекламы программных продуктов и торговых марок ИТ-вендоров, ограничьтесь перечислением использованных программных продуктов в разделе «Информационные технологии». Цель конкурса - способствовать распространению передового опыта, а не рекламировать вендоров. Описание проекта - это не пресс-релиз, и реклама в описании проекта не способствует высоким оценкам жюри.

Стоит также избегать утверждений, основанных на сиюминутной ИТ-моде - прогресс в ИТ идет быстро, а новые читатели будут изучать описание вашего проекта спустя годы. Например, вы можете упомянуть какую-то особенность интерфейса программного продукта, если она помогла вам решить поставленную задачу. Но если вы будете говорить об этой особенности как об «уникальной», то через пару лет она, возможно, будет реализована в продуктах большинства конкурентов, и тогда ваше утверждение будет смотреться плохо.

Расскажите историю вашего проекта: с какими вызовами столкнулась организация, что было сделано для решения поставленных задач, какие трудности встретились на этом пути и как они преодолевались, в чем выразился успех проекта. Все это следует изложить от лица заказчика, а не партнера, и предпочтительно - простыми словами. В конце дополните рассказ информацией об использованных программных продуктах и/или о партнере, участвовавшем в проекте. Не стоит на каждом шагу упоминать название программных продуктов - лучше дайте читателю информацию о вашем проекте, которая будет для него полезной, и тогда вендор тоже получит кредит доверия в глазах потенциального заказчика.

Сосредоточьтесь в первую очередь на сильных сторонах вашего проекта, в которых вы смогли вырваться вперед относительно конкурентов. При подсчете баллов одно весомое достижение стоит больше, чем два средних показателя.

Некоторые сведения о проекте, которые могли бы помочь представить его в максимально выгодном свете, могут быть не предназначены для свободного распространения. Отметьте соответствующие части документа как конфиденциальные, и с ними смогут ознакомиться только члены жюри, связанные соглашением о неразглашении. Опубликованы они не будут.

3.2. Рекомендуемая структура

Предлагаемая структура описания проекта не является обязательной - участник вправе ее дополнить или изменить по своему усмотрению. Структура ориентирована на вопросы, интересующие членов жюри и организации, изучающие практический опыт BPM.

1. Аннотация	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Краткое резюме проекта для беглого ознакомления («для руководителей») объемом от четверти до половины страницы. ▪ Цель аннотации - заинтересовать читателя: «почему я должен тратить на это свое время?»
2. Введение	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Коротко расскажите о вашей организации, о ее продукции/услугах. ▪ Момент, переживаемый организацией в своем развитии на момент начала проекта. ▪ Исходный уровень зрелости управления бизнес-процессами.
3. Бизнес-контекст	<ul style="list-style-type: none"> ▪ С какими вызовами столкнулась организация - конкретные болевые точки, общие неблагоприятные тенденции, новые вызовы, стратегические цели и рубежи, поставленные руководством и т.п. ▪ Располагаемые ресурсы и ключевые ограничения.
4. Бизнес-процесс	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Не вдаваясь в подробности, опишите целевой бизнес-процесс (бизнес-процессы), его границы и место в процессной архитектуре, участников и заинтересованные стороны (подразделения, роли). ▪ Цели, поставленные перед процессной командой, их увязка с бизнес-целями, изложенными в предыдущем разделе. ▪ Кто принимал участие в проекте, кто являлся спонсором, кого проект затронул из числа сотрудников компании, клиентов, партнеров.
5. Инновационность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Инновационность проекта с точки зрения бизнеса - новые бизнес-модели, новый подход к работе с клиентами и т.п. ▪ Примененные или разработанные инновационные методологии управления бизнес-процессами. ▪ Инновационные приемы управления проектом и управления

	<p>изменениями, обеспечившие успех проекта.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Чем ваш проект уникален, как он позволяет вашей организации выделиться из общего ряда конкурентов.
6. Трудности	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Какие уроки вы извлекли из опыта проекта, какие можете дать советы организациям, внедряющим BPM, от каких ошибок предостеречь. ▪ Как вы обеспечили поддержку руководства и персонала, как справлялись с сопротивлением в ходе проекта.
7. Результаты	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Как проект отразился на выручке, затратах, качестве, продолжительности бизнес-процесса (процессов), удовлетворенности клиентов, управляемости, культуре организации. ▪ По возможности, приведите значения измеримых показателей на момент начала и по результатам проекта. ▪ В чем ваше главное достижение.
8. Информационные технологии	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Использованное (разработанное, внедренное) программное обеспечение для управления бизнес-процессами и передовые цифровые технологии. ▪ Интеграция с существующей ИТ-инфраструктурой.
9. Партнер	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Информация о консультанте, интеграторе или вендоре, внесшего самый значительный вклад в успех проекта.

4. Презентация проекта

Участники, отобранные в финальную часть конкурса, приглашаются сделать презентацию для членов жюри и зрителей.

Презентация проводится в формате очно-заочного семинара: часть участников присутствует лично, часть подключается удаленно. Это относится и к докладчикам - они тоже могут участвовать удаленно.

Регламент презентации - 20 минут, превышение этого лимита снижает оценку.

Члены жюри оценивают в том числе и артистизм доклада; смерть от Powerpoint - это не то, что их обрадует. Постарайтесь сделать доклад эмоциональным, разбавьте его скриншотами, видеофрагментами, в идеале - короткой живой демонстрацией.

Команда участника может состоять из нескольких человек: например, один демонстрирует бизнес-процесс, второй комментирует, третий в это время отвечает на вопросы аудитории в общем чате.

В качестве основного докладчика выступает представитель участника конкурса, представитель партнера может дополнить его выступление.

За докладом следуют вопросы и обсуждение презентации, в ходе которого присутствующие делятся впечатлениями, высказывают оценки, задают полемические вопросы. По регламенту докладчики в дискуссии не участвуют, но в конце им дается завершающее слово, в котором они имеют возможность ответить на те выступления, которые сочтут заслуживающими ответа.

В один день, в ходе одного мероприятия заслушиваются презентации нескольких проектов. Это дает участникам возможность в ходе дискуссии критиковать друг друга, выискивать и озвучивать слабости проекта-конкурента. В то же время участники не должны выходить за рамки допустимого в научной дискуссии; нападки и грубости произведут неблагоприятное впечатление на жюри.