

Утверждено на заседании
Оргкомитета конкурса
"01" декабря 2019 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 и странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС) через ознакомление широкого круга заинтересованных лиц с передовым опытом организаций, достигших успехов в этой области.

Принять участие в конкурсе могут организации из России и стран ЕАЭС, 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. Рабочий язык конкурса – русский.

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.

Организация может участвовать в конкурсе либо самостоятельно, либо совместно с партнером, внесшим наибольший вклад в успех проекта - производителем программного обеспечения, консалтинговой компанией, ИТ-интегратором. 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 потенциальных клиентов 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, приглашаются поддержать проведение конкурса в качестве спонсоров и партнеров - 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. За настойчивость в достижении процессного совершенства
6. Приз сообщества ABPMP Russia
7. Специальный приз жюри

Конкурс проводится ежегодно по следующему графику:

1. с 01 декабря по 28 февраля - прием заявок
2. с 01 марта по 10 марта - определение списка финалистов и графика презентаций
3. с 16 марта по 30 апреля - презентации проектов-финалистов
4. с 15 мая по 31 мая - итоговая конференция с награждением победителей и лауреатов
5. с 01 июня по 30 июня - публикация итогов Конкурса

Подробная информация о регламенте содержится в Положении о конкурсе.

3. Описание проекта

Заявка на участие в конкурсе должна сопровождаться описанием проекта. В дальнейшем участник может его дополнять и корректировать - вплоть до презентации проекта.

3.1. Общие рекомендации

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

Вы можете дополнить основной текст описания приложениями, объем которых не лимитирован. Включите в него объемные таблицы, копии экранов, графические материалы в высоком разрешении, видеоматериалы и т.п.

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.

Учтите, что 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.

Сделайте упор не на рекламе своей продукции, а на том, что вы сделали в проекте. Рекламная брошюра - это то, что членам жюри и читателям нужно 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 их производителей, 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.

Избегайте утверждений, основанных на сиюминутной ИТ-моды. 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 странно.

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 изложите 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.

Сосредоточьтесь в первую очередь на сильных сторонах вашего проекта, в которых вы смогли вырваться вперед относительно конкурентов, и на том, что вы считаете хорошей/лучшей практикой управления бизнес-процессами. 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

Предложенная ниже 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 изменениями, обеспечившие успех проекта. ▪ 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.