

CX World Awards

СОЗДАВАЯ БУДУЩЕЕ, НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О СВОИХ ДОСТИЖЕНИЯХ!

**СПРАВОЧНИК УЧАСТНИКА ПРЕМИИ
CUSTOMER EXPERIENCE WORLD AWARDS
сезона 2023/2024**



СПОНСОР ПРЕМИИ

NAUMEN

ОГЛАВЛЕНИЕ

О ПРЕМИИ	3
ЗАЧЕМ НОМИНИРОВАТЬСЯ.....	5
СПРАВЕДЛИВАЯ ОЦЕНКА ВАШИХ ДОСТИЖЕНИЙ И ОТРАЖЕНИЕ ВАШЕГО УСПЕХА	5
ДИФФЕРЕНЦИРОВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС И ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ PR	5
ПРАЗДНУЙТЕ СВОИ ДОСТИЖЕНИЯ ВМЕСТЕ С КОМАНДОЙ.....	5
КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕМИИ?	6
ШАГ 1: ВЫБОР НОМИНАЦИИ И ЗАГРУЗКА ЭССЕ.....	6
ШАГ 2: ОБЪЯВЛЕНИЕ SHORT LIST	7
ШАГ 3: ЗАЩИТА ЭССЕ - только для финалистов.....	7
ШАГ 4: ФИНАЛ ПРЕМИИ И ЦЕРЕМОНИЯ ОБЪЯВЛЕНИЯ ЛАУРЕАТОВ	7
ШАГ 5: ДОСТУП К КОММЕНТАРИЯМ И ОЦЕНКАМ ЖЮРИ.....	7
СКОЛЬКО СТОИТ УЧАСТИЕ В ПРОГРАММЕ НОМИНИРОВАНИЯ?	8
КАКИЕ ЕСТЬ ЛЬГОТЫ И СКИДКИ?	8
СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ В ЦЕРЕМОНИИ ОБЪЯВЛЕНИЯ ИМЁН ПОБЕДИТЕЛЕЙ И ЛАУРЕАТОВ	8
СТОИМОСТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МЕСТ ДЛЯ ГОСТЕЙ НА ЦЕРЕМОНИИ.....	8
ВАЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ТЕХ, КТО ПОДАЕТ ЗАЯВКУ:	9
1. Загрузка информации (ЭССЕ).	9
2. Внести изменения в заявку.....	9
3. Дисквалификация.....	9
4. Срок оплаты регистрационного взноса.	9
5. Срок оплаты этапного взноса (только для финалистов Премии)	9
6. Способы оплаты.....	9
7. Участие в Церемонии Награждения.....	9
8. Договор и Акт оказания услуг.	9
РЕГЛАМЕНТ ГОЛОСОВАНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ.....	10
ПЕРВЫЙ ЭТАП	10
Голосование по Первому этапу	10
ВТОРОЙ ЭТАП только для Финалистов	11
Голосование по Второму этапу.....	11
ФИНАЛ	11
ТОРЖЕСТВЕННАЯ ЦЕРЕМОНИЯ В ЧЕСТЬ ФИНАЛИСТОВ И НАГРАЖДЕНИЕ ЛАУРЕАТОВ.....	12
Бронирование мест на Церемонии Награждения	12
Стоимость бронирования дополнительных мест на церемонию	12
Несколько простых рекомендаций номинантам	12
КАТЕГОРИИ И НОМИНАЦИИ	13
Категория 1. КОРПОРАТИВНЫЕ НОМИНАЦИИ ЗА ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	13
Категория 2. ИННОВАЦИИ И ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ	13
Категория 3. НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ, МЕТОДОЛОГИЙ, СТРАТЕГИЙ В СХ.....	13
Категория 4. ПЕРСОНАЛЬНЫЕ И КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ	13

ОПИСАНИЕ НОМИНАЦИЙ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ЭССЕ	14
КАТЕГОРИЯ 1. КОРПОРАТИВНЫЕ НОМИНАЦИИ ЗА ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	14
1. ЛУЧШИЙ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	
Разделение по размеру компаний (Малые, Средние, Крупные предприятия)	15
2. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В B2B (возможно разделение по отраслям)	15
3. ЛУЧШИЙ ЦИФРОВОЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	15
4. ЛУЧШИЙ ОФЛАЙН КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	16
5. ЛУЧШАЯ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА	16
6. ЛУЧШАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ	16
КАТЕГОРИЯ 2. ИННОВАЦИИ И ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ	17
7. ЛУЧШИЕ ИННОВАЦИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ	18
8. ЭФФЕКТИВНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В CX	18
КАТЕГОРИЯ 3. НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ, МЕТОДОЛОГИЙ, СТРАТЕГИЙ В CX	19
9. ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ИЗМЕНЕНИЯ, CX ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА	20
10. ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ДИЗАЙНА И ПРОЕКТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА (возможно участие с агентством)	20
11. ЛУЧШИЙ ОМНИКАНАЛЬНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	20
12. ЛУЧШИЙ ДАТА-ЦЕНТРИЧНЫЙ ПОДХОД	21
13. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА КСО / ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ / СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ	21
14. ЛУЧШИЙ ПОДХОД «КЛИЕНТ В ЦЕНТРЕ ВСЕГО»	21
15. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ (возможно участие с вендором)	22
16. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА КЛИЕНТСКОЙ АНАЛИТИКИ	22
17. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ИЗМЕРЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА	22
18. ЛУЧШИЙ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ	23
19. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ	23
20. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ ЖАЛОБ КЛИЕНТОВ	23
21. ЛУЧШИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ (UX)	24
22. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ОНЛАЙН-ВОВЛЕЧЕННОСТИ И СОЗДАНИЯ СООБЩЕСТВ	24
23. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В КОНТАКТ-ЦЕНТРЕ	24
24. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ВОВЛЕЧЕННОСТИ/МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА	25
25. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА/ПРАКТИКА ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА	25
26. ЛУЧШИЙ ОПЫТ СОТРУДНИКОВ (EMPLOYEE EXPERIENCE - EX)	25
КАТЕГОРИЯ 4. ПЕРСОНАЛЬНЫЕ И КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ	26
27. ПРОФЕССИОНАЛ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА	27
28. ЛУЧШИЙ МЕНЕДЖЕР ПО РАБОТЕ С КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ (КАМ)	27
29. КОМАНДНЫЙ ЛИДЕР КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА	27
30. РУКОВОДИТЕЛЬ КЛИЕНТСКОЙ СЛУЖБЫ (CX директор)	28
31. ЛУЧШАЯ КОМАНДА / СМЕНА / ГРУППА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ	28
32. ЛУЧШАЯ КОМАНДА/ ГРУППА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	28
ЖЮРИ ПРЕМИИ	29
ЛАЙФХАКИ ДЛЯ НОМИНАНТОВ ПРЕМИИ	33
FAQ	35



О ПРЕМИИ

CX WORLD AWARDS - самая широко известная (более 350 номинантов ежегодно) и признанная всеми участниками рынка профессиональная премия в индустрии клиентского опыта, а также более 100 призов, которые во время торжественной церемонии вручаются компаниям и профессионалам, представившим на премии лучшие проекты/практики/стратегии. Ежегодно в апреле на Торжественной Церемонии Награждения Лауреатов Премии более 450 гостей и первых лиц индустрии становятся свидетелями награждений лауреатов в рамках проведения международного [Customer eXperience World Forum](https://cx-world.ru).

Сейчас всё больше компаний понимают важность искренней заботы о потребителе, уделяют больше внимания клиентскому обслуживанию, пониманию нужд и потребностей своего клиента. Клиентоцентричная стратегия и пересмотр внутренних бизнес-процессов компании для построения бизнеса "с человеческим лицом" (human-oriented) становится основой для эффективного развития бизнеса. Наша цель — содействовать развитию клиентоцентричной стратегии компаний, выявляя и поддерживая профессионалов и лидеров рынка.

Каждый год Премия CX WORLD AWARDS выявляет и награждает самые интересные и успешные проекты, инициативы и стратегии, программы партнерских отношений, продукты, технологии, программы совершенствования и модернизации. Также Премия помогает мотивировать, поощрять и награждать лучших сотрудников, руководителей и их команды в индустрии Customer eXperience (CX).

ПРЕМИЯ ПРОХОДИТ В 2 ЭТАПА:

1 ЭТАП – составление и загрузка ЭССЕ (описание вашего проекта, достижений, стратегии).
На основании ЭССЕ Жюри определяет список финалистов.

2 ЭТАП – только для финалистов – защита ЭССЕ (онлайн), после чего Жюри определяет победителей.
В заключении, все финалисты приглашаются на торжественную церемонию объявления имён Победителей и Лауреатов премии.

НАГРАДЫ (ПРИЗЫ) ПОЛУЧАЮТ:

Статус «Победитель» получает финалист, набравший в сумме наибольшее количество баллов среди других номинантов или максимально возможное количество баллов, если номинант 1 в своей категории (*).

Статус Лауреат «Высокая Оценка Жюри» получает Финалист(ы), у которого(ых) суммарное количество голосов не отличается больше, чем на 15% от суммы голосов за Победителя*.

Статус Лауреат «Высокое Одобрение Жюри» получает Финалист(ы), у которого(ых) суммарное количество голосов не отличается больше, чем на 25% от суммы голосов за Победителя*.

(*) Если финалист один в своей номинации/категории, то за статус Победителя берется значение, как если бы все члены жюри, голосующие в данной номинации/категории, поставили бы максимальную оценку номинанту.

КЛЮЧЕВЫЕ ДАТЫ И СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ

- **5 сентября 2023** - Открытие сезона 2023/2024, начало приема заявок
- **До 25 января 2024** - Загрузка ЭССЕ (информации для оценки Жюри)
- **5 марта 2024** - Объявление SHORT LIST (списка Финалистов)
- **14 марта — 1 апреля 2024** – Онлайн Защита ЭССЕ
- **24 апреля 2024** - Торжественная церемония в честь финалистов и объявление имён Лауреатов Премии



КОГДА БУДУТ ИЗВЕСТНЫ РЕЗУЛЬТАТЫ, КТО ВЫШЕЛ В ФИНАЛ, КТО ПОБЕДИЛ?

5 марта 2024 в 15:00 (МСК)

Жюри назовет SHORT LIST – список Финалистов Премии, который будет опубликован на сайте <https://cx-awards.com/>

24 апреля 2024 в 19:00 (МСК)

на Церемонии объявления имён лауреатов премии в Москве будут объявлены результаты голосования Жюри - Победители и получившие Высокую Оценку/Одобрение Жюри по всем номинациям.

ЗАЧЕМ НОМИНИРОВАТЬСЯ

СПРАВЕДЛИВАЯ ОЦЕНКА ВАШИХ ДОСТИЖЕНИЙ И ОТРАЖЕНИЕ ВАШЕГО УСПЕХА



Каждый день ваша команда работает над улучшением клиентского опыта, Вы постоянно модернизируете и совершенствуете процессы, Вы ищете новые решения и подходы. За этой каждодневной суетой Вы можете просто не заметить какую огромную и полезную работу Вы и Ваша команда проделали; не заметить, каких высоких результатов Вы достигли.

А что, если Вы на минутку остановитесь и оцените проделанный путь, чтобы лучше понять, чего Вы уже достигли и куда Вы можете двигаться дальше?

Номинация на Премию поможет Вам оценить ваши достижения по отношению к другим номинантам в вашей категории. Причем в отличие от сугубо отраслевых наград вы сможете оценить вашу работу в сравнении с лучшими представителями из других отраслей.

ДИФФЕРЕНЦИРОВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС И ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ PR



Что может лучше выделить ваш бизнес, чем выход в Финал или победа в престижной, кроссиндустриальной премии, вручаемой лучшим из лучших?

Будучи выбранным в качестве Финалиста или Победителя, что, несомненно, уже является большим достижением, вы получите повод и реальную возможность сформировать положительный имидж для вашего бизнеса во всех СМИ. Покажите вашим существующим и потенциальным клиентам, учредителям, сотрудникам и конкурентам, что у вас имеются исключительные бизнес-преимущества, признанные профессиональным сообществом.

Для сотрудников компании это дополнительный стимул стать еще лучше! А для ваших клиентов – это еще одно подтверждение, что они сделали правильный выбор, обратившись к вам!

Каждый финалист получает Диплом Финалиста, а Победитель и Лауреат – получают Сертификаты. Также Вы можете скачать и использовать у себя на сайте веб-знаки:



ПРАЗДНУЙТЕ СВОИ ДОСТИЖЕНИЯ ВМЕСТЕ С КОМАНДОЙ



Празднуйте успех вашей команды будь то выход в Финал или объявление Лауреатом/Победителем во время торжественной Церемонии Награждения!

Пригласите всех, кто причастен к высоким достижениям и проведите незабываемый вечер в окружении лучших представителей индустрии!





КАК ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ПРЕМИИ?

Любая организация, взаимодействующая с клиентами из любого сектора экономики B2B, B2C или B2G, успешно реализовавшая на практике интересные инициативы, стратегии, проекты, программы, технологические решения и т. п., положительно повлиявшие на клиентский опыт, может принять участие в премии!

5 ШАГОВ К ПРИЗНАНИЮ ВАШИХ ДОСТИЖЕНИЙ:

ШАГ 1: ВЫБОР НОМИНАЦИИ И ЗАГРУЗКА ЭССЕ

ВЫБОР НОМИНАЦИЙ

- Определите ваши сильные стороны и высокие достижения, продумайте, как вы сможете продемонстрировать ваше лидерство в номинации и подтвердить ваше преимущество фактами, цифрами, очевидными доказательствами, мнениями клиентов, коллег и руководителей.
- Выберите подходящие для вас [НОМИНАЦИИ](https://cx-awards.com/nominations/) (одну или несколько) в соответствующем разделе: <https://cx-awards.com/nominations/>
- Подайте заявку и укажите в ней выбранные номинации: <https://cx-forum.ru/cxclub/cxa/2024>
Для подачи заявки Вам потребуется авторизоваться в [CX CLUB](#) или создать личный аккаунт члена Сообщества если ранее не были зарегистрированы.

Заявки принимаются с 5 сентября по 25 января 2024.

ЗАГРУЗКА ЭССЕ

После подачи заявки Вы получите счет на оплату регистрационного взноса (1 ЭТАП) и КОДЫ ЗАГРУЗКИ, используя которые Вы сможете подготовить ЭССЕ и отправить его для оценки Жюри (загрузить в своем Личном Кабинете участника). Для составления ЭССЕ мы предоставим Вам шаблон с вопросами описания Вашего проекта/достижений.

- **ЭССЕ** - составляется в виде онлайн ответов на обязательные вопросы Жюри (отдельно по каждой номинации), ответы на вопросы заносятся номинантом в специальную онлайн форму на сайте по ссылке: <https://cx-forum.ru/cxclub/cxa/2024/upload>
Опишите ваши сильные стороны, высокие достижения и результаты, ответив на вопросы Жюри к каждой номинации, подтвердив их очевидными доказательствами: цифрами, динамикой показателей (инфографика), другими фактами, а также мнениями, результатами опросов и т. п., загрузив всю требуемую для оценки Жюри информацию в своем Личном Кабинете участника.
- **ИНФОГРАФИКА** - сопроводительные к ЭССЕ PDF файлы с инфографикой, таблицами, диаграммами и видеороликами загружаются (по желанию) также в Личном Кабинете участника.

Информация для Жюри готовится и загружается на сайте при помощи КОДОВ ЗАГРУЗКИ до 25 января 2024.



ШАГ 2: ОБЪЯВЛЕНИЕ SHORT LIST

После завершения номинантами загрузки ЭССЕ, члены Жюри приступят к изучению и выбору (голосованию) лучших в каждой номинации для формирования Короткого Списка Финалистов (Short List).

Short List будет объявлен 5 марта 2024 года.



ШАГ 3: ЗАЩИТА ЭССЕ - только для финалистов

После объявления списка Short List с 14 марта по 1 апреля 2024 всем Финалистам предстоит [пройти Защиту ЭССЕ](#), которая проводится в формате виртуальной онлайн конференции по каждой номинации отдельно.

В случае выхода в Финал, защитите Ваше ЭССЕ в ходе короткой (5–7 минут) онлайн-презентации ваших достижений. Подготовьте несколько слайдов для визуализации Вашей защиты по предложенному организаторами шаблону.



ШАГ 4: ФИНАЛ ПРЕМИИ И ЦЕРЕМОНИЯ ОБЪЯВЛЕНИЯ ЛАУРЕАТОВ

Каждый год [торжественная Церемония в честь всех Финалистов Премии](#) проходит в апреле, в Москве, в завершении 1-го дня работы [Customer eXperience World Forum](#)

Решите, в каком формате Вы хотите принять участие в Церемонии Награждения:

- **Полный (Деловая программа + Церемония):** участие в 2-дневном мероприятии [CX World Forum](#) + в Церемонии объявления лауреатов.
- **Сокращенный:** участие только в Церемонии объявления лауреатов, без деловой программы.

[CX World Forum](#) – это ежегодная встреча руководителей, директоров и предпринимателей, которые отвечают за построение и улучшение CX-стратегии в компании. В рамках насыщенной программы 2-х дневного практического мероприятия, Вы сможете узнать, как применить в вашей организации передовой опыт построения и улучшения клиентского опыта, представленный лидерами индустрии, ознакомиться с примерами использования тех или иных методик улучшения CX, которые Вы затем сможете использовать в своей компании.

Не упустите возможность получить полезную информацию для развития Вашего бизнеса, извлечь выгоду из экспертных выступлений и реальных примеров историй успеха.

Не забудьте заранее забронировать и оплатить участие в деловой программе [CX World Forum](#)

Или вы можете отдельно оплатить участие для вашей команды на Церемонии, чтобы отпраздновать ваши достижения и общественное признание в присутствии лучших из лучших в индустрии обслуживания клиентов.



ШАГ 5: ДОСТУП К КОММЕНТАРИЯМ И ОЦЕНКАМ ЖЮРИ

После объявления имен Победителей и Лауреатов премии Номинанты в Личном Кабинете (ЛК) могут посмотреть оценки и комментарии членов Жюри. Иногда участники премии ожидают от членов Жюри получения развернутой обратной связи по итогам оценки и голосования. Участвуя в премии, следует понимать, что формат проведения премии не подразумевает какие-либо процессы глубокого аудита, консалтинга или сравнительного исследования вашей компании. Премия только определяет лучших из лучших в индустрии на основе ваших ЭССЕ.

Номинанты также в своих ЛК видят тех экспертов, которые отдали свои голоса за них и могут в частном порядке попросить дополнительные комментарии и обратную связь по завершению голосования и награждения. Обращаем Ваше внимание, что Жюри не дает ответов на вопросы «почему нас так оценили», но, соблюдая принципы открытости и прозрачности голосования, члены Жюри делятся с участниками программы своими рабочими комментариями и «заметками на полях», оставленными в ходе оценки и голосования в онлайн протоколе. Иногда эти комментарии могут нести ценную информацию и обратную связь, иногда лишь намек на итоговое мнение эксперта по вашему ЭССЕ.

СКОЛЬКО СТОИТ УЧАСТИЕ В ПРОГРАММЕ НОМИНИРОВАНИЯ?

Общая стоимость участия в программе номинарования складывается из 2-х составляющих этапов, которые оплачиваются отдельно:

1 ЭТАП - Регистрационный взнос. Срок оплаты до 26.01.2024.

- **21.900 Р** за каждую номинацию/номинанта (ЭССЕ) в заявке*.

2 ЭТАП - Защита ЭССЕ и объявление имен победителей. Срок оплаты до 15.03.2024.

- **29.900 Р** за участие одного финалиста во втором этапе - защите ЭССЕ (только для финалистов).
Включая участие в Церемонии Награждения*
- **21.900 Р** за участие одного финалиста во втором этапе - защите ЭССЕ (только для финалистов).
БЕЗ участия в Церемонии Награждения*

*Цена указана за одного номинанта/ЭССЕ в заявке. В заявке может быть несколько номинантов/ЭССЕ.

Цены действуют пока опубликованы на сайте и могут измениться по решению организаторов.

Цена не включает НДС (не облагается, УСНО). Налоги других стран, комиссии не включены и будут прибавлены в счете.

КАКИЕ ЕСТЬ ЛЬГОТЫ И СКИДКИ?

- Льготная стоимость только на регистрационный взнос **при ранней регистрации** (подача и ранняя оплата заявки)
- Льготная стоимость только на регистрационный взнос при подаче **5 и более номинантов (ЭССЕ) в одной заявке**

ВСЕ СКИДКИ ПОДРОБНО ОПИСАНЫ НА СТРАНИЦЕ: <https://cx-awards.com/enter/>

При пост-оплате к стоимости регистрационного или этапного взноса прибавляется 15%

СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ В ЦЕРЕМОНИИ ОБЪЯВЛЕНИЯ ИМЁН ПОБЕДИТЕЛЕЙ И ЛАУРЕАТОВ

Если законодательных ограничений на проведение мероприятий нет, то мы проводим Церемонию в формате **ОФЛАЙН**: торжественный ужин, вечерняя программа и вручение призов на сцене.

Вы можете выбрать Полный или Сокращенный формат участия:

- **Полный (Деловая программа + Церемония):** участие в 2-дневном мероприятии [CX World Forum](#) + в Церемонии объявления лауреатов. Участникам премии предоставляется скидка - **15%** на участие в деловой программе.
- **Сокращенный:** участие только в Церемонии объявления лауреатов, без деловой программы.

Решите, в каком формате Вы хотите принять участие в Церемонии Награждения!

[CX World Forum](#) — это ежегодная встреча руководителей, директоров и предпринимателей, которые отвечают за построение и улучшение CX-стратегии в компании. В рамках насыщенной программы 2-х дневного практического мероприятия, Вы сможете узнать, как применить в вашей организации передовой опыт построения и улучшения клиентского опыта, представленный лидерами индустрии, ознакомиться с примерами использования тех или иных методик улучшения CX, которые Вы затем сможете использовать в своей компании.

Не упустите возможность получить полезную информацию для развития Вашего бизнеса, извлечь выгоду из экспертных выступлений и реальных примеров историй успеха.

СТОИМОСТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МЕСТ ДЛЯ ГОСТЕЙ НА ЦЕРЕМОНИИ

Дополнительные места для участия членов вашей команды в церемонии награждения (группа поддержки) оплачиваются дополнительно:

- при регистрации и оплате **до 1.04.2024г - 19.900 Р** (за 1-го гостя).
- при регистрации и оплате **до 15.04.2024г - 21.900 Р** (за 1-го гостя).
В стоимость включено: участие в торжественной церемонии награждения и гала-ужине с шоу-программой. Цена указана для налоговых резидентов РФ, НДС не облагается.

ВАЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ТЕХ, КТО ПОДАЕТ ЗАЯВКУ:

1. Загрузка информации (ЭССЕ).

Информацию для оценки Жюри (ответы на вопросы, инфографику и прочее), а также имена участников можно загрузить только после подачи заявки, но не позднее 25 января 2024. После подачи Заявки Вы получите КОДЫ ЗАГРУЗКИ по каждому ЭССЕ – свой код загрузки. Процесс загрузки информации для оценки Жюри, правильнее поручить номинанту(ам), передав КОДЫ ЗАГРУЗКИ.

После передачи ЭССЕ для голосования Жюри - ВСЕ коммуникации осуществляются исключительно с номинантами, без привлечения координаторов.

2. Внести изменения в заявку.

Вы самостоятельно загружаете на сайте и проверяете (скачиваете и/или просматриваете) информацию по ЭССЕ и при необходимости редактируете вашу информацию до 25 января 2024.

В любой момент до 25 января 2024 Вы можете внести любые изменения в ваше ЭССЕ и отредактировать информацию, которую Вы загрузили для передачи в Жюри.

В любой момент до 25 января 2024 Вы можете через организаторов добавить/удалить номинации в Вашей заявке.

3. Дисквалификация.

Для голосования Жюри допускаются только оплаченные заявки.

Неоплаченные и/или неоформленные до конца заявки 26 января 2024г дисквалифицируются и не допускаются до оценки Жюри. Регистрационный взнос в этом случае не возвращается.

4. Срок оплаты регистрационного взноса.

Оплатить регистрационный взнос (счет) нужно в течение 14 календарных дней после подачи заявки, иначе цена может быть изменена организаторами. Если для согласования оплаты (счета, договора) вам потребуется больше времени, то, пожалуйста, подавайте заявку заранее, с учетом времени на внутреннее согласование. Полная оплата регистрационного взноса по участию в программе номинирования должна быть осуществлена не позднее 25 января 2024 года. Регистрационный взнос возвращается только при отмене/сокращении номинаций **не позднее полудня (12:00 UTC+3) 25 января 2024.**

5. Срок оплаты этапного взноса (только для финалистов Премии)

Этапный взнос - услуга по организации экспертной оценки Финалиста(ов) и подведению итогов на втором этапе голосования, объявлению результатов голосования. Оплатить этапный взнос (счет) нужно в течение 10 дней после объявления списка финалистов, до 15 марта 2024, иначе ЭССЕ финалиста может быть снято с голосования.

6. Способы оплаты.

В большинстве случаев заявки оплачиваются компаниями (юридическими лицами) банковским переводом на основании выставленного счета. В том случае, когда из-за сложных процедур согласования Вам проще оплатить счет личной банковской картой, Вы можете оплатить его через ваш банк онлайн по указанным в счете реквизитам. Цена везде указана для налоговых резидентов РФ, НДС не облагается

7. Участие в Церемонии Награждения.

Решите, в каком формате Вы хотите принять участие в Церемонии Награждения:

- **Полный (Деловая программа + Церемония):** участие в 2-дневном мероприятии [CX World Forum](#) + Церемонии объявления лауреатов
- **Сокращенный:** участие только в Церемонии объявления лауреатов, без деловой программы.

Каждый год **торжественная Церемония в честь всех Финалистов Премии** проходит в апреле, в Москве, в завершении первого дня работы [Customer eXperience World Forum](#)

CX World Forum – это ежегодная встреча руководителей, директоров и предпринимателей, которые отвечают за построение и улучшение CX-стратегии в компании. В рамках насыщенной программы практического мероприятия Вы сможете узнать, как применить в вашей организации передовой опыт построения и улучшения клиентского опыта, представленный лидерами индустрии, ознакомиться с примерами использования тех или иных методик улучшения CX, которые Вы затем сможете использовать в своей компании. Не упустите возможность получить полезную информацию для развития Вашего бизнеса, извлечь выгоду из экспертных выступлений и реальных примеров историй успеха.

Если Вы не планируете участие в [Customer eXperience World Forum](#), то Вы можете оплатить места только на Церемонии Награждения. Их можно забронировать сразу после объявления списка Финалистов SHORT LIST. При необходимости Вы сможете скорректировать список - добавить или сократить количество мест ближе к мероприятию. Призы торжественно вручаются только на Церемонии. Не забудьте заранее забюджетировать места для своей команды на Торжественной Церемонии, которая состоится 24 апреля 2024 в Москве.

8. Договор и Акт оказания услуг.

Услуги оказываются по договору Публичной Оферты.

По окончании каждого из этапов предоставляется Акт выполненных работ.



РЕГЛАМЕНТ ГОЛОСОВАНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ

ПЕРВЫЙ ЭТАП

с 5.09.2023 - 25.01.2024 - Подача заявки, подготовка и загрузка ЭССЕ

- **ЭССЕ**, составляется в виде онлайн ответов на обязательные вопросы Жюри (отдельно по каждой номинации), ответы на вопросы заносятся номинантом в специальную онлайн форму в Личном Кабинете участника. Опишите ваши сильные стороны, высокие достижения и результаты, ответив на вопросы Жюри к каждой номинации, подтвердив их очевидными доказательствами: цифрами, динамикой показателей (инфографика), другими фактами, а также мнениями, результатами опросов и т. п., загрузив всю требуемую для оценки Жюри информацию в своем Личном Кабинете участника.
- **ИНФОГРАФИКУ** (сопроводительные к ЭССЕ PDF файлы с инфографикой, таблицами, диаграммами и видеоролики) можно загрузить также в Личном Кабинете участника (не более 5 Мб).

Голосование по Первому этапу

Изучение присланных ЭССЕ и выбор финалистов

- с 26.01.2024 по 4.03.2024 года до 24:00 (MSK) – Работа Жюри: изучение материалов номинантов и первый этап голосования за лучших претендентов на выход в Финал по каждой номинации.

Правила голосования за финалистов:

- Каждый член Жюри определяет от 1 до 6 лучших в каждой номинации/категории (в зависимости от количества участников), принимая во внимание наличие в ЭССЕ развернутых и убедительных описаний достижений, примеров результативности и положительного влияния на бизнес-компанию, клиентоцентрированность, вовлеченность сотрудников и лучшие практики в индустрии.
- Для формирования короткого списка (Short List) Финалистов, которые продолжат участие на втором этапе голосования, члены Жюри, основываясь на своем опыте, будут изучать и оценивать свидетельства исключительных заслуг номинанта по следующим критериям в совокупности:
 1. Эффективность и положительное влияние номинанта на бизнес
 2. Клиентоориентированность номинанта, способность слушать и слышать клиента
 3. Вовлеченность, удовлетворенность персонала
 4. Инновации и креативность в деятельности номинанта
 5. Показательность, примерность, возможность для подражания
- **05.03.2024 года в 15:00 (MSK) – Объявление списка Финалистов (Short List).** Финалистом становится тот номинант, количество голосов за которого:
 - не менее 25% от максимального количества голосов Жюри за лидера в данной номинации
 - составляет не менее 50% от всех возможных голосов жюри (по данной номинации), если номинант всего 1 в своей категории.

ВТОРОЙ ЭТАП только для Финалистов

Защита ЭССЕ (онлайн) с 14.03. - 01.04.2024

После объявления списка Short List, с 14 марта всем Финалистам предстоит пройти Защиту ЭССЕ, которая проводится в формате виртуальной онлайн конференции по каждой номинации отдельно.

В случае выхода в Финал, защитите Ваше ЭССЕ в ходе короткой (5–7 минут) онлайн-презентации ваших достижений. Подготовьте несколько слайдов для визуализации Вашей защиты по предложенному организаторами шаблону.

Онлайн Защита ЭССЕ проводится в формате интернет-конференции по расписанию в каждой номинации. В ходе короткого онлайн выступления (5–7 минут) номинанту (представителю организации) необходимо ответить на специальные и дополнительные вопросы членов Жюри для Защиты ЭССЕ.

Запись Защиты ЭССЕ оценивается членами Жюри на втором этапе голосования для определения Победителей и Лауреатов в каждой номинации.

Голосование по Второму этапу

Рейтинговое голосование по списку Финалистов в каждой номинации/категории.

- с 14.03.2024 по 08.04.2024 года до 24:00 (MSK) – Работа Жюри: изучение материалов защит ЭССЕ финалистов и Второй этап голосования по каждой номинации.

Правила голосования за лауреатов:

По итогам оценки каждый член Жюри в каждой номинации отмечает в своем онлайн протоколе:

- только **одного Лучшего** номинанта — кандидата на Победу в номинации
- одного достойного** высокой оценки или одобрения жюри
- и по желанию, можно отметить в протоколе дополнительно одного, чьи результаты вам показались не достойны награды.

ФИНАЛ

Церемония объявления имён Лауреатов и Победителей премии

НАГРАДЫ (ПРИЗЫ) ПОЛУЧАЮТ:

Статус «Победитель»

получает финалист, набравший в сумме наибольшее количество баллов среди других номинантов или максимально возможное количество баллов, если номинант 1 в своей категории*.

Статус Лауреат «Высокая оценка Жюри»

получает Финалист(ы), у которого(ых) суммарное количество голосов не отличается больше чем на 15% от суммы голосов за Победителя*.

Статус Лауреат «Высокое одобрение Жюри» получает Финалист(ы), у которого(ых) суммарное количество голосов не отличается больше, чем на 25% от суммы голосов за Победителя*.

(*) Если финалист один в своей номинации/категории, то за статус Победителя берется значение, как если бы все члены жюри, голосующие в данной номинации/категории, поставили бы максимальную оценку номинанту.





ТОРЖЕСТВЕННАЯ ЦЕРЕМОНИЯ В ЧЕСТЬ ФИНАЛИСТОВ И НАГРАЖДЕНИЕ ЛАУРЕАТОВ

Каждый год торжественная Церемония в честь всех Финалистов Премии проходит в апреле, в Москве, в завершении Первого дня работы [Customer eXperience World Forum](#)

БРОНИРОВАНИЕ МЕСТ НА ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ

Решите, в каком формате Вы хотите принять участие в Церемонии Награждения

- **Полный формат (Деловая программа + Церемония):** участие в деловой программе мероприятия [CX World Forum](#) + в Церемонии объявления имён Лауреатов.
- **Сокращенный формат:** участие только в Церемонии объявления имён Лауреатов, без деловой программы.
- ВСЕМ участникам премии предоставляется **скидка 15%** на участие в Форуме [Customer eXperience World -2024](#)

[CX World Forum](#) – это ежегодная встреча руководителей, директоров и предпринимателей, которые отвечают за построение и улучшение CX-стратегии в компании. В рамках насыщенной программы практического мероприятия, Вы сможете узнать, как применить в вашей организации передовой опыт построения и улучшения клиентского опыта, представленный лидерами индустрии, ознакомиться с примерами использования тех или иных методик улучшения CX, которые Вы затем сможете использовать в своей компании.

Не упустите возможность получить полезную информацию для развития Вашего бизнеса, извлечь выгоду из экспертных выступлений и реальных примеров историй успеха. **ВСЕМ участникам премии предоставляется скидка 15% на участие в [Customer eXperience World Forum](#)**

Не забудьте заранее забронировать и оплатить участие в деловой программе [CX World Forum](#)

Или вы можете отдельно оплатить участие для вашей команды на Церемонии, чтобы отпраздновать ваши достижения и общественное признание в присутствии лучших из лучших в индустрии обслуживания клиентов.

Стоимость бронирования дополнительных мест на церемонию

1 дополнительное место для участия в Церемонии (сокращенный формат участия)

- - при регистрации **до 01.04.2024г - 19.900 Р** (за 1-го гостя).
- - при регистрации **до 15.04.2024г - 21.900 Р** (за 1-го гостя).

Цены действуют пока опубликованы на сайте <https://cx-awards.com/> и могут измениться по решению организаторов. Цена не включает НДС (не облагается, УСНО). Налоги других стран, комиссии не включены и будут прибавлены в счете. Стоимость указана за 1 гостя.

Дата Форума [CX World Forum](#): 24–26 апреля 2024

Дата Церемонии: 24 апреля 2024, **Время:** 19:00 – 22:30 (сокращенный формат)

Место: Москва,

Дресс-код: AfterFive

Мужчины смело могут выбирать рубашки любых цветов и фасонов. Костюм для данного дресс-кода не требуется. Вы вполне можете прийти в джинсах или брюках, а поверх надеть клубный пиджак.

Женщины могут выбрать из своего гардероба платье для коктейля, вечерний наряд или нарядный костюм.

Несколько простых рекомендаций номинантам

1. **Объявление имен и награждение Лауреатов проходит только во время Церемонии Награждения.** Узнать результаты до Церемонии и/или получить Награду потом "по почте" невозможно.
2. **Обычно в Финал выходит 2 из 3 номинантов**, это значит, что если Вы участвуете в 3 номинациях, то с большой вероятностью в 2 номинациях Вы будете объявлены в числе Финалистов и у Вас будет повод отметить это высокое достижение на Церемонии и, возможно, получить награду во время Церемонии объявления имен Лауреатов!

КАТЕГОРИИ И НОМИНАЦИИ

В НОВОМ СЕЗОНЕ ПРЕМИИ ПРИЗЫ БУДУТ ВРУЧАТЬСЯ В 32 НОМИНАЦИЯХ ПО 4 КАТЕГОРИЯМ

КАТЕГОРИЯ 1. КОРПОРАТИВНЫЕ НОМИНАЦИИ ЗА ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

1. ЛУЧШИЙ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ
Разделение по размеру компаний (Малые, Средние, Крупные предприятия)
2. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В B2B (возможно разделение по отраслям)
3. ЛУЧШИЙ ЦИФРОВОЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ
4. ЛУЧШИЙ ОФЛАЙН КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ
5. ЛУЧШАЯ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА
6. ЛУЧШАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

КАТЕГОРИЯ 2. ИННОВАЦИИ И ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ

7. ЛУЧШИЕ ИННОВАЦИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ
8. ЭФФЕКТИВНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СХ
Разделение на собственные разработки и технологии от вендоров

КАТЕГОРИЯ 3. НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ, МЕТОДОЛОГИЙ, СТРАТЕГИЙ В СХ

9. ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ИЗМЕНЕНИЯ, СХ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА
10. ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ДИЗАЙНА И ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОПЫТА (возможно участие с агентством)
11. ЛУЧШИЙ ОМНИКАНАЛЬНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ
12. ЛУЧШИЙ ДАТА-ЦЕНТРИЧНЫЙ ПОДХОД
13. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ / ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ / СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ
14. ЛУЧШИЙ ПОДХОД «КЛИЕНТ В ЦЕНТРЕ ВСЕГО»
15. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ (возможно участие с вендором)
16. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА КЛИЕНТСКОЙ АНАЛИТИКИ
17. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ИЗМЕРЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА
18. ЛУЧШИЙ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ
19. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ
20. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ ЖАЛОБ КЛИЕНТОВ
21. ЛУЧШИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ (UX)
22. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ОНЛАЙН-ВОВЛЕЧЕННОСТИ И СОЗДАНИЯ СООБЩЕСТВ
23. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В КОНТАКТ-ЦЕНТРЕ
24. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ВОВЛЕЧЕННОСТИ/МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА
25. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА/ПРАКТИКА ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА
26. ЛУЧШИЙ ОПЫТ СОТРУДНИКОВ (EMPLOYEE EXPERIENCE - EX)

КАТЕГОРИЯ 4. ПЕРСОНАЛЬНЫЕ И КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ

27. ПРОФЕССИОНАЛ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА
28. ЛУЧШИЙ МЕНЕДЖЕР ПО РАБОТЕ С КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ (КАМ)
29. ЛИДЕР КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА
30. РУКОВОДИТЕЛЬ КЛИЕНТСКОЙ СЛУЖБЫ (СХ директор)
31. ЛУЧШАЯ КОМАНДА / СМЕНА / ГРУППА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ
32. ЛУЧШАЯ КОМАНДА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



ОПИСАНИЕ НОМИНАЦИЙ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ ЭССЕ

КАТЕГОРИЯ 1. КОРПОРАТИВНЫЕ НОМИНАЦИИ ЗА ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН ЭССЕ И ВОПРОСЫ К ЭССЕ В ДАННОЙ КАТЕГОРИИ

Обращаем Ваше внимание, что в каждой номинации вопросы могут немного различаться, ниже представлен общий план для понимания объема ЭССЕ.

1. Описание организации (100 слов).

Опишите свою организацию, сферу деятельности, какие товары или услуги вы предоставляете вашим клиентам.

2. Цель проекта/инициативы (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите цель проекта / инициативы / технологии / методики / практики и т.д., чего хотели достичь. Опишите, почему вы решили это сделать? Объясните, почему возникла необходимость в этой инициативе.

3. Суть проекта/ инициативы (не более 3600 знаков с пробелами)

Опишите суть проекта / инновации / технологии, которые Вы хотите представить в ЭССЕ. Что и как реализовали в рамках проекта? Какие этапы, основные направления, какие ресурсы задействовали?

4. Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите, как вы добились успеха проекта / инициативы / кампании, и кто из стейкхолдеров в этом участвовал? Продемонстрируйте и докажите наличие у сотрудников организации высокого уровня вовлеченности. Покажите, как руководители мотивирует своих подчиненных на достижение результатов, как CX команда эффективно взаимодействует с другими подразделениями организации.

5. Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

Продемонстрируйте высокий уровень CX зрелости организации. Как вы поддерживаете исключительный, сквозной и непрерывный успешный клиентский опыт во всех точках касания и взаимодействия с клиентами. Покажите, как организация умеет слышать и соответствовать потребностям клиентов, превосходить их ожидания, помещая своих клиентов в самое сердце бизнеса.

6. ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

Представьте результаты инициативы, используя факты и статистику. Продемонстрируйте финансовые результаты, операционную эффективность, соответствие операционных показателей KPI стратегическим целям организации, их целевые и фактические значения и/или их динамику за последние 6–12 месяцев.

7. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Резюмируйте кратко, что организация может продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства достойной победы вашей организации в этой номинации. Здесь Вы можете описать то, что не вошло в основные вопросы ЭССЕ, но на Ваш взгляд важно отобразить. Отметьте, почему вы считаете, что проект достоин награды, в чем его отличие от подобных и что в нем находится за пределами обычной CX практики компаний?

1. ЛУЧШИЙ ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

Разделение по размеру компаний (Малые, Средние, Крупные предприятия)

Награда в этой номинации вручается организациям из различных отраслей, и номинанты подразделяются в зависимости от размера предприятия. В ЭССЕ необходимо отобразить продуманную CX-стратегию и человекоцентричный подход в обеспечении клиентского опыта, который на первое место ставит человека (пользователя/клиента/гостя/сотрудника) с его целями, задачами, ожиданиями и потребностями.

В номинации есть подкатегории:

1. Малые предприятия
2. Средние предприятия
3. Крупные предприятия

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Человекоцентричный подход в формировании клиентского опыта и CX стратегии в организации
- CX-проектирование и совокупность бизнес-процессов компании, которые используются для организации и обеспечения любого взаимодействия с клиентом на протяжении всего его жизненного цикла
- Мотивацию и вовлеченность сотрудников
- Очевидные доказательства наличия полномочий у сотрудников при принятии решений
- Проявление сотрудниками эмпатии и ответственности за результаты работы при принятии решений
- Высокий уровень удовлетворенности и лояльности клиентов
- Примеры того, как человекоцентричный подход позволяет добиться максимально высокой реализации потенциала коллектива и репутации бренда

2. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В B2B (возможно разделение по отраслям)

Награда в этой номинации вручается B2B организациям за высокий уровень CX зрелости, результаты и достижения в управлении клиентским опытом, выделяя и признавая те предприятия, которые поддерживают исключительный, сквозной и непрерывный успешный клиентский опыт, помещая своих клиентов в самое сердце бизнеса.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Клиентоориентированный подход в формировании клиентского опыта
- CX-проектирование и совокупность бизнес-процессов компании, которые используются для организации и обеспечения любого взаимодействия с клиентом на протяжении всего его жизненного цикла
- Операционную эффективность и соответствие операционных показателей KPI стратегическим целям организации
- Умение слышать и соответствовать потребностям клиентов, превосходящая их ожидания
- Мотивацию и вовлеченность сотрудников
- Примеры того, как клиентоориентированный подход позволяет добиться максимально высокой реализации потенциала коллектива и репутации бренда

3. ЛУЧШИЙ ЦИФРОВОЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

Награда вручается организациям, которые обеспечивают превосходный клиентский опыт с использованием различных цифровых платформ и/или подходов к ведению бизнеса.

Данная номинация про достижения и результаты использования цифровых платформ и/или подходов к ведению бизнеса.

Если Вы хотите представить UX-проекты или продукты/решения – то выбирайте номинации ЛУЧШИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ (UX) или ЭФФЕКТИВНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В CX.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Ведение бизнеса в цифровой среде
- Оптимизацию бизнес-процессов, комплексную автоматизацию работы с клиентами, освобождающую человеческие ресурсы для создания дополнительной ценности для клиентов
- Операционную эффективность и соответствие операционных показателей KPI стратегическим целям организации
- Умение слышать и соответствовать потребностям клиентов
- Примеры того, как цифровой подход позволяет добиться максимально высокой реализации потенциала организации и репутации бренда

4. ЛУЧШИЙ ОФЛАЙН КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

Награда вручается организациям, которые продемонстрируют превосходный офлайн клиентский опыт (в точках обслуживания (ритейл, HoReCa), офисах/отделениях, точках продаж, сервисных центрах, show-rooms и т. п.), по всем аспектам экосистемы физической локации, включая: удобство предоставления услуг/продаж/сервиса, эргономичность, экологичность, визуальное восприятие (оформление, внешний вид, рабочие места сотрудников, зонирование, и т. п.).

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Превосходный офлайн клиентский опыт по всем аспектам экосистемы
- Почему, когда всё больше компаний делают упор на цифровое взаимодействие с клиентом, вы уделяете столько внимания офлайну?
- Какие точки клиентского опыта в офлайн вы изменили и почему решили изменить именно их?
- Как определили, что обновленный клиентский опыт лучше предыдущего, и что он будет актуален в будущем?

5. ЛУЧШАЯ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Награда в этой номинации вручается организациям, которые реализовали инициативу, стимулирующую культурные изменения для достижения превосходного клиентского опыта.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Представление о корпоративной культуре и о том, как она эффективно изменяется и влияет на улучшение клиентского опыта.
- Практики развития/стимулирования клиентоориентированной корпоративной культуры
- Соответствие корпоративной культуры стратегическим целям компании
- Методы, стратегии вовлечения, вознаграждения, поощрения и признания успехов сотрудников
- Влияние корпоративной культуры на удовлетворенность и лояльность клиентов

6. ЛУЧШАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ СТРАТЕГИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

Награда в этой номинации вручается организациям, которые реализовали/продемонстрировали, насколько они могут быть гибкими и быстро реагирующими на вызовы, связанные с факторами внешней среды (законодательные и политические воздействия, кризисы, санкции, действия регулятора и т.д.) и их последствиями.

В этой номинации могут быть представлены организации, которые продемонстрируют изменения бизнес-процессов в компании для поддержки клиентов в тяжелые периоды для обеспечения наилучшего клиентского опыта.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Влияние факторов внешней среды и их негативных последствий на бизнес
- Ваши подходы, эффективные действия, применяемые в качестве реакции на вызовы
- Примеры как команды, менеджеры и/или руководители проявили свои лучшие лидерские качества и смогли найти эффективные решения для противодействия негативным последствиям и восстановления нормальных процессов
- Количественные и качественные результаты, которые были достигнуты
- Показатели и примеры сохранения удовлетворенности и лояльности клиентов, отзывы клиентов.

КАТЕГОРИЯ 2. ИННОВАЦИИ И ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ

ВОПРОСЫ К ЭССЕ В ДАННОЙ КАТЕГОРИИ

Обращаем Ваше внимание, что в каждой номинации вопросы могут немного различаться, ниже представлен общий план для понимания объема ЭССЕ.

1. Описание организации (100 слов).

Опишите свою организацию, сферу деятельности, какие товары или услуги вы предоставляете вашим клиентам.

2. Цель проекта/инициативы /технологии/методики/практики (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите цель проекта / инициативы / технологии / методики / практики и т.д., чего хотели достичь. Опишите, почему вы решили это сделать? Объясните, почему возникла необходимость в этой инициативе.

3. Суть проекта/инновации/внедрения технологии (не более 3600 знаков с пробелами)

Опишите суть проекта / инновации / внедрение технологии, которые Вы хотите представить в ЭССЕ. Опишите кратко назначение инновации / применяемых технологий, предпосылки для их внедрения и применения. Что и как реализовали в рамках проекта? Какие этапы, основные направления, какие ресурсы задействовали?

4. Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите, как вы добились успеха проекта, и кто из стейкхолдеров в этом участвовал? Продемонстрируйте, наглядно и убедительно докажите, что применение технологий/инноваций способствуют формированию и поддержанию у сотрудников организации высокого уровня вовлеченности, удовлетворенности условиями работы и положительного влияния на клиентский опыт.

5. Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

Как при помощи применяемых технологий /инноваций в организации поддерживается/обеспечивается исключительный, сквозной и непрерывный успешный клиентский опыт во всех точках касания и взаимодействия с клиентами. Покажите, как организация умеет слышать и соответствовать потребностям клиентов, предвосхищать их ожидания, помещая своих клиентов в самое сердце бизнеса.

6. ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

Представьте результаты инициативы, используя факты и статистику. Продемонстрируйте финансовые результаты, операционную эффективность, соответствие операционных показателей KPI стратегическим целям организации, их целевые и фактические значения и/или их динамику за последние 6–12 месяцев.

7. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Резюмируйте кратко, что организация может продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства достойной победы вашей организации в этой номинации. Здесь Вы можете описать то, что не вошло в основные вопросы ЭССЕ, но на Ваш взгляд важно отобразить. Отметьте, почему вы считаете, что проект достоин награды, в чем его отличие от подобных и что в нем находится за пределами обычной CX практики компаний?

7. ЛУЧШИЕ ИННОВАЦИИ В КЛИЕНТСКОМ ОПЫТЕ

Эта номинация признает инновационные, прорывные идеи, проекты и разработки, которые позволили организациям более эффективно удовлетворять потребности своих клиентов и предвосхищать их ожидания.

Инновационные подходы могут применяться к любому аспекту взаимоотношений с клиентом или методам улучшения существующих систем или процессов, поддерживающих обслуживание клиентов.

В номинации есть подкатегории:

4. Инновационные сервисы/продукты
5. Инновационные методы совершенствования бизнес-процессов компании
6. Инновационные решения для улучшения пути клиента.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Что побудило внести изменение в клиентский опыт и почему вы решили предложить инновацию, а не применили проверенные решения в отрасли?
- Какие проводились исследования для понимания потребностей клиентов?
- Как определили, что разработанное решение оптимально для клиента и вашего бизнеса?
- Какие используете показатели для замера результатов и определения эффективности и положительного влияния инноваций на бизнес?
- Как мотивируете команду не останавливаться на достигнутом?

8. ЭФФЕКТИВНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В CX

Награда в этой номинации вручается компаниям, успешно внедрившим (не ранее 2020 года) и эффективно применяющим современные технологические решения для улучшения клиентского опыта.

Награда вручается не за саму технологию, продукт, решение, а за результаты его использования для более эффективного, клиентоцентричного взаимодействия с клиентами, возможно, освобождающее человеческие ресурсы для создания дополнительной ценности для клиентов.

Жюри приветствует совместные заявки от разработчиков продуктов/интеграторов и их клиентов, эффективно применяющих эти технологии. В случае участия в данной номинации вендоры/интеграторы должны быть представлены вместе со своими заказчиками.

В номинации есть подкатегории:

1. Внедрение технологий от вендора (можно участвовать вместе с вендором)
2. Внедрение собственных технологий/разработок (без участия вендора)

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Какое влияние на деятельность компании оказывает применяемая технология/продукт?
- Как технология, продукт влияет на операционную эффективность компании?
- Какое влияние и каким образом оказала/оказывает технология, продукт на уровень клиентоцентричности компании?

КАТЕГОРИЯ 3. НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ, МЕТОДОЛОГИЙ, СТРАТЕГИЙ В CX

ВОПРОСЫ К ЭССЕ В ДАННОЙ КАТЕГОРИИ

Обращаем Ваше внимание, что в каждой номинации вопросы могут немного различаться, ниже представлен общий план для понимания объема ЭССЕ.

1. Описание организации (100 слов).

Опишите свою организацию, сферу деятельности, какие товары или услуги вы предоставляете вашим клиентам.

2. Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите цель проекта / инициативы / технологии / методики / практики и т.д., чего хотели достичь. Опишите, почему вы решили это сделать? Объясните, почему возникла необходимость в этой инициативе.

3. Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Опишите суть проекта / инициативы / технологии / методики / практики и т.д., которые Вы хотите представить в ЭССЕ. Что и как реализовали в рамках проекта? Какие этапы, основные направления, какие ресурсы задействовали?

4. Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите, как вы добились успеха проекта / инициативы / кампании, и кто из стейкхолдеров в этом участвовал? Продемонстрируйте и докажите наличие у сотрудников организации высокого уровня вовлеченности. Покажите, как руководители мотивирует своих подчиненных на достижение результатов, как CX команда эффективно взаимодействует с другими подразделениями организации.

5. Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

Продемонстрируйте высокий уровень CX зрелости организации. Как вы поддерживаете исключительный, сквозной и непрерывный успешный клиентский опыт во всех точках касания и взаимодействия с клиентами. Покажите, как организация умеет слышать и соответствовать потребностям клиентов, предвосхищать их ожидания, помещая своих клиентов в самое сердце бизнеса.

6. ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

Представьте результаты инициативы, используя факты и статистику. Продемонстрируйте финансовые результаты, операционную эффективность, соответствие операционных показателей KPI стратегическим целям организации, их целевые и фактические значения и/или их динамику за последние 6–12 месяцев.

7. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Резюмируйте кратко, что организация может продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства достойной победы вашей организации в этой номинации. Здесь Вы можете описать то, что не вошло в основные вопросы ЭССЕ, но на Ваш взгляд важно отобразить. Отметьте, почему вы считаете, что проект достоин награды, в чем его отличие от подобных и что в нем находится за пределами обычной CX практики компаний?

9. ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ИЗМЕНЕНИЯ, СХ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

Награда вручается организациям, которые продемонстрируют лучшую программу преобразований, значимых изменений, улучшений и бизнес трансформации, затрагивающую людей, продукты и/или услуги с целью построения превосходного клиентского опыта вплоть до совместного с клиентом управления этими изменениями и достижениями конечного результата.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Предпосылки трансформации, почему решили провести преобразования
- Сам процесс трансформации: что было ДО и что стало ПОСЛЕ
- Роль ОС от клиентов (голос клиента) в процессах проводимых изменений/трансформации
- Достигнутые результаты благодаря интеграции и внедрению технологий, которые обеспечивают превосходный клиентский опыт
- Способность сопоставить задачи бизнеса и клиентоориентированную корпоративную культуру
- Способность интегрировать показатель влияния на клиентский опыт как критерий для принятия всех бизнес-решений в компании

10. ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ ДИЗАЙНА И ПРОЕКТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА (возможно участие с агентством)



СПОНСОР НОМИНАЦИИ

Эта номинация открыта для любых организаций, успешно применяющих различные практики и методологии проектирования опыта для людей на разных уровнях компании: видимый клиенту - клиентский путь, невидимый клиенту - бизнес-процессы.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Цели проекта, какие проблемы клиента и бизнеса решили за счет проектирования или обновления опыта/продукта
- Соответствие клиентского пути потребностям клиентов. Исследования, проведенные для понимания клиентов: глубина, вариативность
- Удобство спроектированного опыта, продуктов и интерфейсов для клиентов. Оценка CX метрик, обратная связь от пользователей
- Соответствие бизнес-процессов клиентскому пути. Невидимый клиенту уровень проектирования опыта
- Дополнительно по данной номинации будет организовано онлайн интервью с лидером проекта.

11. ЛУЧШИЙ ОМНИКАНАЛЬНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

Награда вручается организациям, обеспечивающим непрерывный, бесшовный и непротиворечивый клиентский опыт. Номинанту необходимо показать видение клиента на 360, объединение всех разрозненных данных о клиенте из любых источников в единой системе, использование этих данных для усиленной персонализации, коммуникации и проактивного взаимодействия. Продемонстрируйте, как единый профиль или портрет клиента позволяет вам выводить клиентский опыт на новый уровень.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Наличие стратегического подхода к обеспечению и развитию омниканального КО
- Тесную интеграцию информационных систем, увязанность и согласованность бизнес-процессов и данных о клиентах во всех подразделениях (офлайн, онлайн, КЦ, бэк-офис, маркетинг, продажи и т.п.), обеспечивающий единый 360 взгляд на клиента
- Наличие инструментов для коллаборации различных подразделений компании, подходов по снижению усилий сотрудников
- Снижение усилий клиента для получения сервиса, услуги, покупки и т.д.
- Высокие достижения, бизнес-результаты, как следствие использования омниканального подхода

12. ЛУЧШИЙ ДАТА-ЦЕНТРИЧНЫЙ ПОДХОД

Награда вручается организациям, которые благодаря использованию датацентричной архитектуры обеспечивают более эффективное взаимодействие с клиентами, которые используют data-centric подход в бизнес-процессах и при помощи интеграции и консолидации корпоративных данных имеют возможность быстро получить выгоду от новых бизнес-решений. Представьте в ЭССЕ создание логической витрины данных, интегрируемой с каждой автоматизированной системой для обеспечения извлечения данных и их объединения в единый информационный массив, позволяющий использовать их для улучшения КО. Продемонстрируйте ориентированную на данные культуру ведения бизнеса, создание датацентричной организации, строящей свой бизнес и обеспечивающей лучший клиентский опыт на основе использования данных в процессах принятия решений.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- В чем датацентричность подхода? Что поменялось бы с точки зрения компании / клиента, если бы датацентричности не было?
- Как вы оцениваете влияние внедренной датацентричности на бизнес? Какая метрика поменялась? На сколько? Оценивались ли финансовые метрики / окупаемость?
- Почему эта метрика поменялась именно из-за внедрения датацентричного подхода? Как бы она поменялась, если бы датацентричности не было?
- Приведите несколько примеров решений (или сценариев клиентского опыта), которые были бы невозможны без датацентричности.
- Требовалось ли решать задачи интеграции данных/ ETL? Как осуществляете поддержку этих процессов?

13. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ / ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ / СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Награда вручается организациям, для которых экологические и социальные проекты (ESG), корпоративная социальная ответственность (КСО) становится важной составляющей развития, которые поддерживают или участвуют в реализации социально- и общественно значимых проектов, вовлекают, поддерживают и поощряют своих сотрудников и команды, участвующие в таких проектах. Главной социальной точкой напряжения сегодня становится экология, забота об окружающей среде, ответственное потребление, поддержка врачей, детских домов, пожилых и людей с ограниченными возможностями, волонтерство, проекты по улучшению качества жизни и создания комфортной среды.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Реализованные ESG и социально общественно значимые проекты/программы
- Как с помощью таких проектов обеспечивается лояльность потребителей, сотрудников и инвесторов
- Баланс между вовлеченностью коллег и целями бизнеса
- Результаты, которые были достигнуты и примеры создания благоприятной социальной среды вокруг компании и бренда.

14. ЛУЧШИЙ ПОДХОД «КЛИЕНТ В ЦЕНТРЕ ВСЕГО»

Награда вручается организациям, которые продемонстрируют реализованные инициативы, программы, подходы, позволившие им провести изменения/ трансформацию/ модернизацию в рамках стратегии клиентоцентричности, помещая своих клиентов в самое сердце бизнеса.

Продемонстрируйте реализованные инициативы, программы, подходы, позволившие провести изменения, трансформацию, модернизацию в рамках стратегии клиентоцентричности и создать продукты/БП от клиента.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Наличие зрелой, согласованной стратегии клиентоцентричного ведения бизнеса
- Описание с примерами построения/изменения бизнес-процессов *от клиента* на основе обратной связи
- Наличие подходов к получению и дальнейшему использованию информации о клиентах (потребностей, ограничений, ожиданий, жалоб, предложений и т.д.)
- Человекоцентричный подход при принятии решений
- Очевидные доказательства применения персонализированных и проактивных подходов при формировании КО

15. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ (возможно участие с вендором)

Эта номинация открыта для любых организаций, успешно реализовавших любую Программу Лояльности (ПЛ) материальных и нематериальных вознаграждений, чтобы превратить разовых клиентов в постоянных, повысить пожизненную ценность клиента (LTV), индекс лояльности (NPS) и удовлетворённость клиентов.

Продемонстрируйте эффективность ПЛ, как ПЛ помогает улучшить Клиентский Опыт, выстроить эмоциональную связь с клиентами и сделать их своими единомышленниками.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Ценность ПЛ в глазах клиентов, выгоды и удобство пользования, легкость пользования и понимания механики
- Как ценности компании встроены/отражаются в вашей ПЛ
- Как вы информируете покупателей о ПЛ, об их бонусных счетах/скидках, и какие результаты это даёт
- Что помогает привлекать в программу больше клиентов
- Построение долгосрочных отношений благодаря ПЛ, увеличение продаж и стимулирование повторных продаж
- Результаты работы ПЛ, как вы измеряете эффективность ПЛ и получаемые преимущества от ее использования: вовлеченность в ПЛ, коэффициент участия и использования вознаграждений, средний чек, количество покупок (динамика и/или сравнение с таким же периодом за прошлый год) и т.д.
- Отчетность для понимания оценки эффективности работы ПЛ в вашей компании (различные показатели и их динамика)
- Мониторинг удовлетворенности клиентов ПЛ
- Подходы к сбору и анализу данных о клиентах из различных источников, с соблюдением закона
- Формирование и Сегментация клиентской базы для различных/ персональных предложений по ПЛ
- Примеры (если есть) создания сообществ для участников ПЛ или интеграции с вашими сообществами, а также применение игровых и прочих механик.

16. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА КЛИЕНТСКОЙ АНАЛИТИКИ

Эта номинация открыта для любых организаций, успешно применяющих различные подходы и инструменты клиентской аналитики для поддержания и обеспечения превосходного клиентского опыта во всех точках контакта на пути клиента.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Цели программы изучения и понимания клиентов
- Описание структуры сбора и анализа информации о клиентах
- Ваши подходы к сбору данных о клиентах из различных источников, включая описание используемых методов
- Примеры того, как инсайты использовались для улучшения клиентского опыта
- Как вы измеряете эффективность программы и получаемые преимущества от ее использования

17. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ИЗМЕРЕНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА

Эта номинация открыта для любых организаций, успешно применяющих различные подходы, инструменты, метрики для измерения показателей КО.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Набор метрик для измерения качества клиентского опыта и методологии измерений в вашей организации
- Какие инструменты/подходы вы применяете для получения показателей данных метрик и создания панели метрик (CX dashboard)
- Метрики поведения клиентов и финансовые метрики (кросс-продажи, проникновение продуктов и т.д.)
- Использование результатов измерений для улучшения КО

18. ЛУЧШИЙ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

Награда вручается организациям, которые обеспечивают превосходный клиентский опыт, успешно применяя персонализированное взаимодействие (маркетинг, продажи, сервис), используя инсайты, аналитику, предсказания потребительского поведения и эффективные модели своевременного проактивного взаимодействия с клиентами.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Что стало поводом перехода от сегментации клиентов к персонализации сервиса для клиентов? Как Вы в компании определяете разницу между сегментированным подходом к клиентам и персонализированным?
- Расскажите, пожалуйста, каким образом Ваша компания измеряет уровень персонализации сервиса? Какие критерии входят в замер? Какими метриками пользуетесь?
- Какие принципы Вы внедрили для того, чтобы дать полномочия сотруднику в проявлении персонального обслуживания? Существует ли библиотека лучшего опыта персонального взаимодействия? Как и где собираете? Транслирует ли компания лучший опыт на сеть, всем сотрудникам?
- Как в компании, согласно внутренним процедурам, устанавливаются границы для сотрудников по возможностям проявления персонального отношения к клиенту? Поощряет ли компания сотрудников, которые оказывают наилучший персонализированный сервис?
- Считает ли компания персонализированный сервис своим преимуществом? Оценивали ли экономическую выгоду от перехода к персональному обслуживанию?
- На Ваш взгляд, какие основные барьеры существуют в компании для полной реализации персонального обслуживания для каждого клиента?

19. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Эта номинация открыта для любых организаций, успешно применяющих различные модели сбора, обработки и использования обратной связи от клиентов, включая программы «голос клиента» для поддержания и обеспечения превосходного клиентского опыта.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Тесную интеграцию всех подразделений компании (включая бэк-офис, фронт-офис, КЦ и т. д.), принимающих жалобы, претензии и любую другую ОС с подразделениями, непосредственно взаимодействующими с клиентами
- Свидетельство клиентоориентированности и доказательство того, что в организации слушают и отвечают потребностям клиентов
- Понимание особенностей пассивной и активной обратной связи клиентов и методов ее сбора (опросы, фокус-группы, сообщества, отзывы)
- Методики сбора пассивной обратной связи (изучение контента звонков, данные веб-аналитики, обращений по почте и пр.)
- Умение собирать информацию об обратной связи клиентов с сотрудников
- Инструменты анализа полученных данных для определения ключевых болей клиента и возможностей для улучшения клиентского опыта

20. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА РАССМОТРЕНИЯ ЖАЛОБ КЛИЕНТОВ

Эта номинация открыта для любых организаций, успешно применяющих различные модели сбора и обработки жалоб и претензий для поддержания и обеспечения превосходного клиентского опыта. Продемонстрируйте методику работы с жалобами/претензиями, решения вопросов клиента и применения компенсаций/sorry бонусов для повышения лояльности и удержания клиентов.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Методики и сроки рассмотрения различных жалоб/претензий
- Методики и примеры применения компенсаций/sorry бонусов при рассмотрении жалоб
- Тесную интеграцию всех подразделений компании (включая бэк-офис, фронт-офис, КЦ и т. д.), принимающих жалобы, претензии с подразделениями, непосредственно взаимодействующими с клиентами
- Свидетельство клиентоориентированности и доказательство того, что в организации слушают и отвечают потребностям клиентов

- Свидетельства снижения входящего потока претензий/уровня претензионности
- Свидетельства снижения сроков рассмотрения жалоб и скорейшего решения вопроса клиентов
- Свидетельства повышения лояльности/удовлетворенности клиентов после рассмотрения жалоб/претензий

21. ЛУЧШИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ (UX)

Эта номинация открыта для организаций, применяющих успешные подходы в дизайне, юзабилити пользовательских интерфейсов (мобильных приложений, web-сервисов и сайтов) в формировании лучшего пользовательского опыта (UX).

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Быстроту и легкость решения стоящих перед пользователем задач
- Релевантность и удобство предоставления контента
- Умение использовать принципы клиентоцентричного дизайна
- Способность выделить ключевые моменты, влияющие на впечатления клиентов
- Умение создавать карту клиентского путешествия и отображать основные точки контакта
- Удовлетворенность и создание позитивного пользовательского опыта
- Способность видеть взаимосвязи между людьми, процессами и технологиями, которые влияют на клиентский опыт

22. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ОНЛАЙН-ВОВЛЕЧЕННОСТИ И СОЗДАНИЯ СООБЩЕСТВ

Награда вручается организациям, которые используют онлайн/офлайн сообщества, социальные сети, группы и другие медиа-платформы для вовлечения и обеспечения высокого уровня клиентского опыта. Для номинирования решений и проектов с использованием веб-чатов, чат-ботов и т. п. выбирайте номинацию ЭФФЕКТИВНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СХ

Номинанту необходимо продемонстрировать

- Какие новые, креативные подходы/идеи/программы были реализованы для вовлечения клиентов
- Свидетельство клиентоориентированности, подстройки под клиента и доказательство того, что компания слушает и отвечает потребностям клиентов
- Какое влияние оказывает использование групп/сообществ/социальных сетей и других медиа-платформ для вовлечения клиентов на деятельность всей организации
- Чем и как вы мотивируете людей на полезное для вас общение в сообществе?

23. ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В КОНТАКТ-ЦЕНТРЕ

Награда вручается организациям, которые применяют контактный центр для взаимодействия с клиентами и продемонстрируют превосходный клиентский опыт по различным каналам доступа, включая голосовые, цифровые, каналы самообслуживания, с поддержкой операторами или автоматизированные.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Важную роль контактного центра в формировании клиентского опыта, тесную интеграцию КЦ с другими подразделениями организации для обеспечения и поддержания омниканального бесшовного, непротиворечивого клиентского опыта.
- Примеры того, что КЦ вовлечен в процессы обеспечения персонализированного КО и является источником информации о клиентах, использующий программу «Голос клиента»
- Роль КЦ в обеспечении проактивного КО
- Доказательства того, что КЦ позволяет организации повысить эффективность и предоставлять лучший клиентский опыт.

24. ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ВОВЛЕЧЕННОСТИ/МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Награда вручается организациям, которые продемонстрируют лучшую стратегию/программу/практику вовлечения/мотивации персонала в формировании и улучшении клиентского опыта, включая глубокое понимание персоналом стратегических целей и миссии организации, ценностей бренда, потребностей и ожиданий клиентов, высокий уровень вовлеченности и удовлетворенности персонала.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- На основании каких метрик/факторов формируются показатели уровня вовлеченности персонала?
- Какие инициативы были внедрены в результате получения обратной связи от сотрудников?
- Какие инструменты нематериальной мотивации Вы используете в рамках компании?
- Связываете ли Вы показатели вовлеченности с клиентскими метриками? Если да, то с какими и почему?
- Как вы планируете системно поддерживать и повышать уровень вовлеченности?

25. ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА/ПРАКТИКА ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

Награда вручается организациям, которые продемонстрируют лучшую стратегию/программу/практику обучения и развития персонала. В данной номинации организации должны продемонстрировать успешные проекты обучения и развития навыков сотрудников, которые принесли желаемый результат обучения - улучшение клиентского опыта.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Что послужило отправной точкой для создания такого формата обучения или программы развития?
- Проводились ли исследования с персоналом на эту тему?
- За счет каких инструментов/практик/методологии обеспечивается вовлеченность участников в процесс или развития?
- По каким критериям (KPI) определяется эффективность программы/практики обучения/развития? Каким образом обучение/развитие улучшило бизнес-процессы компании?
- Измеряется ли COR (Completion rate): доходимость до конца курса? Какая конверсия курса от старта до окончания? За счет чего обеспечивается удержание аудитории?
- Как Вы определяете будет ли актуален данный формат обучения/развития в будущем? Какие инструменты используются для актуализации обучения/развития?

26. ЛУЧШИЙ ОПЫТ СОТРУДНИКОВ (EMPLOYEE EXPERIENCE - EX)

Награда вручается организациям, которые продемонстрируют наиболее высокий уровень удовлетворенности персонала и взаимоотношений, которые организация строит с сотрудниками на протяжении всего его жизненного цикла и пути, состоящий из прохождения специалиста в компании через пять этапов: привлечение, найм и адаптация, исполнение основных обязанностей, карьерный рост и развитие, уход.

Номинанту необходимо продемонстрировать:

- Уровень удовлетворенности и степень продуктивности сотрудников, простоту участия в рабочих процессах, скорость выполнения задач
- Найм, обучение и коучинг сотрудников
- Отношение сотрудников к корпоративной культуре, EX процессов, EX пространства и эмоциональный EX
- Покажите eNPS в динамике, уровень и причины текучки кадров, как используете «голос сотрудников»
- Методы и стратегии вовлечения, поощрения, вознаграждения и признания успехов сотрудников

КАТЕГОРИЯ 4. ПЕРСОНАЛЬНЫЕ И КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ

ВОПРОСЫ К ЭССЕ В ДАННОЙ КАТЕГОРИИ

Обращаем Ваше внимание, что в каждой номинации вопросы могут немного различаться, ниже представлен общий план для понимания объема ЭССЕ.

1. Описание организации (100 слов).

Опишите свою организацию, сферу деятельности, какие товары или услуги вы предоставляете вашим клиентам.

2. Цель номинанта/команды (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите вашу цель / миссию, чего Вы/ваша команда хотите достичь в компании. Опишите, почему вы решили это сделать? Объясните, почему возникла необходимость в этой инициативе.

3. Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Опишите суть ваших инициатив / действий / методик и т.д., которые Вы/ваша команда используете в своей практике и хотите представить в ЭССЕ. Что и как реализовали для улучшения клиентского опыта в компании? Какие основные направления, какие ресурсы задействовали?

4. Вовлеченность персонала (не более 1800 знаков с пробелами)

Опишите, как Вы /ваша команда добились успеха в улучшении клиентского опыта в компании, и кто из стейкхолдеров в этом участвовал? Продемонстрируйте и докажите наличие высокого уровня вовлеченности. Покажите, чем Вы /ваша команда мотивировались на достижение результатов, как вы/ваша команда эффективно взаимодействует с другими подразделениями организации.

5. Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

Продемонстрируйте высокий уровень CX зрелости вашей организации и как Вы /ваша команда поддерживаете исключительный, сквозной и непрерывный успешный клиентский опыт во всех точках касания и взаимодействия с клиентами. Покажите, как Вы /ваша команда умеете слышать и слушать ваших клиентов, соответствовать потребностям и предвосхищать их ожидания.

6. ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

Что Вы /ваша команда можете продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства обладания разносторонними навыками, знаниями, опытом и отличными способностями, владения современными методиками, технологиями? Если номинант / команда владеют наградами, дипломами, сертификатами, пожалуйста, перечислите их здесь. Продемонстрируйте финансовые результаты, операционную эффективность, соответствие операционных показателей KPI стратегическим целям организации, их целевые и фактические значения и/или их динамику за последние 6–12 месяцев.

7. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Резюмируйте кратко, что Вы /ваша команда можете продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства достойной победы в этой номинации, почему вы считаете, что именно Вы /ваша команда достойны награды? Здесь Вы можете описать то, что не вошло в основные вопросы ЭССЕ, но на Ваш взгляд важно отобразить.

27. ПРОФЕССИОНАЛ КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

Награда выделяет лучших профессионалов в обслуживании клиентов – сотрудников, которые непосредственно взаимодействуют с клиентами и своим человекоориентированным отношением формируют в компании превосходный клиентский опыт, демонстрируя личные профессиональные достижения и результаты, клиентоориентированность, вовлеченность, мотивацию на достижение стратегических целей организации.

Номинанту необходимо продемонстрировать свои личные профессиональные достижения и результаты:

- Поделитесь, пожалуйста, какие вы прочитали книги, какое проходили обучение в области сервиса и клиентоориентированности?
- Расскажите, пожалуйста, есть ли у Вас личная миссия в работе? Какая она? Какие ценности Вы реализуете в своей деятельности? Какие важные смыслы видите для себя в работе с клиентами?
- Поделитесь, пожалуйста, что помогает Вам оставаться клиентоориентированным, даже если Вы в плохом настроении, если клиент «самый трудный в мире»? Что мотивирует Вас в сложных ситуациях?
- Представьте, к Вам приходит молодой специалист и Вам необходимо передать весь свой опыт на одном листе, максимум в 10 шагах. Составьте для него список шагов и рекомендаций «Что делать в конфликтной ситуации со сложным клиентом? Как вести себя, чтобы помочь клиенту и найти наилучшее решение»

28. ЛУЧШИЙ МЕНЕДЖЕР ПО РАБОТЕ С КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ (КАМ)

Награда выделяет лучших КАМ (Key Account Manager), работа которых заключается в налаживании контактов с ключевыми клиентами организации, ведении переговоров с потенциальными клиентами, расширению каналов реализации и мотивации основных заказчиков к развитию долгосрочного сотрудничества.

Номинанту необходимо продемонстрировать свои личные профессиональные достижения и результаты:

- Поделитесь, пожалуйста, какие ваши качества помогают Вам вовлекать и заряжать людей любовью к клиентам, быть ролевой моделью сервиса и клиентоориентированности?
- Поделитесь, пожалуйста, что Вы делаете в компании для вовлечения коллег в исключительный сервис и повышение клиентоориентированности компании. Какие лучшие практики Вы могли бы рекомендовать?
- Что Вы могли бы рекомендовать компаниям, чтобы создавать внутри как можно больше амбассадоров и лидеров сервиса?

29. КОМАНДНЫЙ ЛИДЕР КЛИЕНТСКОГО СЕРВИСА

Награда выделяет менеджеров, лидеров команды (смены, группы, отдела) сотрудников, занятых повышением качества обслуживания клиентов. Номинанту необходимо продемонстрировать лидерские качества, клиентоориентированность, вовлеченность, мотивацию на достижение стратегических целей организации, навыки взаимодействия и руководства членами команды.

Номинанту необходимо продемонстрировать свои личные профессиональные достижения и результаты:

- Поделитесь, пожалуйста, какие ваши качества помогают Вам вовлекать и заряжать людей любовью к клиентам, быть ролевой моделью сервиса и клиентоориентированности?
- Поделитесь, пожалуйста, что Вы делаете в компании для вовлечения коллег в исключительный сервис и повышение клиентоориентированности компании. Какие лучшие практики Вы могли бы рекомендовать?
- Что Вы могли бы рекомендовать компаниям, чтобы создавать внутри как можно больше амбассадоров и лидеров сервиса?

30. РУКОВОДИТЕЛЬ КЛИЕНТСКОЙ СЛУЖБЫ (CX директор)

Награда выделяет старших руководителей организации (директоров клиентских служб, департаментов по работе с клиентами, CX), в зону ответственности которых входит управление клиентским опытом в организации на уровне директоров. Номинанты должны продемонстрировать наличие в организации продуманной и согласованной стратегии управления клиентским опытом, высокие достижения и результаты в области CX.

Номинанту необходимо продемонстрировать свои личные профессиональные достижения и результаты:

- Какие практики/инструменты/методологии Вы используете в компании, чтобы лучше понимать потребности клиентов? Каким образом распространяете информацию о потребностях клиентов среди сотрудников и используете ее в принятии решений?
- Какие способы/практики/инструменты расстановки приоритетов Вы используете для того, чтобы выбирать к исполнению наиболее актуальные CX-инициативы?
- Какие инструменты/практики/методологии используете для того, чтобы создавать видение желаемого клиентского опыта в компании и обеспечить понимание и разделение этого видения всеми сотрудниками компании?
- Какие инструменты/способы/практики Вы используете в компании для того, чтобы реализовать CX стратегию и воплотить сформированное видение желаемого клиентского опыта в реальности? Как определяете, какие действия должен исполнять каждый сотрудник, как обеспечиваете сотрудникам всеми необходимыми ресурсами для исполнения этих действий, как обучаете сотрудников и как контролируете результат?

31. ЛУЧШАЯ КОМАНДА / СМЕНА / ГРУППА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

Данная номинация выделяет успешные группы, команды, смены и т. п., которые формируют в организации лучший клиентский опыт в различных точках контакта с клиентами. Команды, которые продемонстрировали высокий командный дух, вовлеченность, клиентоориентированность, знание продуктов и внесли исключительный вклад в качество обслуживания клиентов в компании.

Номинанту (команде) необходимо продемонстрировать:

- Опишите кратко значимые достижения вашей команды за последний год.
- Расскажите, как данные достижения привели к повышению удовлетворенности и улучшению клиентского опыта.
- Покажите, используя KPI компании/команды, что достижения не случайны, а постоянны и улучшили операционную эффективность.
- Каким образом и какое влияние оказали/оказывают данные достижения на клиентов организации?

32. ЛУЧШАЯ КОМАНДА/ ГРУППА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Данная номинация выделяет лучшие команды, которые успешно используют канал взаимодействия с клиентами в социальных сетях для улучшения клиентского опыта. Продемонстрируйте ваши лучшие примеры клиентского сервиса, интеграции взаимодействия вашей команды с другими подразделениями организации, высокий командный дух, вовлеченность, клиентоориентированность, подстройку под клиента, обеспечивающие лучший пользовательский опыт. Эта номинация открыта для команд, которые успешно используют канал взаимодействия с клиентами в социальных сетях для улучшения клиентского опыта.

Номинанту (команде) необходимо продемонстрировать:

- Опишите кратко значимые достижения вашей команды за последний год.
- Какие способы мотивации Вы используете для привлечения амбассадоров бренда?
- Как Вы понимаете, что столкнулись с интернет-троллем и какие предпринимаете меры по его нейтрализации?
- Какие предпринимаете действия для улучшения рейтинга в ТОП-выдаче и ТОПе интернет-ресурсов.
- Как определяете целевое значение по скорости реагирования?
- Используете ли Вы в качестве извинения перед клиентом бонусы/комплименты от компании? Если да, то как регулируете их использование командой?



ЖЮРИ ПРЕМИИ

В состав Жюри Премии CX WORLD AWARDS ежегодно входят более 150 опытных руководителей департаментов обслуживания клиентов, руководителей по клиентскому опыту, представляющие различные организации и индустрии, а также признанные эксперты и независимые консультанты.

Список Жюри представлен на сайте премии <https://cx-awards.com/juri/>

ВОЙТИ В СОСТАВ ЖЮРИ

Преимущества работы в жюри:

- Вы получите доступ к успешным бизнес-кейсам, представленным для оценки Жюри
- Вы познакомитесь с лучшими представителями индустрии, вашими коллегами из других компаний
- Вы получите льготные условия участия (скидка 15%) на участие в [Customer eXperience World Forum -2024](#)

ПРИЕМ ЗАЯВОК ДЛЯ УЧАСТИЯ В РАБОТЕ ЖЮРИ ОТКРЫТ ЕЖЕГОДНО С 5 СЕНТЯБРЯ НА ОФИЦИАЛЬНОМ САЙТЕ ПРЕМИИ:

<https://cx-awards.com/>

РЕГЛАМЕНТ РАБОТЫ ЖЮРИ

Вся работа Жюри **проводится дистанционно в режиме онлайн на портале [CX Club](#)**, что дает возможность членам Жюри изучать материалы и информацию номинантов в любое удобное время в любом удобном месте.

Формирование Жюри - подготовительный этап

- с 5.09.2024 по 25.01.2024 года – Прием заявок и формирование Жюри.
- с 25.01.2024 по 31.01.2024 года – Изучение представленных для оценки Жюри материалов номинантов, проверка на соответствие техническим и другим требованиям к участникам.

ПЕРВЫЙ ЭТАП ГОЛОСОВАНИЯ - оценка присланных ЭССЕ и формирование Short List

- **с 01.02. по 04.03. 2024 года до 12:00 (MSK)** – Работа Жюри: изучение материалов номинантов и первый этап голосования за лучших претендентов на выход в Финал по каждой номинации.
- **05.03.2024 года в 15:00 (MSK)** – формирование и публикация списка Финалистов (Short List).

Правила голосования за финалистов:

- Каждый член Жюри определяет от 1 до 6 лучших в каждой номинации/категории (в зависимости от количества участников), принимая во внимание наличие в ЭССЕ развернутых и убедительных описаний достижений, примеров результативности и положительного влияния на бизнес компании, клиентоцентричность, вовлеченность сотрудников и лучшие практики в индустрии.
- Финалистом становится тот номинант, количество голосов за которого:
 - не менее 25% от максимального количества голосов Жюри за лидера в данной номинации
 - составляет не менее 50% от всех возможных голосов жюри (по данной номинации), если номинант всего 1 в своей категории.
- Для формирования короткого списка (Short List) Финалистов, которые продолжат участие на втором этапе голосования, члены Жюри, основываясь на своем опыте, будут изучать и оценивать свидетельства исключительных заслуг номинанта по следующим критериям в совокупности:
 - Эффективность и положительное влияние номинанта на бизнес
 - Клиентоориентированность номинанта, способность слушать и слышать клиента
 - Вовлеченность, удовлетворенность персонала
 - Инновации и креативность в деятельности номинанта
 - Показательность, примерность, возможность для подражания

ВТОРОЙ ЭТАП ГОЛОСОВАНИЯ - защита ЭССЕ для Финалистов

- **с 14.03. по 08.04. 2024 года до 12:00 (MSK)** – Защита ЭССЕ и работа Жюри: **рейтинговое голосование** по списку Финалистов в каждой номинации/категории.
В ходе Защиты ЭССЕ Финалисты должны подготовить и провести короткие онлайн презентации 5–7 минут, в ходе которых ответить на дополнительные вопросы Жюри и других номинантов.
- На втором этапе голосования члены Жюри оценивают Финалистов по результатам проведения Защиты ЭССЕ. Защита ЭССЕ проводится с начала марта до апреля для более глубокого и детального изучения Финалистов, получения членами Жюри явных доказательств, изложенных в ЭССЕ фактов высоких достижений и результатов, их положительного влияния на бизнес и клиентский опыт.

Правила голосования за лауреатов:

По итогам проведения Защиты ЭССЕ члены Жюри могут оценить в каждой номинации и отметить в своем онлайн протоколе:

1. только **одного Лучшего** номинанта — кандидата на Победу в номинации
2. **одного достойного** высокой оценки или одобрения жюри
3. и по желанию можно отметить в протоколе дополнительно одного, чьи результаты вам показались не достойны награды.

Для удобства оценки номинантов членам жюри в Личном Кабинете дополнительно предоставляется возможность:

- ✓ **Задать вопрос** номинанту
- ✓ Оставить **комментарий** для себя/номинанта
- ✓ Поставить для себя **вспомогательные оценки, (не обязательно)**, которые помогут при принятии окончательного решения, когда член Жюри посмотрит всех номинантов.

НАГРАДЫ (ПРИЗЫ) ПОЛУЧАЮТ:

- ➡ Статус **«Победитель»** — получает финалист, набравший в сумме наибольшее количество баллов среди других номинантов или максимально возможное количество баллов, если номинант 1 в своей категории (*).
- ➡ Статус **Лауреат «Высокая Оценка Жюри»** — получает Финалист(ы), у которого(ых) суммарное количество голосов не отличается больше, чем на 15% от суммы голосов за Победителя*.
- ➡ Статус **Лауреат «Высокое Одобрение Жюри»** — получает Финалист(ы), у которого(ых) суммарное количество голосов не отличается больше, чем на 25% от суммы голосов за Победителя*.

(*) Если финалист один в своей номинации/категории, то за статус победителя берется значение, как если бы все члены жюри, голосующие в данной номинации/категории, поставили бы максимальную оценку номинанту.

Мы уверены в том, что участие в составе Экспертного Совета Жюри более 100 экспертов, руководителей и ключевых специалистов гарантирует высокое качество и объективность результатов голосования, а более глубокая и структурированная проверка Финалистов на втором этапе голосования позволит нашим Экспертам определить действительно лучших из лучших в индустрии обслуживания клиентов.

ФИНАЛЬНЫЙ ЭТАП И ЦЕРЕМОНИЯ ОБЪЯВЛЕНИЕ ИМЁН ЛАУРЕАТОВ ПРЕМИИ

24.04.2024 года - Торжественная Церемония в честь финалистов Премии CX WORLD AWARDS и объявление имён Лауреатов Премии по всем номинациям.

Церемония объявления имён Лауреатов Премии по всем номинациям состоится 24 апреля 2024 года в 19.00 в завершении первого дня работы форума [Customer eXperience World Forum](#), который пройдет 24-26 апреля 2024, в Москве.

Членам жюри предоставляется:

- **Доступ к онлайн-трансляции Церемонии** объявления имён лауреатов премии
- **Скидка 15% на очное участие в форуме** [Customer eXperience World Forum](#) (2дня), включая посещение Церемонии награждения.



КАК РАБОТАЕТ ЖЮРИ?

Общие положения

- Жюри Премии CX WORLD AWARDS является общественным органом, формируемым Редакцией Сообщества CX CLUB на добровольной основе из числа членов Сообщества, признанных экспертов индустрии, имеющих существенный опыт работы на руководящих должностях в области управления клиентским опытом и обслуживания клиентов.
- Регламент Жюри определяет основные принципы работы членов Жюри, их обязанности, гарантии, ответственность и права.
- Жюри создается для определения (выбора) Финалистов и Победителей, Лауреатов в номинациях Премии CX WORLD AWARDS
- Координацию деятельности Жюри осуществляет Редакция Сообщества CX CLUB.
- **Член жюри не имеет право голоса в той Номинации, в которой номинирована организация, с которой он аффилирован.**
- Участие в Жюри представителей спонсоров не регламентируется.
- Все расходы, связанные с участием в работе Жюри, в том числе с проживанием, транспортные, телекоммуникационные расходы финансируются и осуществляются членом Жюри за свой собственный счет.
- Добровольная замена члена Жюри возможна на любом этапе.
- Редакция Сообщества имеет право найти замену вышедшему из состава члену Жюри.

Обязанности, гарантии и ответственность Членов Жюри

- Член Жюри обязан соблюдать Регламент работы Жюри и отдельные регламенты голосований.
- Член Жюри должен быть беспристрастным и объективным при выставлении оценок и голосовании.
- Член Жюри не несет никакой финансовой ответственности за свое участие в работе Жюри, а также за свой отказ от участия в работе Жюри, опоздание/отсутствие на Церемонию Награждения и другие нарушения регламента.
- Голоса (оценки) члена Жюри не принимаются в случае нарушения Регламента работы Жюри и/или отдельных регламентов голосования.
- За нарушение Регламента работы Жюри и/или отдельных регламентов голосований член Жюри может быть исключен из состава Жюри на любом этапе после письменного уведомления Редакцией Сообщества CX CLUB.
- Члены Жюри гарантируют достоверность итоговых результатов, отправляя итоговый протокол голосования.

Права членов Жюри

- Любой член Жюри в любой момент времени имеет право отказаться от своего участия, письменно заявив об этом в Редакцию Сообщества CX WORLD CLUB.
- После письменного заявления об отказе участвовать оценки члена Жюри, выставленные во время проведения текущего (на момент отказа) этапа, аннулируются.
- Жюри своим простым большинством может дисквалифицировать любого Номинанта на любом этапе голосования, вследствие нарушения последним условий участия.

Порядок работы Жюри

- Каждый член Жюри на каждом этапе работы получает от Редакции Сообщества Регламент, в который включается информация о сроках проведения этапа, подробный регламент голосования, система оценки, критерии, порядок заполнения и передачи протокола, другая регламентирующая работу члена Жюри информация.
- Согласно полученному Регламенту, каждый член Жюри обязан проголосовать/оценить выдвинутых на премию CX WORLD AWARDS Номинантов, основываясь на собственном профессиональном опыте, принимая во внимание информацию, переданную Номинантами для оценки Жюри. До окончания срока действия каждого этапа передать в Редакцию Сообщества свой протокол голосования (заполняется онлайн в Личном Кабинете члена Жюри).
- Подсчет результатов голосования осуществляет Редакция Сообщества, согласно Регламентам работы Жюри
- Итоговый протокол голосования и оценки передается членам Жюри для ознакомления после Церемонии Награждения.
- Итоги голосования и оценки являются открытыми для членов Жюри во всех номинациях.
- Для каждого номинанта открыты для ознакомления только те голоса и оценки Жюри, которые присуждены членами Жюри этому номинанту. При этом оценки и количество голосов других номинантов этому номинанту не открываются.

- Для некоторых номинаций голоса членов Жюри могут быть опубликованы открыто.
- На первом этапе голосования Жюри, согласно Регламенту, определяют Финалисты Премии (Short List),
- На втором этапе голосования Жюри согласно Регламенту среди Финалистов Премии определяют лучшие – Победители в номинациях, а также Лауреаты, получающие статусы Высокая Оценка и Высокое Одобрение Жюри.
- В случае возникновения спорных вопросов по голосованию допускается повторное голосование.
- Определение лауреатов в Номинациях осуществляется на основании подсчета голосов членов Жюри.
- Названия/Имена Победителей оглашаются на Церемонии Награждения.
- Каждый член Жюри выражает свое частное мнение по каждому Номинанту.
- Член Жюри не обязан давать рецензии и публично комментировать свои решения.

ЧТО НЕ ДЕЛАЕТ ЖЮРИ?

Иногда участники премии ожидают от членов Жюри получения развернутой обратной связи по итогам оценки и голосования. Участвуя в премии, следует понимать, что формат проведения премии не подразумевает какие-либо процессы глубокого аудита, консалтинга или сравнительного исследования вашей компании. Премия только определяет лучших из лучших в индустрии на основе ваших ЭССЕ и проверок ТП по некоторым номинациям.

Жюри не дает ответов на вопросы «почему нас так оценили», но, соблюдая принципы открытости и прозрачности голосования, члены Жюри **делятся с участниками программы своими рабочими комментариями и «заметками на полях»**, оставленными в ходе оценки и голосования в онлайн протоколе. Иногда эти комментарии могут нести ценную информацию и обратную связь, иногда лишь намек на итоговое мнение эксперта по вашему ЭССЕ.

Номинанты также видят в своих личных кабинетах тех экспертов, которые отдали свои голоса за них и могут в частном порядке попросить дополнительные комментарии и обратную связь по завершению голосования и награждения.





ЛАЙФХАКИ ДЛЯ НОМИНАНТОВ ПРЕМИИ

1. До подачи заявки подумайте о том, какая номинация подходит лучше всего

Внимательно прочитайте не только название номинации, но и описание, а также План ЭССЕ (обязательные вопросы к ЭССЕ), перечень необходимых доказательств и фактов. Задумайтесь над тем, какие основные преимущества и достижения есть у вас, вашей команды, вашего проекта, компании, используйте только очевидные сильные стороны. Кроме этого, имейте в виду, что недостаточно просто красочно рассказать о ваших достижениях и сильных сторонах. Если Вы не приведете ясные доказательства в виде реальных цифр, графиков, диаграмм, члены Жюри не обязаны верить Вам на слово.

2. Выделите для составления онлайн ЭССЕ достаточно времени

Члены Жюри принимают свое решение, прежде всего, на основании прочитанного в Вашем онлайн ЭССЕ и в строгом соответствии с Планом ЭССЕ. Таким образом, решающее значение имеет то, как Вы опишете свои достижения и преимущества и подтвердите это соответствующей инфографикой, любыми другими сопроводительными файлами (видеоролик например). Как показывает опыт, на качественную подготовку ЭССЕ недостаточно одних выходных. Система приема Заявок, составления онлайн ЭССЕ позволяет Вам готовить ответы на вопросы Жюри и затем загружать их в онлайн форму, и при необходимости корректировать до последнего дня загрузки (т. е. 3–4 месяца). Не откладывайте всё на последний момент!

3. Сосредоточьтесь на главном и существенном

Всегда возникает соблазн рассказать членам Жюри все, что вы сделали за всю свою карьеру или даже жизнь, тем более, если это может показаться фантастическим успехом. Но, как показывает опыт, в итоге ЭССЕ получается весьма сумбурным и не отвечающим на обязательные вопросы Жюри или даже описанию номинации. Расскажите членам Жюри только о самых ценных и существенных достижениях - при этом ясно, кратко и последовательно в строгом соответствии с Планом ЭССЕ (онлайн формы).

4. Изучите тщательно План ЭССЕ (обязательные вопросы к ЭССЕ) и убедитесь, что Вы отвечаете на них правильно

Это звучит просто, но Вы будете удивлены, когда узнаете, сколько же участников программы номинирования ежегодно не понимают заданных им вопросов, трактуют их вольно или сообщают в ЭССЕ информацию, которая не имеет отношения к выбранной номинации. Будьте внимательны и аккуратны!

5. Помните, что члены Жюри не знают Ваш бизнес

Чем проще, тем лучше. Старайтесь изложить Ваши доводы, факты и доказательства четко и ясно так, чтобы члены Жюри не из Вашей среды могли убедиться в Ваших достижениях и лидерстве.

6. Привлекайте команду

Привлекайте к подготовке онлайн ЭССЕ сотрудников на различных уровнях в Вашей компании. Это поможет найти скрытые на первый взгляд преимущества и достижения, а также добавить идей и информации, которые следовало бы включить в онлайн ЭССЕ. Кроме того, привлеченные члены Вашей команды смогут оглянуться назад и отчетливее увидеть те достижения, которые были Вами достигнуты.

7. Аргументы + факты + доказательства

Поддерживайте Ваши аргументы фактами и доказательствами, так как это поможет получить доверие членов Жюри к вашему онлайн ЭССЕ. Например, вместо того чтобы сформулировать так: «У нас реализована отличная программа обучения», лучше изложить мысль так: «Наша новая программа обучения способствовала увеличению уровня удовлетворенности персонала на 20%, что подтверждается...». Приводите в онлайн ЭССЕ значения KPI, а в файлах инфографики – диаграммы, графики, таблицы, и помните, что членов Жюри больше интересуют не абсолютные численные значения показателей, а их ДИНАМИКА, а также способы, периодичность и достоверность их измерения или оценки.

Однако, хоть статистика и важна, помните, что обслуживание клиентов связано с людьми - так что постарайтесь упоминать Вашу команду как можно чаще, а также их мнения и свидетельства.

8. Не забывайте о клиентах

Не забывайте в ЭССЕ упоминать о Ваших клиентах, например, приводить их мнение, результаты опросов, данные KPI и т. п. Все достижения вашей организации/команды, в итоге, должны быть нацелены на клиентов, а не только на финансовые показатели и, если Вы покажете эту связь, Вы получите несомненное преимущество. Если Вы приводите в ЭССЕ мнения клиентов, то выберите 2–3 наиболее значимых, не перегружайте членов Жюри длинными отзывами, оригиналами благодарственных писем и т. п.

9. Технические требования, оформление и грамматика

В текущем сезоне ЭССЕ **составляется автоматически на основе текста**, который номинант внесет в онлайн форму составления ЭССЕ на этапе загрузки информации, отвечая на поставленные вопросы членов Жюри, согласно Плану ЭССЕ. Каждый ответ имеет строгое ограничение по количеству используемых в нем знаков (либо не более 1800 с пробелами, либо не более 3600 с пробелами). Система автоматически ограничит Ваш текст (обрежет), если Вы решите нарушить простые правила.

Все **сопроводительные файлы с инфографикой** (PDF, до 5Мб), видео (как ссылка на видеохостинг), Вы можете загрузить на странице загрузки информации для оценки Жюри. Система автоматически проверит соответствие требованиям и даст предупреждение в случае нарушения.

В некоторых ЭССЕ встречается множество грамматических, стилистических ошибок. Попросите, как минимум двух человек прочитать вслух ответы на обязательные вопросы жюри, которые Вы включили в свое онлайн ЭССЕ. Попросите их также посмотреть загруженные сопроводительные файлы с экрана компьютера перед загрузкой, чтобы почувствовать ощущения членов Жюри, которые будут знакомиться с этим документом во время судейства. Оформленные с нарушениями и/или неграмотные ЭССЕ, как правило, не привлекают внимания членов Жюри.

10. Сопроводительный материал

Дополнительно к онлайн форме ЭССЕ у Вас есть возможность (на Ваше усмотрение) загрузить для оценки Жюри не более 3-х сопроводительных PDF файлов и одну ссылку на видеохостинг. Не перегружайте членов Жюри большим количеством инфографики и ссылок на внешние ресурсы. Графики, диаграммы, таблицы должны легко читаться и быть понятными. Если Вы хотите показать команду, то достаточно одной общей и фотографии лидера. Если Вы включаете в текст онлайн ЭССЕ ссылку на внешний источник информации, убедитесь, что в нем нет избыточности информации. Помните, что у членов Жюри нет лишнего времени, чтобы искать нужную информацию, Ваша задача преподнести ее полно и максимально удобно.

В заключение к этим 10 советам, хотелось бы еще раз отметить, что участие в Премии может стать хорошим инструментом для вашей программы вовлеченности и мотивации персонала, поскольку процесс подготовки ЭССЕ напечалит команду о пройденном к сегодняшним достижениям пути, позволит оглянуться назад и еще раз оценить свои собственные высокие результаты и достижения. Важно также воспринимать участие в Премии как возможность сравнить свои достижения с другими и получить общественное признание, и именно на этот процесс необходимо настраивать команду номинантов, а не ставить «всё на победу». Номинирование — это в первую очередь позитивный импульс как внутри Вашей команды, так и к Вашим клиентам и конкурентам, мотивировать, поощрять и награждать!

Вхождение в SHORT LIST (список финалистов) Премии является действительно высоким достижением и победой, поскольку год от года становится всё более сложной задачей из-за невероятно высокой конкуренции в индустрии. Так что не расстраивайтесь, если вы не поднимитесь на сцену вечером на Церемонии, но радуйтесь и празднуйте, если будете включены в число финалистов и тем более, если члены Жюри назовут Вас Лауреатами самой престижной профессиональной Премии!



FAQ

Этот раздел содержит ответы на часто задаваемые вопросы

Правда ли, что крупные компании, известные бренды всегда побеждают?

Замечено, что крупные, известные компании, бренды чаще более мотивированы и заряжены на Победу в Премии, чем небольшие организации. Но история Премии знает примеры очень ярких побед совсем небольших и малоизвестных организаций, которые продемонстрировали исключительный клиентский опыт в своих ЭССЕ. В Жюри несколько десятков профессионалов, занимающих руководящие посты в различных компаниях, разного размера, отраслевой и географической принадлежности, которые оценивают ЭССЕ/проекты, независимо от размера организации.

Сколько стоит участие и когда и как нужно оплатить?

Общая стоимость участия в программе номинирования складывается из 2-х составляющих этапов, которые оплачиваются отдельно:

- **1 ЭТАП - Регистрационный взнос.** Срок оплаты до 25.01.2024.
 - **21.900 ₽** за каждую номинацию/номинанта (ЭССЕ) в заявке*.
- **2 ЭТАП - Защита ЭССЕ и объявление имен победителей.** Срок оплаты до 15.03.2024.
 - **29.900 ₽** за участие одного финалиста во втором этапе - защите ЭССЕ (только для финалистов).
Включая участие в Церемонии Награждения
 - **21.900 ₽** за участие одного финалиста во втором этапе - защите ЭССЕ (только для финалистов).
БЕЗ участия в Церемонии Награждения

*В заявке может быть несколько номинантов/ЭССЕ.

Цена указана за одного номинанта/ЭССЕ в заявке.

Цены действуют пока опубликованы на сайте и могут измениться по решению организаторов.

Цена не включает НДС (не облагается, УСНО). Налоги других стран, комиссии не включены и будут прибавлены в счете.

Регистрационный взнос оплачивается не позднее 25 января, а места на Церемонии можно забронировать после оглашения списка Финалистов в начале марта.

Для оплаты участия мы принимаем российские рубли. Оплата возможна банковским переводом.

Внимание нерезидентов РФ. Любые налоги, сборы, комиссии, возникающие в следствие оплаты счета и оказания услуг, в стоимость участия не включены и будут прибавлены к счету дополнительно. Уточняйте размер налогов и сборов до получения и оплаты счета.

При пост-оплате к стоимости регистрационного или этапного взноса прибавляется 15%

Что необходимо включить в ЭССЕ для того, чтобы выйти в Финал?

Если Вы в полной мере ответите на обязательные вопросы Жюри, указанные в Плате ЭССЕ, включите в ответы убедительные доказательства и факты, сопроводительную инфографику, видео, касающиеся Ваших достижений, преимуществ и бесспорного лидерства в номинации, загрузите всю запрашиваемую информацию в строгом соответствии с требованиями (фото, имена, названия и прочее) можно сказать, что Вы сделали все возможное, чтобы Жюри включило Вас в список SHORT LIST. Не забудьте вовремя загрузить информацию + инфографику и оформить ЭССЕ на странице загрузки и ждите решение Жюри, которое в начале марта назовет список Финалистов (SHORT LIST).

Каковы параметры, критерии и система оценки номинантов?

Для оценки номинантов члены Жюри будут использовать следующие критерии:

- Эффективность и положительное влияние номинанта на бизнес
- Клиентоориентированность номинанта, способность слушать и слышать клиента
- Вовлеченность, удовлетворенность персонала
- Инновации и креативность в деятельности номинанта
- Показательность, примерность, возможность для подражания

Для оценки на ПЕРВОМ этапе Жюри определяет от 1 до 6 лучших в каждой номинации/категории (в зависимости от количества участников), принимая во внимание наличие в ЭССЕ развернутых и убедительных описаний достижений, примеров результативности и положительного влияния на бизнес компании, клиентоцентрированность, вовлеченность сотрудников и лучшие практики в индустрии.

При этом члены Жюри оценивают представленную номинантом информацию в онлайн ЭССЕ, полноту, прозрачность и убедительность ответов на обязательные вопросы, согласно Плану ЭССЕ. Член Жюри может обратиться с дополнительными вопросами к номинанту, попросить предоставить дополнительные сведения, чтобы полнее изучить номинанта, он также может обратиться за информацией на веб-сайт компании, изучить информацию в сети Интернет, в социальных сетях. Работа члена Жюри на первом этапе голосования заключается в том, чтобы определить только от 1 до 6 лучших, по его мнению, номинантов в каждой номинации и предложить их кандидатуры (отметить в онлайн протоколе) в короткий список Финалистов. В Short List по итогам 1 ЭТАПА голосования будут включены участники, набравшие не менее 25% голосов, отданных за лидера в данной номинации или не менее 50% от всех возможных голосов жюри (по данной номинации), если номинант всего 1 в своей категории.

На ВТОРОМ этапе голосования члены Жюри изучают результаты Защиты ЭССЕ и оценивают только финалистов. На данном этапе у членов Жюри появляется возможность определить не только «Лучшего» (+2 балла), но определить «Достойного» (+1 балл) и не достойного на их взгляд (-1 балл) в номинации.

Такая система оценки позволяет дифференцировать финалистов в номинации и определить **Победителя** - финалиста, набравшего максимальное количество баллов, а также **Лауреатов**, получающих статус «Высокая Оценка» и «Высокое Одобрение» Жюри, если количество баллов за них не отличается на 15% и 25% от Победителя соответственно. Если финалист один в своей номинации/категории, то за статус победителя берется значение, как если бы все члены жюри, голосующие в данной номинации/категории поставили бы максимальную оценку номинанту.

При этом в результатах голосования у каждого номинанта автоматически исключается одна максимальная оценка (2 балла) и одна понижающая оценка (-1 балл), если таковые выставлены кем-то из членов Жюри. Это позволяет минимизировать влияние на результат возможных негативных субъективных факторов.

Как мы узнаем результаты голосования Жюри?

Следите за новостями, и Вы будете в курсе всех событий Премии CX WORLD AWARDS.

Вся важная информация публикуется на сайте: <https://cx-awards.com/>

- Результаты голосования 1 ЭТАПА станут известны 5 марта 2024 и будут опубликованы на сайте: <https://cx-awards.com/>
- Результаты голосования 2 ЭТАПА станут известны 24 апреля 2024 на Церемонии в честь всех Финалистов Премии, где будут объявлены имена Лауреатов Премии.

Что делать если нас включили/не включили в этот список?

SHORT LIST – это «короткий» список или список финалистов Премии, в который включаются номинанты, отобранные членами Жюри на 1 ЭТАПЕ голосования.

Быть включенными в список финалистов Премии — это уже очень большое достижение!

Это означает, что члены профессионального Жюри отобрали лучших претендентов из общего числа, заявленных в номинации, и выделили их в отдельный список Финалистов.

Каждый участник из списка SHORT LIST получает **Диплом Финалиста** Премии CX WORLD AWARDS (в электронном виде). Если Вы увидели вашего номинанта в списке финалистов, то у Вас и Вашей команды появляется великолепный повод отпраздновать это высокое достижение во время Торжественной Церемонии в честь всех финалистов Премии, в окружении лучших из лучших в индустрии! В ходе Торжественной Церемонии будут названы имена Лауреатов во всех номинациях. Возможно, среди названных

будете Вы или Ваш номинант. У Вас и Вашей команды будет двойной повод отпраздновать не только выход в финал, но и признание!

Если Жюри не включило вашего номинанта в список Финалистов, не расстраивайтесь! Это значит, что есть куда расти и совершенствоваться, значит, что есть стимул в новом сезоне попробовать себя с новыми силами в этих же или в других номинациях Премии.

Члены Жюри могут голосовать за своих номинантов?

Нет. Член Жюри не может голосовать не только за своих номинантов, но даже за аффилированных с ними, например, нельзя голосовать за номинанта, представленного с членом Жюри под одним брендом, даже в разных странах, нельзя голосовать за номинантов дочерних, холдинговых компаний, филиалов и т. п. Причем это ограничение касается всей номинации, в которой представлен аффилированный номинант. Т. е. член Жюри не может голосовать и за конкурентов своего номинанта. Продюсеры Премии внимательно следят за выполнением этого ограничения.

Могу ли я войти в состав Жюри?

Да, разумеется, но при условии, что Вы обладаете соответствующим профессиональным и управленческим опытом, знаниями и мотивацией. Мы будем рады каждому профессионалу, который предложит себя в состав Жюри. Ежегодно в феврале экспертный состав жюри начинает свою работу. Работа в Жюри очень сложная, но очень интересная и полезная.

Обязательно ли участвовать в Церемонии Награждения и можно ли участвовать в награждении бесплатно?

Все места на Церемонии награждения, если она проводится в формате офлайн - платные, принять участие в награждении без предварительного бронирования и оплаты места невозможно.

Если Ваши номинанты были включены в короткий список Финалистов, то присутствие их на Церемонии Награждения способствует достижению вашей основной цели участия в программе номинирования - **мотивировать, поощрять и награждать лучших из лучших.**

Если члены Жюри решат, что ваш претендент лучший среди финалистов в выбранной номинации, и объявят его имя на Церемонии Награждения (как Лауреата), но при этом никто не поднимется на сцену для награждения..., мы уверены, что это будет неуважительно... прежде всего, по отношению к тому, кто получил признание Жюри и достоин награды.

Награждение Лауреатов возможно только на Церемонии. В исключительных случаях, по уважительной причине если Ваше участие в Церемонии невозможно, Вы можете потом прислать курьера за призом.

Желаем всем участникам удачи и победы!

ПО ВСЕМ ИНТЕРЕСУЮЩИМ ВАС ВОПРОСАМ

ВЫ МОЖЕТЕ СВЯЗАТЬСЯ С НАМИ:

T: +7 (499) 429 09 19

E: AWARDS@CX-FORUM.RU

