

## Приложение 2

Информация о Всероссийском открытом конкурсе «Проект 2.0: переход в цифру», организованном компанией ЕВРАЗ совместно с Всероссийским акселератором социальных инициатив RAISE

### О КОМПАНИИ

Что такое ЕВРАЗ как компания?

ЕВРАЗ — это глобальная горно-металлургическая компания с активами в России (5 городов), США, Канаде, Чехии и Казахстане.

ЕВРАЗ объединяет около 70 000 сотрудников по всему миру. Компания – один из мировых лидеров по производству продукции для инфраструктурных проектов, в том числе для железнодорожной индустрии. Собственная база железной руды и коксующегося угля практически полностью обеспечивает потребности компании.

Из стали компании построены:

- Спортивные объекты в Казани
- Спортивные объекты зимних Олимпийских Игр 2014 в Сочи
- Красноярская ГЭС и Саяно-Шушенская ГЭС
- Железные дороги России, стран СНГ и Северной Америки
- Международный аэропорт Гонконга
- Мост Уиллис Авеню в Нью-Йорке
- Государственный Кремлевский дворец в столице
- Москва-сити
- Вантовый мост во Владивостоке

Весной 2020 года произошел ребрендинг компании. Международным агентством были разработаны, а затем внутри локализованы новое видение и ценностей компании. Ребрендинг еще не завершился на все 100%, в том числе и в digital-каналах.

Миссия компании

- Лучшее будущее для партнеров, сотрудников и общества.
- Мы работаем, чтобы построить лучшее будущее.
- Мы обмениваемся экспертизой с нашими партнерами, совместно формируем стратегическое видение и внедряем оптимальные решения.
- Мы поддерживаем сотрудников в стремлении не останавливаться на достигнутом.
- Мы объединяем людей по всему миру и содействуем развитию общества.
- Мы создаем лучшее будущее

Ссылки:

- [Сайт](#).

Социальные сети:

- [Вконтакте](#)
- [Инстаграм](#)

- [https://ok.ru/evrazplc" target="\\_blank">Одноклассники](https://ok.ru/evrazplc)
- [Facebook](#)
- [Youtube](#)

## Задача конкурса

Необходимо разработать имиджевый/репутационный проект (digital-решение), который бы был актуален в следующих (на выбор) направлениях работы компании (конкретно — Функции Коммуникаций):

### I. Продвижение:

- информирование (и вовлечение) текущих сотрудников о новостях компании, новых программах и проектах в разных областях (безопасность на предприятиях, развитие и обучение сотрудников). Информацию об этом можно найти на официальном сайте в разделе «Устойчивое развитие» и в социальных сетях компании;
- информирование металлургической отрасли о передовых технологиях, программах и инструментах, которые интегрируются и реализуются внутри компании (ИТтехнологии, которые оптимизируют процесс производства на предприятиях, экологическая повестка). Об основных проектах и направлениях можно прочитать на официальном сайте в разделе «Пресс-релизы и новости» и в социальных сетях компании;
- информирование широкой общественности о благотворительной поддержке, которую оказывает компания, в том числе в городах-присутствия ЕВРАЗа (информацию о деятельности можно также найти на официальном сайте в разделе «Устойчивое развитие» и в социальных сетях компании).

или

### II. Создание:

- Социальные (благотворительные) digital-проекты, направленные на развитие местных сообществ (развитие навыков и компетенций, создание новых возможностей для всех возрастных групп) и технологии их продвижения.
- Имиджевый/репутационный проект в рамках данных направлений полностью формулируется участниками проекта на основе выявленной ими проблематики и трендов коммуникации в индустрии.
- Основной коммуникационный фокус проекта — повышение знаний о ЕВРАЗе как горно-металлургической компании, которая стремится построить лучшее будущее (подчеркиваем миссию нового бренда) и создать лучшие условия для своих сотрудников и местных сообществ.
- На какие целевые аудитории должен быть нацелен проект:

Для внутренних коммуникаций:

- офисные сотрудники
- сотрудники предприятий

Для внешних коммуникаций:

- потенциальные сотрудники

- местные сообщества в городах-присутствия ЕВРАЗа (жители городов и пригородных районов, органы власти, граждане и организации, получающие благотворительную помощь от ЕВРАЗа). Подробно о программах: <https://www.evraz.com/ru/sustainability/community-relations/>)
- металлургическая отрасль (релевантные горно-металлургические компании, профессиональные ассоциации, поставщики и партнеры)
- СМИ

#### Каналы коммуникаций

##### Внутренние:

- корпоративный портал для офисных сотрудников компании, в котором, среди прочего, есть новостная лента (с фото/видео) событий компании;
- мобильное приложение для офисных сотрудников и сотрудников предприятий, в котором, среди прочего, есть новостная лента (с фото/видео) событий компании;
- корпоративное ТВ для сотрудников предприятий: телевизоры, установленные в разрешенных местах на предприятиях;
- периодическая газета «Новости ЕВРАЗа», которая выходит в печатном и электронном виде;
- социальные сети, в которых преобладающее большинство подписчиков — сотрудники компании;
- рассылки по базе сотрудников.

##### Внешние:

- социальные сети, поскольку планируем в следующем году усилиться этот канал с точки зрения вовлеченности для внешней аудитории;
- официальный сайт [evraz.com](http://evraz.com);
- официальный сайт благотворительных проектов ЕВРАЗа (в разработке. Запуск в 1 кв.2021 г.).

#### Что подразумевается под digital-решением?

- Любая форма реализации, существующая в цифровой среде: сайт, мобильное приложение, кампания в социальных сетях, социальный проект с применением цифровых решений и так далее.
- Решение может быть мультиканальным/мультиплатформенным (затрагивать сразу несколько форм реализаций) и содержать в себе при острой необходимости offline (например, баннеры или мероприятие).

#### ТРЕБОВАНИЯ К СДАЧЕ

Проект должен включать в себя:

##### Направление I:

1. Анализ текущей ситуации коммуникаций компании (любые доступные каналы и источники). Макс 1-2 слайда с визуальным оформлением (диаграммы и тп).
2. Исследовательскую/аналитическую часть, в которой критически рассмотрены тренды во внешних коммуникациях с приземлением на отрасль и уже

реализованные проекты как в России, так и за рубежом. До 5 слайдов с визуальным оформлением (диаграммы и тп).

3. Четко сформулированную цель (описание результата проекта/достижимого эффекта) и задачи (способы достижения цели) с обязательной фокусировкой на целевые аудитории.

4. Описание механики проекта (с помощью чего будет достигнута цель, какие этапы включает процесс).

5. Оценку стоимости и сроков реализации, если есть такая возможность (необязательный пункт).

## Направление II:

1. Исследовательскую/аналитическую часть, в которой рассмотрены тренды и примеры социально-благотворительных проектов с максимальным применением онлайн и цифровых технологий, направленных на развитие местных сообществ или отдельных целевых групп. Рассмотреть опыт как в России, так и за рубежом.

2. Четко сформулированную цель (описание результата проекта/социального эффекта) и задачи (способы достижения цели) с обязательной фокусировкой на целевые аудитории.

3. Описание механики проекта (с помощью чего будет достигнута цель, какие этапы включает процесс).

4. Оценку стоимости и сроков реализации, если есть такая возможность (необязательный пункт).

Формат сдачи — презентация, собранная в удобной для команды программе (PowerPoint.Keynote, Google Slides) в формате pdf. Объем — не более 30 слайдов, не включая титульный и завершающий.