

# Редакционная политика сервисных коммуникаций

Инструкция и набор стандартов для авторов и редакторов ... по подготовке текстов сервисных рассылок.

## 1. О продукте

...

## 2. Тональность

...

## 3. Цели, задачи и принципы

...

### 3.3. Фокус на задаче клиента

Мы делаем акцент на том, что важно для клиента. У предпринимателя нет задачи «предоставить документы в банк», но есть задача «не потерять доступ к расчётному счёту». Задача автора — понять, какую задачу клиента должна решить рассылка.

#### Автор не думает о задаче клиента

Уважаемый клиент, обновите персональные данные.

В нашей сети 16 000 отделений и 78 000 банкоматов.

Сбербанк стабильно работает на протяжении более 150 лет.

#### Автор понимает задачу клиента

Уважаемый клиент, чтобы сохранить доступ к счёту, обновите персональные данные.

Отделения Сбербанка есть в каждом городе России: Вы всегда сможете обратиться за помощью.

Сбербанк — самый надёжный банк в стране. Ваши деньги защищены законом, Ваши персональные данные — современными технологиями.

...

### 3.6. Формула удачной рассылки

Понять задачу + Описать решение + Быть в мире клиента

...

## 4. Задачи автора

...

...

## 5. Как работать с текстом на уровне смысла

### 5.1. Понять пользу рассылки

Задача — определить, что важного в сообщении, и дать предпринимателю конкретную инструкцию. Для этого автор опирается на принцип исчерпывающей информации.

#### [3.7. Принцип исчерпывающей информации](#)

Вероятно, автор не сможет ответить на эти вопросы самостоятельно. Тогда автор обращается к бизнес-заказчику рассылки и выясняет детали. Если автор не может ответить на вопросы, переходить к тексту рано.

### 5.2. Повысить информативность

Чтобы клиент не терял время и понимал, что от него требуется, мы повышаем информативность рассылок: ставим полезное в начало, убираем лишнее и объясняем сложное.

#### 5.2.1. Поставить пользу в начало

У каждого сервисного сообщения есть цель — донести важную информацию или побудить клиента к определённому действию. Автор выносит эту цель в начало рассылки: в тему, лид или 1-е предложение. Читатель должен сразу понять, что произошло, как это повлияет на его бизнес и что делать дальше.

#### **Польза спрятана**

Уважаемый клиент! Мы получили Ваше согласие на оформление зарплатного

#### **Польза впереди**

Уважаемый клиент, для оформления зарплатного договора воспользуйтесь

проекта! Для завершения процедуры подойдите в удобный офис банка. Вам понадобятся документы, подтверждающие полномочия ЕИО или иного уполномоченного лица, паспорт, Информационные сведения клиента и Устав. В отделении по месту ведения счёта достаточно иметь только паспорт; для доверенного лица — паспорт + доверенность.

...

дистанционным сервисом в Сбербанк Бизнес Онлайн  
<http://s.sberbank.ru/h/6jZr2HQ1s73ip>.

### 5.2.2. Убрать лишнее

Автор избегает второстепенной информации, если она мешает считать пользу. К деталям или продвижению дополнительных сервисов относимся осторожно: если из-за них читатель может забыть про основную цель сообщения, опускаем их.

#### Лишние детали

С 18.09.2019 выводится из эксплуатации старая версия Сбербанк Бизнес Онлайн. Для работы в новой версии Вам потребуется обновить браузер. Рекомендуемые браузеры: Google Chrome v 59+, Mozilla Firefox v 50+, Internet Explorer v 11+, Safari v 10+. Руководство пользователя: ссылка.

...

#### Без лишних деталей

Старая версия Сбербанк Бизнес Онлайн не поддерживается с 18.09.2019. Обновите браузер, чтобы продолжить работу. Инструкция: ссылка.

### 5.2.3. Пояснить сложное

Сообщение может содержать сложные сущности, например, изменения в законодательстве или тарифах, инструкцию к сервису. В таком случае автор упрощает текст: поясняет, как изменения повлияют на клиента, и детально раскрывает шаги, которые нужно сделать. Автор не просто передаёт клиенту информацию, а помогает решить задачу. Когда задача требует пояснений, автор раскрывает сложные моменты.

#### В мире банка

Уважаемый клиент!

Самоинкассация по коду будет отключена

#### В мире клиента

Уважаемый клиент!

Самоинкассация по коду будет

с 01.09.2019. Подключите новую услугу «Самоинкассация по логину и паролю» в Сбербанк Бизнес Онлайн.

отключена с 01.09.2019. На смену придёт услуга «Самоинкассация по логину и паролю».

Как воспользоваться новой услугой:

1. Создайте шаблон в Сбербанк Бизнес Онлайн в разделе «Продукты и услуги» → «Самоинкассация».
2. Создайте карточку вносителя, укажите актуальный номер мобильного, привяжите шаблон.
3. Подпишите карточку вносителя. На указанный номер придёт СМС с логином и паролем.
4. Для зачисления средств через банкомат выберите «Прочие услуги» → «Самоинкассация по логину и паролю».

...

### **5.3. Разобраться с неизвестной темой**

Бывает, что автору нужно написать сообщение на тему, в которой он не разбирается. Автору сложно понять, в чём польза сообщения и как объяснить сложное. В такой ситуации проще всего переписать вводные от бизнес-заказчика и не погружаться в тему, но такой подход не решит задачу клиента.

Когда автор пишет на неизвестную тему, он связывается с бизнес-заказчиком и детально расспрашивает о сообщении и задаче. Автор погружается в новость и задачу, пока не сможет ответить на ключевые вопросы. Автор не использует термин, если не понимает его смысл.

...

...

## **6. Как работать с текстом на уровне синтаксиса всей рассылки, абзаца и предложения**

Синтаксис — это то, как автор связывает мысли: формулирует предложения, составляет абзацы, собирает структуру. Хороший синтаксис делает рассылку понятной и информативной. Плохой синтаксис заваливает её деталями, мешает

доносить пользу. Автор стремится к тому, чтобы мысли были логично связаны на всех уровнях: от заголовка и структуры сообщения до абзацев и отдельных предложений.

## 6.1. Подобрать заголовок

Мы используем заголовки, чтобы коротко рассказать суть новости или объяснить, почему сообщение важно прочитать. Если заголовок не сообщает новой информации, его нужно переформулировать. Удачный заголовок помогает клиенту быстро понять, что произошло и что от него требуется.

В заголовках рекомендуем избегать крылатых выражений, пословиц, афоризмов и игры слов. Заголовок не может состоять из слова «Важно!» или «Внимание!». Это не даёт клиенту новой информации и не создаёт стимула прочитать рассылку. Лучше руководствоваться принципом «поставить пользу в начало». Информативный заголовок решает задачи предпринимателя и банка лучше, чем зазорная шутка.

### Не пишем

#### Информируем!

Со 2 сентября изменятся тарифы на переводы, выдачу наличных, стоимость платежей и некоторых пакетов услуг.

...

### Пишем

#### Мы меняем тарифы

Со 2 сентября изменятся тарифы на переводы, выдачу наличных, стоимость платежей и некоторых пакетов услуг.

## 6.2. Структурировать сообщение

Мы структурируем сообщение так, чтобы клиент понял, что изменилось и что теперь делать. Для этого мы описываем изменение в мире клиента, пишем короткую инструкцию и указываем, где можно узнать детали. Как может выглядеть структура сообщения:

### Структура

### Сообщение

1. Сообщаем, что случилось.

Самоинкассация по коду будет отключена с 01.09.2019.

2. Сообщаем, что меняется для клиента.

На смену придёт услуга «Самоинкассация по логину и паролю».

3. Что нужно сделать, чтобы всё работало — коротко.

Чтобы воспользоваться услугой:

1. Создайте шаблон в разделе «Продукты и услуги».
2. Создайте карточку вносителя.

3. Для зачисления средств через банкомат выберите «Прочие услуги» → «Самоинкассация».

4. Где узнать подробнее.

Подробнее на сайте: [www.sberbank.ru/samo](http://www.sberbank.ru/samo).

...

### 6.3. Структурировать абзац

Абзац состоит из трёх частей: вводного предложения, раскрытия мысли и заключения. В первом — вводном — предложении автор описывает ключевую мысль. Затем раскрывает её или поясняет на примерах. В заключении подводит итог. Абзац — это законченная мысль.

На уровне абзаца мы также стремимся использовать принцип «поставить пользу в начало». Главная мысль должна содержаться уже в первом предложении абзаца: если клиент не прочитает дальше, он всё равно узнает главное. Абзац не должен начинаться с пояснения второстепенных деталей.

Абзац начинается с объяснения, что случилось: автор рассказывает новость, сообщает об изменениях в законодательстве или работе приложения. И только потом объясняет решение проблемы.

#### Не пишем

Сервис телемедицины DocDoc — целый год за 0 ₽. В подарочный пакет входят онлайн-консультации терапевта и педиатра 24/7 и 7 консультаций других специалистов. Другие акции ищите на сайте.

#### Пишем

Пользователи Сбербанк Бизнес Онлайн получают бесплатный годовой доступ в сервис телемедицины DocDoc. В пакет входят онлайн-консультации терапевта и педиатра и 7 консультаций других специалистов.

Чтобы узнать о других акциях, перейдите на сайт [www.sberbank.ru/marketing](http://www.sberbank.ru/marketing).

...

Мы следуем принципу «один абзац — одна мысль». Если автор хочет донести две мысли в одном сообщении, то необходимо разделить его как минимум на два абзаца. Не рекомендуем раскрывать в одном абзаце несколько тезисов — такой текст сложно читать.

...

...

## 6.8. Проверить себя

На уровне синтаксиса автор делает так, чтобы сообщение было удобно читать и клиент смог выполнить поставленную задачу. Как понять, что автор подобрал удачный синтаксис:

1. Сообщение начинается с информативного заголовка. Структура сообщения построена так, чтобы предприниматель понимал, что случилось, что ему нужно сделать и как это сделать.
2. Сообщение и каждый абзац начинаются с главной мысли. После этого автор раскрывает главную мысль. В конце каждого абзаца и всего сообщения автор подводит итог.
3. Синтаксис простой. Один абзац — одна мысль. Одно предложение — одна мысль. Если необходимо, автор раскрывает сложные сущности по цепочке, но не усложняет предложения и абзацы.
4. В сообщении нет неуместных эмоций, лирических отступлений и риторических вопросов.

## 7. Как работать с текстом на уровне слов

Редактура на уровне слов — последний шаг при подготовке текста рассылки. На этом уровне автор делает текст ёмким и понятным. Для этого подбирает сильные формулировки, убирает лишнее и упрощает сложное.

### 7.1. Использовать простые слова вместо сложных

Эффект от рассылки будет низким, если читатель не поймёт, что произошло и как событие касается его бизнеса. Чтобы информация была максимально понятной для клиента, автор использует простые слова и формулировки.

#### Не пишем

Мы предложим сотрудникам  
использовать действующую дебетовую  
карту Сбербанка для получения зарплаты  
вместо выпуска новой карты.

...

#### Пишем

Если у сотрудника уже есть карта  
Сбербанка, можно использовать её как  
зарплатную.

## 7.2. Приводить факты вместо оценок

Мы используем факты, чтобы донести информацию до клиента. Их не нужно усиливать и приукрашивать. Факты произведут более сильное впечатление, чем оценочные суждения.

### Не пишем

Работа с документами в удобном интернет-банке.

Бизнес-карта Сбербанка — это новый уровень комфорта в работе с расчётным счётом 24/7.

Рады сообщить, что работать в приложении стало ещё удобнее! Интерфейс стал проще и понятнее.

...

### Пишем

В интернет-банке можно выставить счёт или оплатить штраф за несколько кликов.

Чтобы платить бизнес-картой с расчётного счёта, не нужно готовить платёжные поручения.

Мы улучшили интерфейс в приложении: отправляйте рублёвые и валютные платежи за два нажатия.

## 7.3. Убрать канцеляризмы

В деловой переписке, законодательных актах и документах часто используют сложные обороты. Они могут быть уместны в профессиональной среде или в официальных бумагах, но в коммуникации с клиентом автор заменяет их на простые синонимы.

### Не пишем

При наличии вопросов по суммам и основанию исполнительного листа обращайтесь к судебному приставу.

...

### Пишем

Если у Вас остались вопросы по исполнительному листу, обратитесь к судебному приставу.

## 7.6. Убрать страдательный залог

Страдательный залог усложняет чтение и может запутать читателя: в страдательном залоге не всегда понятно, кто совершает действие. Если в предложении легко определить объект и субъект действия, автор предпочитает действительный залог.

### Не пишем

### Пишем

Проведены списания по исполнительному документу от Федеральной службы судебных приставов.

Банк списал с Вашего счёта 2000 ₽ по исполнительному документу от Федеральной службы судебных приставов.

...

...

## **8. Каналы коммуникации**

...

## **9. Рекомендации по работе с текстом**

### **9.1. Как проверить текст на соответствие тональности**

...

### **9.2. Заголовки, подзаголовки и лид**

...

### **9.3. Порядок работы с текстом**

...

## **10. Жанры коммуникации**

...

## **11. Редакционно-издательское оформление**

...