

ЧАСТЬ 1



ВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Задача активности в соцсетях — решать проблемы людей

Миссия соцсетей — решать проблемы людей.

Польза от соцсетей — в решении проблем людей.

Если пост не решает проблему человека, его не стоит публиковать.

Если из поста непонятно, какую проблему человека он решает, его стоит переписать, чтобы стало понятно.

Ни одна новость, ни одна заметка, ни одна ссылка не могут появиться в соцсетях госуслуг, если они не решают проблему человека.

1.1 Тональность общения

Соцсети госуслуг — это лицо государства.

Для многих граждан госуслуги — это единственная точка контакта с государством. Государство спокойное, дружелюбное, уважительное. Общение в соцсетях проходит в нейтральном информационном стиле.

Главное в общении — полезная информация и факты, а не эмоции, заигрывание и реклама. Следует избегать излишней эмоциональности в сообщениях, восклицания создают ощущение неформальности.

! Нельзя панибратствовать и «тыкать».

Государство — не подружка. Вместо нарочитой неформальности и излишнего дружелюбия — полезная информация и факты.

- ✗ Ты уже готов оформить загранпаспорт?
Поехали, дружище! На носу май!
- ✓ Начните оформлять загранпаспорт сегодня,
чтобы успеть к майским праздникам.

! Нельзя шутить.

Государство — не Павел Воля. Также нельзя: прикалываться, подстебывать, троллить, иронизировать, ерничать.

- ✗ В Египет не вариант? Отправляйтесь
в Крым, там не нужны загранпаспорта!
- ✓ Чтобы поехать в Крым, не нужен
загранпаспорт.

! Нельзя говорить от лица редакции.

Государство — не редакция. В соцсетях госуслуг нет сущности редакции. Нет лица, от которого идет повествования. Нет «мы», которые «расскажем вам». Единственный случай, когда можно использовать «мы» — при проведении конкурсов и викторин, в которых портал госуслуг («мы») что-то разыгрывает и дарит.

- ✗ Сегодня мы расскажем вам, как правильно
подать заявление на оформление ООО
- ✓ Как правильно открыть ООО:
советуют госуслуги

1.2

Канцеляризм запрещен

Всё, что похоже на «язык чиновников» — запрещено.

Любую запись, которая выглядит, как официальный документ или регламент, необходимо переписать простым языком. Критерии оценки степени официальности остаются на усмотрение редакции.

Некоторые категории слов и фраз запрещены во всех случаях.

- ⚠ Запрещены фразы с отглагольными существительными:**
осуществлять деятельность, проводить работы, оказывать содействие, принимать меры по обеспечению и др.
- ⚠ Запрещены указания «выше» и «ниже» и подобные:**
нижеприведенный, нижеследующий, последующий, следующий, данный, этот, вышеназванный, вышеуказанный и др.
- ⚠ Запрещены полные наименования министерств и ведомств:**
Министерство здравоохранения и социального развития --> Минздрав.
- ⚠ Запрещены технические подробности:** по ссылке, здесь, тут, там, заполните форму, файл, сервер, система, сервис, шлюз, данные.
- ⚠ Запрещен страдательный залог:** работы проведены.

! Существует простое правило для определения канцеляризмов:

Прочитайте текст вслух.
Если звучит, как официальный документ —
перепишите более простым языком.

Примеры удачных и неудачных коммуникаций:



Который выдается сроком на 5 лет

Обращаем ваше внимание, что ребенка
можно вписать...

Уведомляем вас, что до 30 августа можно...

Процедура внесения ребенка в
загранпаспорт может составить до 3 недель

Для оказания вышеуказанных услуг....

Количество россиян, зарегистрированных
на портале госуслуг, за первый квартал
2015 года выросло на 1,8 млн и составило
14,8 млн человек.



Который выдается на 5 лет

Ребенка можно вписать...

До 30 августа можно...

Заложите на внесение ребенка в заграничный паспорт
хотя бы 3 недели

Чтобы оформить или поменять паспорт, приходите...

Весной 2015 года на госуслугах зарегистрировано
14,8 миллиона человек — это на 1,8 миллиона
больше, чем зимой.

1.3 Жанры записей

В соцсетях госуслуг бывает три типа постов по содержанию:

→ **Возможность**

Возможность раньше была на портале, мы о ней просто напоминаем.

→ **Событие**

Что-то изменится или изменилось: добавилось, пропало, улучшилось.

→ **Совет**

Решаем насущные проблемы людей с помощью наших знаний.

1.3.1

Жанр записи «Возможность»

Смысл такого поста — рассказать о возможности, о которой, вероятно, человек еще не знал, чтобы человек получил от этой возможности пользу.

Пост делается в формате инструкции, как получить определенную пользу. Начало поста должно строиться вокруг ответа на вопрос «Как?» и формулировки пользы:

Типовая структура поста:

1. Введение-заголовок: «Как сделать что-то полезное в такой-то ситуации»
2. Краткое пояснение, что это за процесс и какие у него особенности
3. Обзорная инструкция
4. Ссылки



Базовый принцип:

Следует стараться написать ключевые слова как можно ближе к началу поста

! В poste-возможности можно создавать пошаговые инструкции.

- Каждый шаг в инструкции должен быть последовательно пронумерован;
- Инструкция должна носить обзорный и принципиальный характер;
- Инструкция должна состоять не более чем из 7 элементов;
- Запрещены инструкции, описывающие действия с интерфейсом портала;
- Инструкция должна включать в себя действия за пределами портала;
- Нельзя дублировать в инструкции действия, уже описанные в регламенте оказания услуги на портале.

Чтобы оформить ИП:

1. Подайте заявление через госуслуги
2. Соберите оригиналы документов и сделайте копии
3. Отвезите документы в ФНС или МФЦ. Куда именно и во сколько приехать, вы укажете при подаче заявления
4. Посетите ФНС или МФЦ второй раз, чтобы забрать оригиналы документов

! Если у одной возможности несколько вариантов, условий или путей — они также нумеруются.

Для детей младше 14 лет есть три варианта оформить паспорт:

1. Получить загранпаспорт старого образца...
2. Получить биометрический загранпаспорт...
3. Быть вписанным в загранпаспорт родителя...

! Во всех списках пункты должны начинаться похоже.

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| ✗ Зарегистрироваться... | ✓ Зарегистрируйтесь... |
| Подайте... | Подайте... |
| После этого вводим... | Введите... |

1.3.2 Жанр записи «Событие»

Задача такого поста — рассказать об изменении, которое помогает людям решить их проблему или предотвратить новую.

Обязательно опишите, как было раньше и как стало теперь, а также что делать дальше. Хороший пост этого типа сразу захватывает внимание читателя, потому что апеллирует к его интересу (практической пользе).

Пост-польза должен быть привязан по времени к временному поводу: дате сдачи отчетности, уплате налогов, началу отопительного сезона и т.д. Должно быть очевидно, почему чем-то нужно заниматься именно сейчас.

Типовая структура поста:

1. В чем польза — то, ради чего этому стоит уделить внимание
2. Что произошло — что изменилось по факту
3. Как было (или будет) до изменения
4. Как стало теперь (все релевантные подробности)
5. Как этим воспользоваться (что делать дальше)

В чем польза:	Больше не нужно идти в банк, чтобы оплатить штрафы ГИБДД.
Что произошло:	На портале госуслуг появилась возможность не только проверить, но и оплатить штрафы. К оплате принимаются банковские карты и электронные деньги.
До события:	Ранее пользователи портала госуслуг могли только проверить свои штрафы в базе ГИБДД. Несмотря на то, что они получали самую актуальную информацию, для оплаты все равно нужно было идти в банк.
После события:	Теперь платежи проходят прямо на портале госуслуг. Платежный партнер — «...». Платежи без комиссии.
Что делать:	Чтобы проверить и оплатить штрафы, войдите на портал госуслуг и введите номер водительского удостоверения и свидетельства ТС. Подробнее: (ссылка)

В посте жанра «событие» запрещены вступления любого рода.



Запрещены приветствия и обращения:

Привет! Здравствуйте! Друзья!



Запрещены вступления «издалека»:

Ни для кого не секрет, что налоги нужно платить...



Запрещены вступления-истории:

С 1 января мы вводим... и теперь...

1.3.3 Жанр записи «Совет»

Посты жанра «Совет» могут появляться в любое время и не привязаны ко временным рамкам и информационным поводам.

Типовая структура поста:

1. **Заголовок:** описание полезного действия;
2. **Краткое описание проблемы и ее решения:** что делать, куда обращаться;
3. **Расширенное описание совета:** как именно действовать;
4. **Дополнение:** почему эта проблема и почему сейчас.

Заголовок:	Как не опоздать с оплатой транспортного налога
Главное:	1 октября — последний день, когда можно оплатить транспортный налог. Чтобы успеть с платежом, оплачивайте за 2–3 дня до крайнего срока. Оплатить налог можно из любого интернет-банка, если у вас есть квитанция из налоговой.
Подробности:	Если квитанции нет, проверьте свои налоговые начисления на nalog.ru . Для входа можно использовать ваш пароль от госуслуг. Если вы впервые пользуетесь сайтом nalog.ru , то на формирование вашей налоговой истории может уйти 2-3 дня, поэтому не откладывайте оплату на последний момент.
Фоновая информация:	Транспортный налог платят все россияне, на которых зарегистрированы транспортные средства: машины, грузовики и лодки. Налог платится ежегодно до 1 октября за прошлый год. Начисляет налог ФНС с июня по август, но не позднее 30 августа.

1.4 Взаимодействие с подписчиками

От имени госуслуг всегда говорит спокойное и дружелюбное государство. Агрессия, претензии и эмоции не должны влиять на тональность ответов.

Цель общения — помочь подписчику решить его проблему или поблагодарить за поддержку. Главный компонент работы с подписчиками — помощь в решении проблем и консультации по продукту.

Общие правила общения

- Обязательно назвать человека по имени;
- В любом комментарии призвать к действию: что делать дальше;
- Дать исчерпывающую информацию для дальнейших действий;
- Задавать уточняющие вопросы.

Довольный пользователь

Поддерживаем его энтузиазм, благодарим за пользование госуслугами

- Настя, спасибо за поддержку! Рекомендуйте приложение друзьям!
- Алина, рады, что вам нравится! Вступайте в группу, будем сообщать о новостях.
- Анна, передадим команде, спасибо! Следите за новостями!
- Ксения, это здорово! Рады за вас! Спасибо, что пользуетесь госуслугами. Растите большими!
- Мария, спасибо за неравнодушие! Напишите о своем опыте подробнее. Нашим подписчикам будет интересно узнать, как все прошло

! Недовольный пользователь

Следует действовать в следующем порядке:

1. Дать подписчику понять, что его жалоба услышана, он замечен
2. Выяснить подробности и обстоятельства проблемы, по возможности направляя читателя на линию поддержки
3. Если читатель не перешел на линию поддержки, дать конкретные рекомендации по устранению проблемы.

! Строго запрещено

- Оправдываться в ответ на критику: «Это не на нашей стороне»
- Извиняться за действия или бездействие других ведомств: «Извините за задержку, нам долго отвечают из МВД»
- Использовать оценочные суждения при описании работы коллег или действий подписчика: «Сайт nalog.ru сегодня плохо работает»
- Цитировать или ссылаться на регламенты оказания госуслуг
- Оставлять комментарии без ответа

При общении с подписчиками редакция — оплот спокойствия, уверенности и добра.

На любую агрессию редакция должна отвечать спокойно, уважительно и по-доброму. За любое положительное высказывание в адрес госуслуг редакция благодарит читателя. Нет такого комментария, который может задеть редактора лично, заставить его наглубить, подшутить или как-либо еще отойти от линии спокойствия, уверенности и добра.

ЧАСТЬ 2



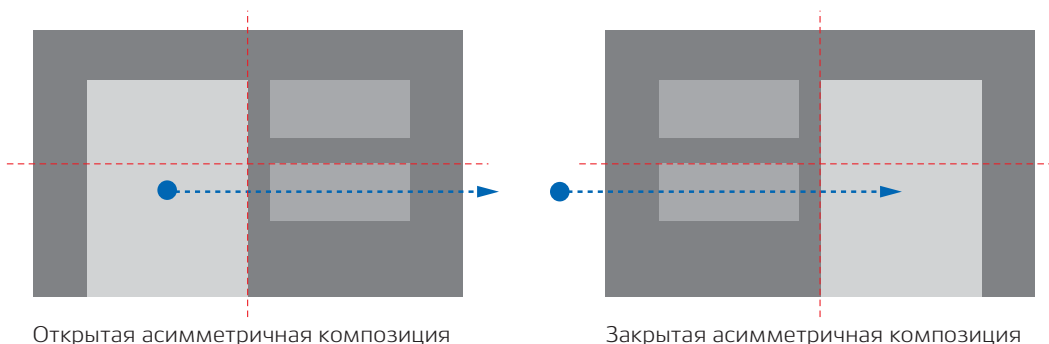
ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

2.1 Композиционные решения

При оформлении публикаций следует использовать открытые/закрытые асимметричные композиции.

Открытой или закрытой композиция называется по признаку наличия/отсутствия значимых препятствий при движении глаз реципиента вправо от оптического центра композиции.

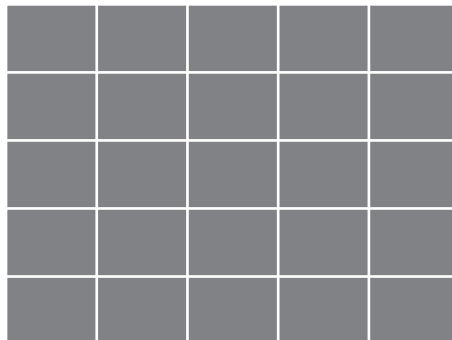
Симметричной/асимметричной композиция считается по признаку выраженного наличия вертикальной или горизонтальной осей симметрии.



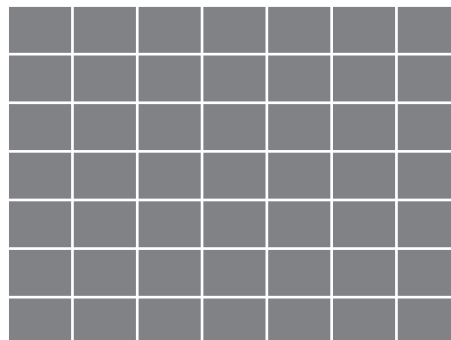
2.2 Модульная сетка

Так как предпочтение отдается асимметричным композициям, применяется модульная сетка с нечетным (5x5, 7x7) числом рядов/колонок

Эта же сетка используется для контроля площади, которую занимает текстовая часть, если специфика площадки накладывает подобное ограничение.



Модульная сетка 5x5



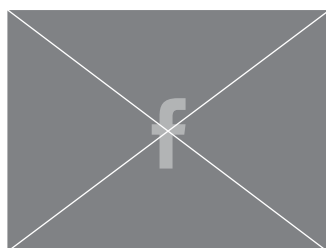
Модульная сетка 7x7

2.3 Типовые форматы

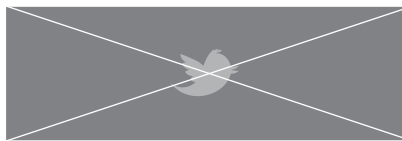
На основе проведенных аналитических работ были выбраны 3 наиболее подходящие для промо-целей Госуслуг соцсети: **Facebook, ВКонтакте и Twitter.**

Для проведения промо-акций используются три наиболее крупных типоразмера, по одному для каждой из социальных сетей.

Описание композиционных решений и примеры относятся, в первую очередь, к этим форматам.



Facebook: 1200x900



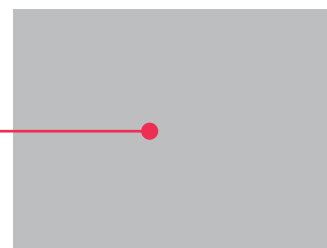
Twitter: 1500x500



ВКонтакте: 1000x500

Таблицы с размерами прочих форматов приведены ниже.

 Facebook	Рекомендованный размер	Минимальный размер	Максимальный размер
Facebook timeline			
Загруженное в timeline	1200x900	—	504x
Подгружаемое (ссылка)	484x252	—	484x252
Подгружаемое (малое)	—	—	114x114
Новостная лента / Главная страница			
Добавленное изображение	470x352	x394	470x394
Подгружаемое (ссылка)	470x246	470x246	470x246
Загруженное в timeline	470x246	—	—
Timeline профиля пользователя			
Фото профиля	180x180	160x160	—
Фото обложки	851x315	399x150	—
Загруженное в timeline	1200x900	—	504x
Добавленное видео	504x	504x	504x



 Twitter	Рекомендованный размер	Минимальный размер	Максимальный размер
Фото профиля	400x400	200x200	—
Главное изображение	1500x500	—	—
Изображение в ленте	506x253	440x400	1024x512
Видео (Youtube)	—	480x360	480x360
Ссылка	—	499x	499x



 ВКонтакте	Рекомендованный размер	Минимальный размер	Максимальный размер
Миниатюра аватара	200x200	—	—
Аватар	200x500	—	—
Закрепленная запись	506x253	—	395x
Меню	—	—	388x
Изображение на стене	800x525	—	1000x500
ТГБ, графика	65x90	—	—



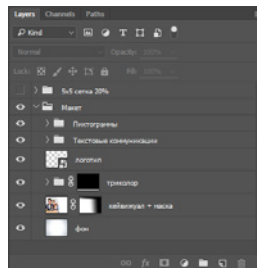
2.4 Структура и соподчиненность



Верхняя группа — пиктограмма услуги, тексты первичного и вторичного сообщений, логотип и слоган, все на прозрачном фоне. Пиктограммы включены в шаблоны, нужная выбирается включением слоя.

Средняя группа — основное изображение (hero image) под градиентной маской. Обычно, четко видимая часть изображения занимает от трети до половины формата. Левый край изображения может либо маскироваться, либо уходить «навывел».

Нижняя группа — светлый фон с незначительной виньеткой. Прозрачность виньетки можно изменять. Фон занимает 100% формата.



Структура папок и слоев в .psd

2.5 Типографика

Изображение может содержать либо только первичную коммуникацию, или совокупность первичной и вторичной коммуникаций. Кегли можно варьировать в зависимости от размера изображения, но единство характера форм является необходимым, и достигается через соблюдение нескольких несложных правил:

ALS Ekibastuz Black #0066B3
ALS Ekibastuz Black #EE2F53

основное сообщение
акцент в основном сообщении

ALS Ekibastuz Bold #0066B3
ALS Ekibastuz Bold #EE2F53

дополнительное сообщение
акцент в дополнительном сообщении

beta.gosuslugi.ru

ALS Ekibastuz Black, #EE2F53

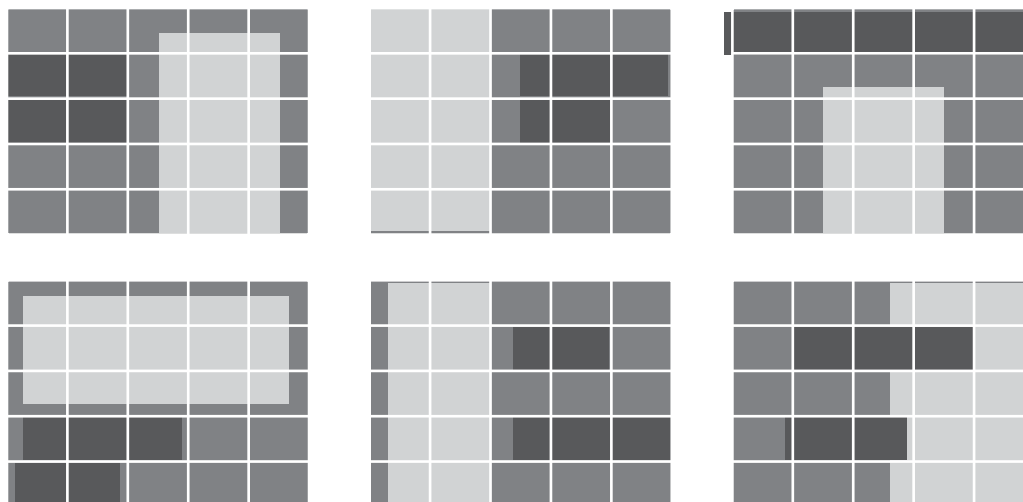


Правило набора:

Если в коммуникации несколько строк, то простое правило поможет сверстать их аккуратно:
интерлиньяж = кегль + 2pt

2.6 Проверка на 20%

После появления в макете текстов, следует проверить их по сетке. Согласно правилам Fb, текст не должен занимать больше 20% изображения (располагаться более, чем в 5 любых ячейках сетки)



Варианты компоновки текста в рамках 20% площади формата

И так далее. Вариантов может быть довольно много, учитывая тот факт, что текст не обязан располагаться строго по сетке: она лишь контролирует его распределение по плоскости.

2.7 Стилистические требования к используемым изображениям

Фотоизображения, используемые при создании рекламных коммуникаций бренда, должны транслировать простоту, дружелюбие, открытость, позитивное настроение и яркие эмоции.

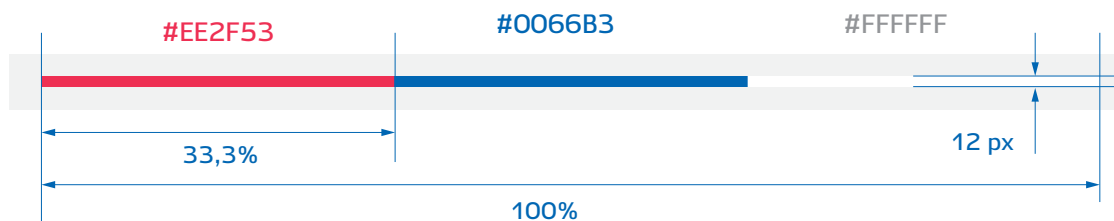
Фотоизображения должны прямо или косвенно отражать жизненные ситуации людей — потребителей государственных услуг.



- Фотоизображение должно соответствовать стилю, характеру и настроению бренда: быть простым, дружелюбным, открытым и позитивным.
- При поиске фотоизображений избегать использования образов людей не славянской внешности. Герои на фото должны быть похожи на людей, проживающих на территории РФ.
- При поиске фото с людьми необходимо избегать чересчур позитивных эмоций и группового веселья. Эмоции на снимках должны быть реальны: важно, чтобы человек узнавал себя в коммуникациях бренда.
- Образы людей в рекламе должны находиться в комфортном, благополучном окружении и соответствующей жизненной ситуации. Следует избегать комичных и анекдотных образов.
- Фотоизображение должно содержать тот контекст, о котором в сообщении идет речь. Например, жизненные ситуации, которые происходят с автомобилем, домом, с детьми, в семье, на работе и т.д.
- Если фотоизображение не содержит образ человека, в таком случае основной фокус должен быть на атрибуте жизненной ситуации (например: светофор, паспорт, водительские права и прочие объекты).
- Фотоизображения должны быть максимально естественными, из реальной жизни, без ярко выраженной ретуши и явной компьютерной обработки снимка.
- В содержании отдельно взятого изображения не должны фигурировать предметы с логотипами брендов-производителей.
- При поиске фотоизображений необходимо учитывать плотность содержания снимка. Стараться использовать фото с насыщенным, контрастным фоном.

2.8 Прочие стилеобразующие элементы

Для того, чтобы подчеркнуть принадлежность изображения к бренду электронных госуслуг, может использоваться плашка из трех сегментов, окрашенных в цвета триколора. Плашка всегда размещена в нижней части изображения, и имеет следующие характеристики:



В макетах также могут присутствовать пиктограммы госуслуг с различной степенью размытости (gaussian blur для придания эффекта глубины резкости).



Использование логотипа госуслуг и одного из слоганов регламентируется руководством по использованию фирменного стиля.

2.9 Примеры макетов



Паспорта, регистрация и автодокументы: на новом портале появились еще пять услуг



Узнать, есть ли у вас налоговая задолженность, теперь можно на портале beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



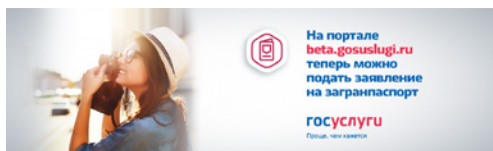
Подать заявление на постоянную регистрацию можно на портале beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



Подать документы на регистрацию машины можно на портале beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



На портале beta.gosuslugi.ru теперь можно подать заявление на загранпаспорт

госуслуги
Проще, чем кажется



Подать документы на водительские права можно на портале beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



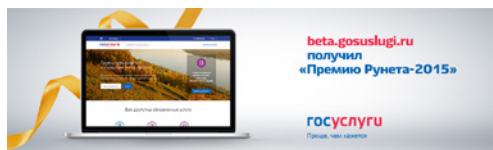
Поменять российский паспорт стало проще: заявление теперь можно подать через beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



Теперь записаться на прием в поликлинику можно через портал beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



beta.gosuslugi.ru получил «Премия Рунета-2015»

госуслуги
Проще, чем кажется



Оплатить госпошлину за загранпаспорт теперь можно на портале beta.gosuslugi.ru

госуслуги
Проще, чем кажется



rocketmind.ru
hello@rocketmind.ru

Rocketmind
STRATEGY & DESIGN