

Руководство по оформлению email-рассылки

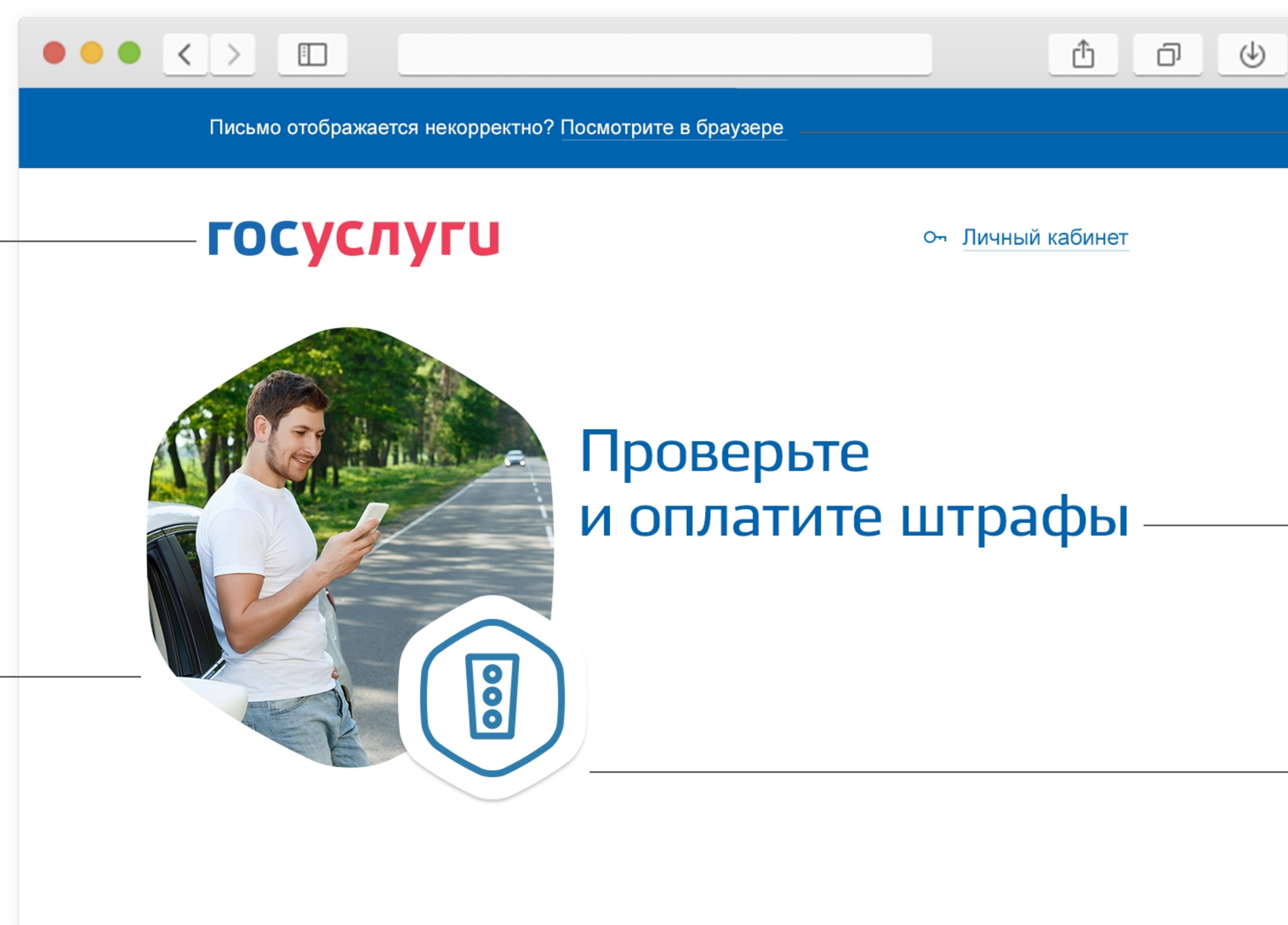
Первый экран

Узнаваемость

Размещаем логотип Госуслуги в кириллическом виде. Используем вариант логотипа на белом фоне

Стиль фотоизображения

Фотоизображение, используемое в баннере, должно транслировать простоту, дружелюбие, открытость, позитивное настроение. Важно, использовать одинаковые изображения во всех рекламных каналах



Удобство чтения

Иногда подписчику неудобно читать письмо сейчас или у него отключены картинки, поэтому размещаем ссылку на веб-версию. Это позволяет открыть письмо в браузере и вернуться к чтению позже

Баннер

Размещаем визуал, соответствующий услуге и теме письма. Пишем побуждающий полезный заголовок, который обозначает выгоду и пользу от предлагаемой услуги.

Используем фирменный шрифт: ALS Ekibastuz Regular

Дополнительная идентификация бренда

Иконку услуги или портала размещаем на фотоизображении

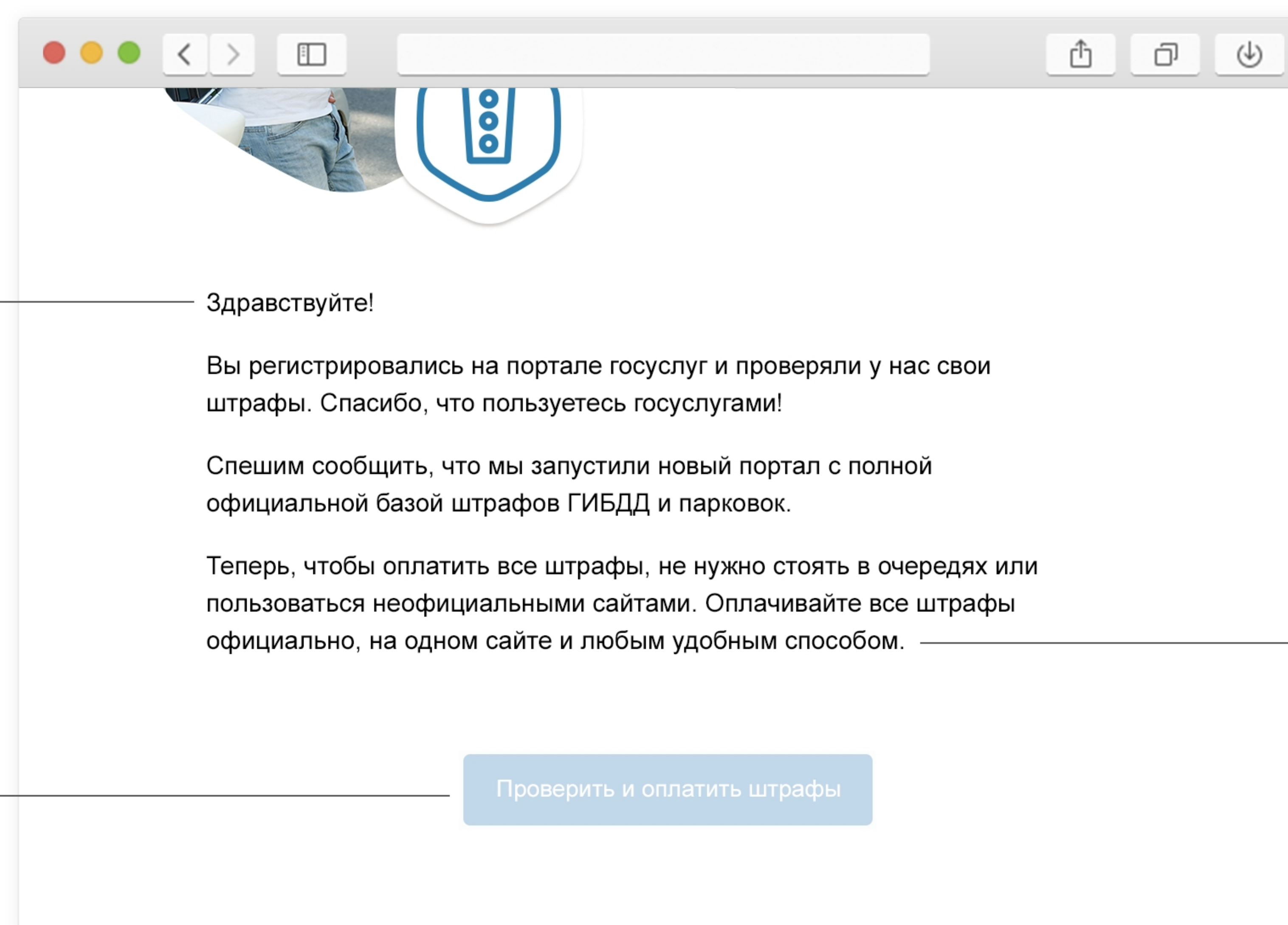
Информационный текст

Приветствие

Стандартное для всех писем: обезличенное и уважительное

Целевое действие

Размещаем кнопку на первом экране, если услуга предполагает множественный выбор. Кнопку располагаем в тексте или над блоком инструкции. Если выбора нет, то кнопка размещается один раз в блоке инструкции



Основная часть

Сразу после приветствия в письме должно быть не менее двух абзацев, которые ответят на три вопроса читателя:

1. «Почему вы мне пишете?» — обязательно!
2. «Что вы хотите мне сообщить?»
3. «Что дальше?»

Во втором и следующих абзацах доносим сначала суть. Обязательно ответить на вопросы:

1. «Почему это важно?»
2. «Почему именно сейчас?»

Инструкция

Заголовок инструкции

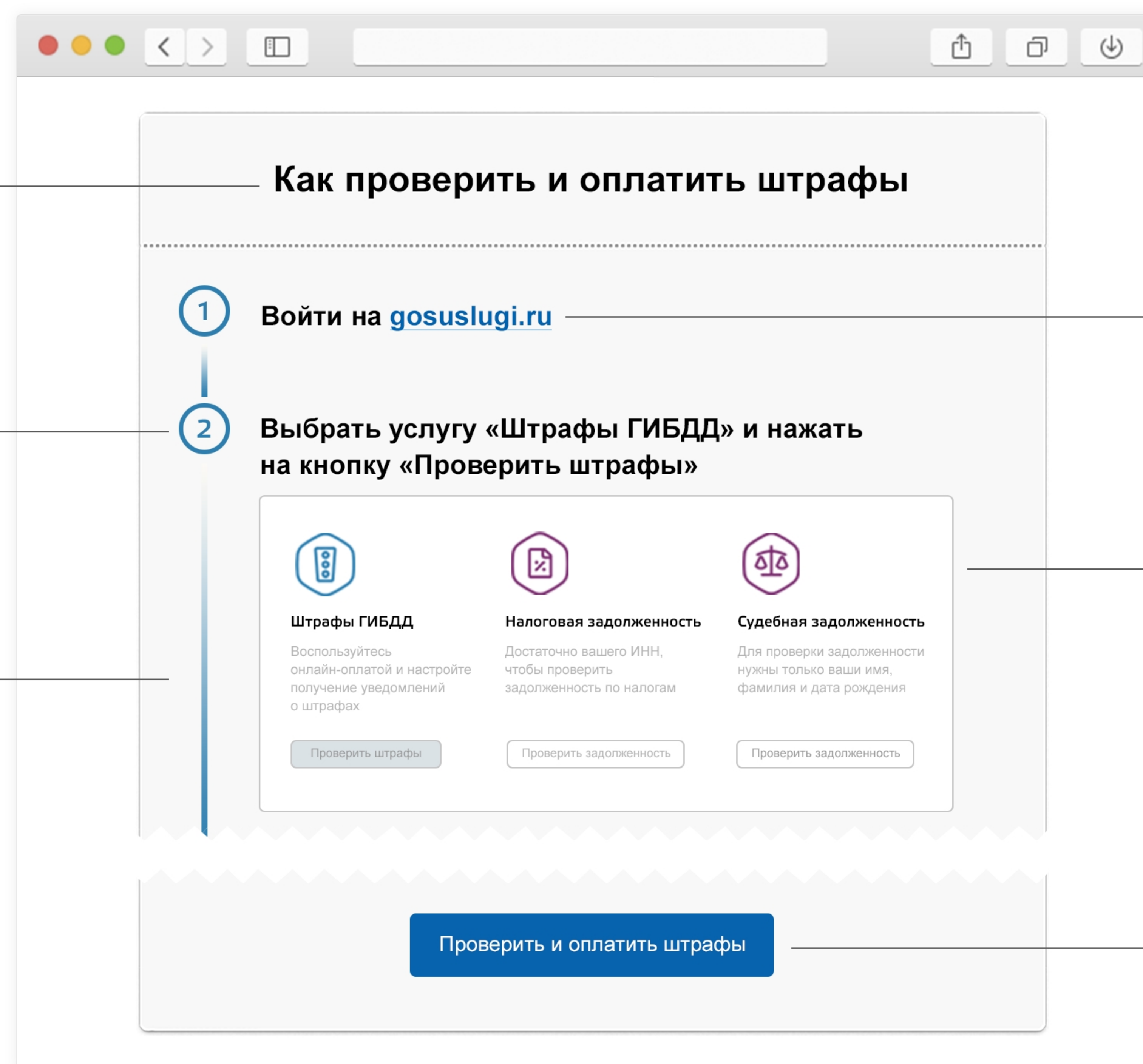
У инструкции обязательно должен быть информативный и полезный заголовок в форме «Как...»

Шаги в инструкции

Каждый шаг нумеруется. Каждый пункт — в неопределенной форме (а не в повелительном наклонении)

Оформления таймлайна получения услуги

Оформляем инструкцию в персональных цветах услуги



1 шаг

Стандартный для всех писем

2 шаг

Показываем название услуги в скриншоте портала при выборе. Также прописываем конкретные действия

Целевое действие

Инструкцию всегда завершает целевое действие. Получатель письма сразу может совершить переход на портал. Текст на кнопке — глагол в форме инфинитива. Выравнивание по центру

Полезный совет и прощание

Подпись

В конце письма — человеческое прощание, которое состоит из двух или трех компонентов:

Хорошего дня

Пожелание доброго дня (всегда такое)

и удачи на дорогах!

Контекстное пожелание, связанное с темой письма

Не нарушайте!

Дополнительное пожелание, связанное с контекстом, если таковое уместно

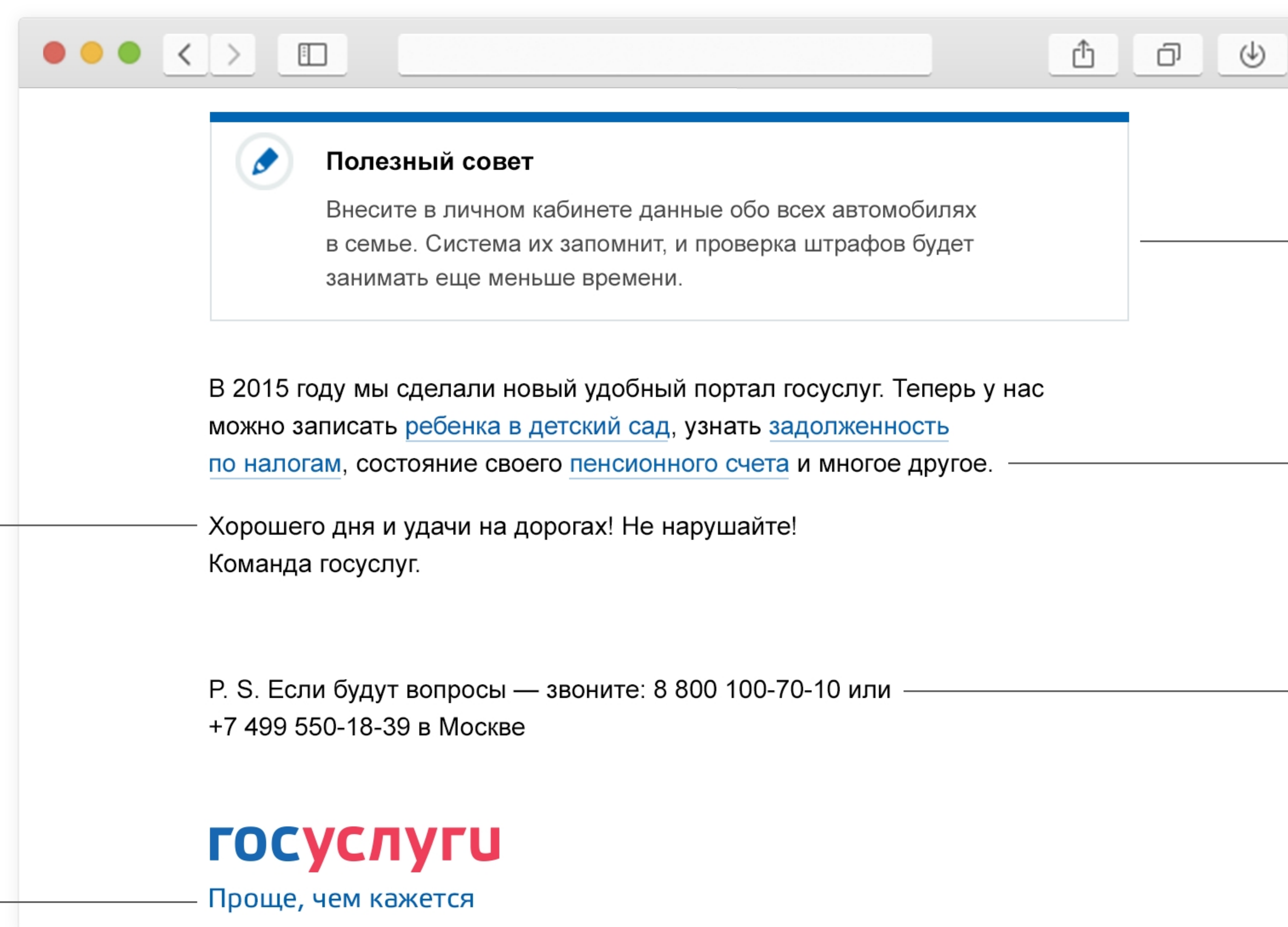
Логотип и слоган бренда

Проще, чем кажется

Коммуникация относительно отдельных услуг и решения конкретных бытовых задач пользователей.

На все случаи жизни

Коммуникация относительно портала госуслуг и экосистем электронных госуслуг в целом



Полезный совет

Объясняем пользователям особенности предлагаемой услуги или рассказываем о полезных функциях портала: появлении новых услуг, мобильном приложении, группах в соцсетях

Кросс-сейл услуг

Предлагаем услуги, которые используются в связке с предлагаемой услугой. Услуги уместны в данных жизненных ситуациях

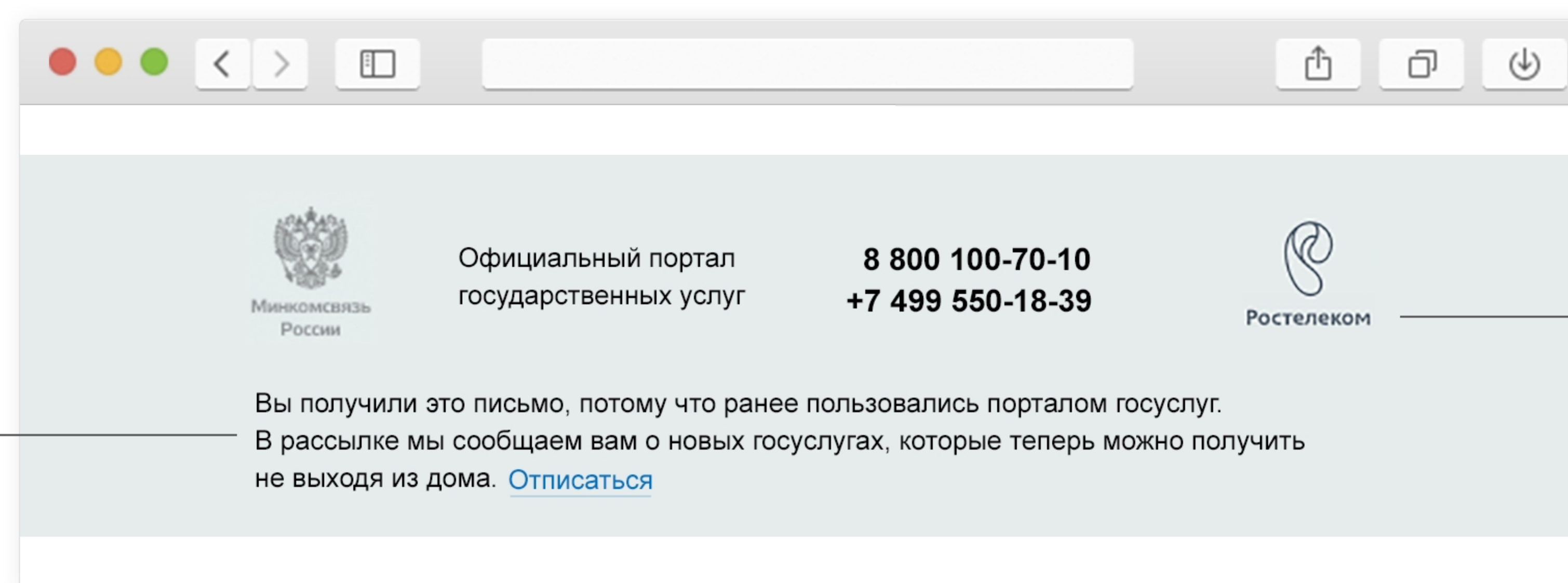
Постскриптум

В постскриптуме предлагаем человеку обратиться с вопросом, если ему что-то осталось непонятно. Из постскриптума можно отправлять человека в блог и в хелп

Подвал письма

Дисклеймер

Содержит информацию почему пользователь получил данное письмо, а также ссылку на отписку



Подвал

Содержит логотипы Минкомсвязи и Ростелекома, а также телефоны службы поддержки