УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ СО «АКТП»
Л.И. Доможирова
Приказ № 140/ОД от «09» июля 2026 г.

Методические рекомендации «Применение «понятного языка» взаимодействия с внешними и внутренними клиентами в ГАПОУ СО «Артемовском колледже точного приборостроения»

1. Общие положения

Цель документа:

Обеспечить единообразное и эффективное взаимодействие свнешними (обучающиеся, родители, партнёры) и внутренними (сотрудники) клиентами на основе принципов понятного языка и клиентоцентричности в ГАПОУ СО «Артемовском колледже точного приборостроения»

Задачи:

- повысить уровень удовлетворённости клиентов качеством коммуникации;
- снизить количество повторных обращений за счёт чёткости формулировок;
- упростить восприятие информации для всех категорий клиентов, включая лиц с
- ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и лиц с низким уровнем владения
- русским языком;
- стандартизировать коммуникационные процессы в организации.

Нормативная база:

- стандарт «Государство для людей»;
- федеральные законы об образовании и о доступе к информации;
- внутренние регламенты организации.

2. Основные принципы «понятного языка»

Простота и ясность: избегание сложных терминов, канцеляризмов, длинных предложений.

Краткость: лаконичность формулировок без потери смысла.

Конкретика: чёткое изложение сути вопроса, отсутствие расплывчатых формулировок.

Ориентированность на клиента: фокус на потребностях и ожиданиях аудитории.

Позитивный тон: уважительное и доброжелательное общение, отсутствие негативных формулировок.

Доступность: учёт особенностей разных групп клиентов (возраст, уровень образования, ОВЗ).

3. Правила применения «понятного языка»

В устной коммуникации (телефонные разговоры, личные встречи):

- начинать разговор с представления себя и организации;
- использовать короткие предложения (не более 20 слов);
- избегать профессионального жаргона, заменяя его простыми аналогами;
- при необходимости объяснять термины простыми словами;
- проверять понимание: «Всё ли вам понятно? Хотите, я повторю?»;

- поддерживать ровный, доброжелательный тон голоса.

В письменной коммуникации (письма, уведомления, инструкции, сайт):

- делить текст на короткие абзацы (2–4 предложения);
- использовать маркированные или нумерованные списки для перечисления шагов или у словий;
- выделять ключевые моменты жирным шрифтом или курсивом;
- применять заголовки и подзаголовки для структурирования текста;
- заменять пассивный залог активным (например, «мы отправим вам документ»
- вместо «документ будет отправлен»);
- избегать двойного отрицания и сложных грамматических конструкций.

Примеры:

Неправильно	Правильно
«В соответствии с регламенто м, утверждённым приказом № 123, вам необходимо предоста вить комплект документов в с рок до 30 календарных дней»	«Пожалуйста, подайте документы в течение 30 дней. Список документов: [перечень]»
Процедура зачисления осущес твляется после верификации п редоставленных сведений»	«Мы проверим ваши данные и сообщим о зачислении»

4. Особенности взаимодействия с разными категориями клиентов

Внешние клиенты:

- **Обучающиеся:** использовать простой язык, избегать излишней формальности,
- давать чёткие инструкции.
- **Родители:** предоставлять полную информацию о процессах (зачисление, экзамены, распис ание), отвечать на вопросы оперативно.
- **Партнёры:** соблюдать деловой стиль, но избегать излишнего канцеляризма; чётко формул ировать условия сотрудничества.
- **Внутренние клиенты (сотрудники):**
- обеспечивать прозрачность внутренних процессов;
- давать чёткие и выполнимые инструкции;
- оперативно отвечать на запросы коллег.

5. Инструменты и ресурсы

- **Шаблоны ответов** на типовые обращения (для электронной почты, соцсетей,
- телефонных разговоров).
- **База знаний** с часто задаваемыми вопросами и ответами на них.
- **Чек-лист** для проверки текстов на соответствие принципам понятного языка:
  - текст понятен без дополнительных объяснений?
  - использованы простые слова и короткие предложения?
  - информация структурирована (списки, подзаголовки)?
  - тон общения уважительный и доброжелательный?
- **Скрипты** для телефонных разговоров и личных консультаций.

6. Обучение и контроль

Обучение сотрудников:

- проведение семинаров и тренингов по клиентоцентричному общению;
- разбор реальных кейсов с ошибками и их исправление;
- ознакомление с методическим документом под подпись.

Контроль качества:

- регулярный аудит текстов (письма, сайт, инструкции) на соответствие принципам понят ного языка;
- мониторинг удовлетворённости клиентов через опросы и обратную связь;
- анализ повторных обращений: если клиент обращается повторно из-за неясности ответа, это сигнал к улучшению коммуникации.

7. Ответственность

- **Руководитель организации** отвечает за внедрение принципов понятного языка в
- деятельность организации.
- **Ответственные за коммуникацию** (секретарь руководителя, секретарь учебной части) обеспечивают соблюдение правил в общении с клиентами.
- **Все сотрудники** обязаны следовать принципам понятного языка при взаимодействии с кли ентами.

8. Оценка эффективности

Показатели для мониторинга:

- уровень удовлетворённости клиентов (опросы, отзывы);
- количество повторных обращений по одному вопросу;
- время решения запросов клиентов;
- результаты аудита текстов на понятность.

Приложения:

1. Шаблоны ответов на типовые обращения.
2. Чек-лист для проверки текстов.
3. Скрипты телефонных разговоров.
4. Глоссарий сложных терминов с их простыми аналогами.