



# Редполитика



## **День редакции: XX.XX**

Эта редполитика – не свод строгих правил, который ограничивает креатив. Она будет обновляться и адаптироваться в соответствии с будущими требованиями. Её призвание – служить простыми рекомендациями для маркетологов, копирайтеров и других креативщиков X5.

Любите редполитику – и она будет проста и понятна для вас :)



## КТО МЫ?

«X5 Клуб» – программа лояльности X5, которая объединяет магазины и экспресс-доставки «Пятёрочка» и «Перекрёсток», «Слата», «Виктория», «Налету», кафе «Перекрёсток Select», сервис доставки суши и роллов Много лосося, медиаплатформу Food.ru и логистический сервис 5Post. Наша ключевая задача – улучшать качество жизни людей, умножая выгоду и эмоции от покупок вкусных и полезных продуктов.

Программу лояльности «X5 Клуб» можно усилить с помощью подключения платного сервиса «Пакет» и выпуска с помощью карты Апельсин.



# Полезное действие

## 01

Мы предлагаем клиенту решение, соответствующее его потребностям;

## 02

Мы ставим себя на место клиента в любой ситуации;

## 03

Мы строим долгосрочные и доверительные отношения с клиентами.

Поэтому к любому тексту задаём вопрос «Как это поможет нашему клиенту?»  
Если ответа нет, текст правим.

Помогаем экономить, покупать выгодно полезные продукты и товары для дома. А ещё получать только положительные эмоции от покупок.

# Для кого мы пишем?

Для наших клиентов и коллег – всех людей, которые ходят в магазины торговых сетей «Пятёрочка» или «Перекрёсток», заказывают роллы в Много лосося или товары во «Vprok.ru Перекрёсток».

И они хотят получить не только большой выбор свежих продуктов, но и выгодные предложения, профессиональное обслуживание, заботу и внимание.



# О чём пишем?

## 1 Экономия

Мы не про экономию от безысходности, а за разумное потребление.

## 2 Осознанность

Мы про житейскую смекалку и оптимизацию – не просто рекомендуем выгодные предложения, мы предлагаем выйти на новый, осознанный уровень потребления.

## 3 Доступность

Магазины «Пятёрочка» и «Перекрёсток» расположены рядом с домом – всегда удобно зайти после работы или когда забыли купить горошек к оливье. Или заказать онлайн-доставку из них.

## 4 Эмоции

Мы постарались сделать процесс покупок увлекательным – покупатели могут копить и тратить баллы, выбирать любимые категории на свой вкус, выполнять задания и получать разнообразные бонусы. А ещё мы улучшили покупательский опыт различными способами геймификации.

## 5 Технологичность

«Х5 Клуб» объединил разные торговые сети и сервисы – «Пятёрочка», «Перекрёсток», «Слата», «Виктория», «Налету», кафе «Перекрёсток Select», сервис доставки суши и роллов Много лосося и медиаплатформу Food.ru – и сделал единую систему авторизации и управления баллами (начисление и списание).

## 6 Польза

Каждый пост, сообщение или рассылка – полезны, дают информацию, которая закрывает потребности клиентов.

## 7 Уважение

Мы общаемся уважительно с каждым нашим клиентом. **Наше кредо: мы проявляем внимание и заботу в общении с каждым покупателем на всём его клиентском пути.** А ещё мы там, где покупателям удобно совершать покупки – в онлайн или офлайн формате, зашли они в магазин или только задумались найти новый рецепт на ужин.

# Общие правила

Обращаемся на «вы» (с маленькой буквы), никогда на «ты»;

Дружелюбный вежливый тон;

Кавычки – «ёлочки»;

Не используем CAPS LOCK и не перегружаем текст восклицательными знаками или многоточиями, эмодзи;

Баллы называем баллами – не бонусы, не рубли, без сокращений до б;

Обращаемся к читателю прямо;

Англицизмы пишем кириллицей. Нет ничего более нелепого, чем внезапное слово на латинице, промелькнувшее посреди русского текста. Не боимся склонять, потому что слова на русском – склоняются.

Мы живём в эпоху digital

Мы живём в эпоху диджитала

# «Х5 Клуб»

«Х5 Клуб» ВСЕГДА пишется в кавычках-«ёлочках» („лапки“ если предложение уже содержит кавычки). «Х» в названии – на латинице, чтобы поисковые запросы считывали правильно. В предложениях всегда используем неразрывный пробел и не переносим название на разные строчки.

«Х5 Клуб» склоняется:

Падеж:	Склонение:
И.п.	Х5 Клуб
Р.п.	Х5 Клуба
Д.п.	Х5 Клубу
В.п.	Х5 Клуб
Т.п.	Х5 Клубом
П.п.	Х5 Клубе

«Х5 Клуб» – это программа лояльности, в которой карта – это инструмент. Поэтому с упоминанием карты «Х5 Клуб» склоняем: карта «Х5 Клуба». НО карта программы лояльности «Х5 Клуб» – такую формулировку используем в пресс-релизах, правилах и юридических документах.

Карт существует две: пластиковая и виртуальная (из мобильного приложения). Когда призываем клиента скачать приложение, то стоит использовать формулировку «Установить приложение».

Мы всегда ведём клиента в мобильное приложение, так как наша цель – цифровизовать максимальное количество покупателей. Однако мы не отбрасываем пластиковую карту вообще, так как существует определённая группа людей, которая не может пользоваться мобильным приложением (например, пенсионеры или люди с кнопочным телефоном). Поэтому пластиковую карту тоже можно использовать, но условия начисления баллов по ней другие.

В формулировках пластиковую карту можно использовать в исключительных случаях, например, чтобы показать сравнение условий программы лояльности. Подробнее в матрице названий на следующей странице.

	Виртуальная карта	Карта лояльности/ карта «Х5 Клуба»/ карта лояльности «Х5 Клуба»	Пластиковая карта	Карта из приложения/ Карта из приложений ТС	QR-код	Цифровая карта Пластик
	Основной метод получения кешбэка. Нужно для описания сути предложения (способа оплаты)	Текущее приоритетное название, используем исходя из требований текста	Неприоритетное название, используем в исключительных случаях	Обновлённая коммуникация, нацеленная на то, чтобы добавить упоминание ТС в текст при необходимости	Используется для обозначения ключевого действия в определённых форматах текстов	Исключается полностью
FAQ	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Интерфейс ЛК «Х5 Клуба» или сервиса «Пакет»	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Лендинги «Х5 Клуба» или сервиса «Пакет»	В исключительных случаях (когда есть ограничения в символах, когда это больше техническая информация, когда другие приоритетные варианты не встают)	✓	В исключительных случаях (к примеру, чтобы показать сравнение)	✓	✓	✗
Ресурсы ТС		✓		✓	✓	✗
Перформанс и медийная реклама		✓	✗	✓	✗	✗
CRM		✓	В исключительных случаях (к примеру, чтобы показать сравнение)	✓	✓	✗
SMM		✓		✓	✓	✗
Интерфейс партнёра		✓	✓	✓	В исключительных случаях (когда надо объяснить обновление виджета лояльности)	✗
Indoor/ Outdoor		✓	✗	✓	✗	✗
POSM		✓	✗	✓	✗	✗



**Сервис «Пакет»** – это усилитель программы лояльности «X5 Клуб». Он позволяет пользователям зарабатывать до 50% кешбэка на регулярных покупках в «Пятёрочке» и «Перекрёстке», а ещё экономить до 5 000 рублей в месяц.

С сервисом «Пакет» пользователь получает 5% кешбэка баллами за покупку неакционных товаров и до 50% кешбэка на отдельные категории товаров.

Нужно только активировать сервис за ежемесячный платёж – **от 199 ₺**.

**Сервис «Пакет»** – это самокупаемый бустер выгоды. Совершив символическую плату, подписчик получает гораздо больше: быстрее зарабатывает кешбэк на своих обычных покупках, заказывает бесплатные доставки, пользуется предложениями от партнёров. Всё это в совокупности повышает качество жизни пользователя.

Ещё сервис «Пакет» наделяет пользователя чувством привилегированности, словно ему, в отличие от остальных, удалось «взломать систему» – получить больше выгоды, не меняя привычного образа жизни.

# Фокусы коммуникации сервиса «Пакет»

- Способ умножения выгоды
- Экономически выгодный сервис для продвинутых пользователей
- Платный сервис привилегий торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток»
- Способ повышения качества жизни
- Бустер выгоды, доступный через карту лояльности «X5 Клуба»

## Роль сервиса «Пакет» в контуре X5

Сервис «Пакет» – не финальная точка на пути пользователя. Он находится между разными единицами X5 и их партнёрами – например, можно получить кешбэк за заказ в Много лосося, а потратить его в «Пятёрочке».

Чтобы подчеркнуть, что сервис «Пакет» – это цифровой продукт, в текстах мы используем глаголы «подключение» и «активация». А ещё мотивируем пользователей переходить на сайт, напоминаем о начислениях кешбэка и направляем в соцсети, где можно следить за новостями сервиса.

Дополнительно не забываем отмечать преимущества, упоминая разные бренды и возможность перемещения между ними с помощью сервиса «Пакет».

Также у сервиса «Пакет» есть рекомендательная роль. Благодаря его подсказкам пользователь узнаёт, как получать дополнительную выгоду и повышать процент кешбэка.

# Нейминг

У «Пакета» есть родовое слово – сервис.

Название пишем только в связке со словом «сервис» и всегда открываем кавычки после него.

Связку сервис «Пакет» мы используем во всех форматах коммуникации: на сайте, посадочной странице, в партнёрских материалах, описаниях акций и так далее.

В пресс-релизах мы пишем так: сервис «Пакет» от X5. Если после названия появляется добавление – «от X5», то оно выносится за пределы кавычек, так как не является частью названия сервиса, а только уточняет его. Отдельно в кавычки оно также не ставится.

**✗ Неверно:**

Пакет, «Пакет», сервис Пакет,  
подписка Пакет

Сервис «Пакет от X5» Сервис «Пакет»  
от «X5» Пакет от X5

**✓ Верно:**

Сервис «Пакет»

Сервис «Пакет» от X5

Название одним словом Пакет без кавычек и других добавлений пишем только в собственных каналах **SMM** и **CRM**, а также в чат-ботах и письмах службы поддержки.

Иногда, чтобы слово Пакет не повторялось несколько раз подряд, его разрешается заменить словом сервис. Но так мы делаем только в том случае, если в тексте до этого уже указывали название Пакет.

# Склонение

В связке сервис «Пакет» склоняем только первое слово:

- ✓ Сервис «Пакет» позволяет получать до 50% кешбэка
- ✓ Посчитайте свою выгоду с сервисом «Пакет»
- ✓ Без сервиса «Пакет» у пользователей не будет повышенного кешбэка

# Исключение в нейминге

**Спецпроекты!** Мы можем изменить название по запросу коллег.

Например, в коллаборации с Яндекс Плюсом мы были опцией на сайте. Её название подчиняется строгой логической структуре. Так мы стали опцией «Покупки с Пакетом от X5». Наше спонсорство на катке ВДНХ было во многом PR-историей, поэтому мы решили подсветить материнский бренд и стали «Пакетом от X5».

- ✗ Это исключение, а не правило! Мы стараемся их не допускать. Все подобные изменения должны быть обоснованы и согласованы с директором по маркетингу Антоном Афанасьевым.

# Коммуникация

Теглайн

Умножаем выгоду

Мы понимаем это как возможность замечать и получать ещё больше выгоды каждый день. Сервис «Пакет» привносит в жизнь пользователя нечто новое: с ним проще делать выбор, радовать себя чем-то вкусным и при этом грамотно распоряжаться своими финансами.

Важно подсвечивать, что сервис «Пакет» – это не единоразовая, а циклическая история, и максимум от него можно получить именно при регулярном использовании.

В коммуникациях мы используем лаконичный и дружелюбный язык без панибратства и формализма. Сервис «Пакет» – наставник, который ведёт аудиторию по пути выгоды, но не поучает и не указывает. Мы не используем оценочные суждения, а все гипотезы подтверждаем фактами и конкретными цифрами.

✓ Сервис «Пакет» увеличивает кешбэк до 50%

✗ Самая лучшая подписка

✓ Подключить сервис

✓ Активировать сервис

✗ Оформить сервис

# Коммуникация

Важно помнить, что при первом касании пользователь:

- не уверен, что наш продукт выгодный;
- не до конца понимает, как им пользоваться.

Поэтому наша задача – показывать в коммуникации возможные сценарии покупок, которые позволяют получить больше выгоды

При ведении коммуникации нужно избегать выражений, которые могут ассоциироваться с высокими ценами или завышенными расходами в магазинах сети X5. Вместо этого мы предлагаем сосредоточиться на особенностях сервиса, преимуществах и уникальных возможностях для клиентов.

Наша аудитория – это пользователи и подписчики, но мы не забываем про связку со словом сервис.



Предложение только для новых пользователей сервиса «Пакет»



Предложение только для новых подписчиков сервиса «Пакет»



Предложение только для новых пользователей подписки Пакет

С сервисом «Пакет» наши пользователи не экономят, а зарабатывают, копят кешбэк, получают выгоду.

Выбирая между словами «выгода» и «экономия», лучше использовать слово «выгода», потому что это понятие о положительном результате, преимуществе или прибыли. «Экономия» – про сбережение средств, что может вызвать не те ассоциации.

# Лендинги

На лендингах действуют некоторые особенности в правилах коммуникации

Обязательно используем связку **сервис «Пакет»**.

Кавычки ставим в названиях всех брендов сетей. Есть исключения: см. Нейминг

# Другие каналы

Другие каналы, сайты, размещения, публикации – это чужая территория, на которой свои порядки. Мы относимся к ним внимательно и стараемся находить точки соприкосновения, если что-то не сходится.

# Названия сетей и других активов

Все активы X5:

Торговая сеть «Пятёрочка»

Торговая сеть «Перекрёсток»

Торговая сеть «Виктория»

Торговая сеть «Слата»

Онлайн-гипермаркет / «[Vprok.ru](https://vprok.ru) Перекрёсток»

Сервис доставки суши и роллов Много лосося

Медиаплатформа [Food.ru](https://food.ru)

Сервис доставки 5Post

Витрина Абонементы от «X5 Клуба»

Сервис Умные рационы от «X5 Клуба»

Далее разберём как правильно писать названия.

## «Пятёрочка» и «Перекрёсток»:

- Названия торговых сетей также в кавычках и с буквой «ё»: «Перекрёсток», «Пятёрочка»
- Названия склоняются, не сокращаются
- В интерфейсных текстах допускается не использовать кавычки
- Названия приложений склоняются: в приложении «Пятёрочки»/«Перекрёстка»

## Vprok.ru:

- Название в текстах допустимо писать только двумя вариантами: «Vprok.ru Перекрёсток» ИЛИ Vprok.ru
- Русское написание Впрок/Впрок.ру/Впрок.ру Перекрёсток НЕДОПУСТИМО
- В дизайне всегда использовать только «Vprok.ru Перекрёсток»
- Название не склоняется
- В интерфейсных текстах допускается не использовать кавычки

## Много лосося:

- Название не склоняется
- Пишется без кавычек и с маленькой буквы в слове «лосось»

## X5:

- Пишется без кавычек
- В текстах допустимо заменять на словосочетание «другие бизнесы X5»
- X5 пишем без слова Group

## Абонементы:

- Корректное название: Абонементы от «X5 Клуба»
- Слово «Абонементы» пишем везде с большой буквы, если это упоминание бренда
- Если это абонемент, который продаётся, то пишем с маленькой буквы

## Умные рационы:

- Корректное название: Умные рационы от «X5 Клуба»
- Склоняются целиком (Умных рационов/умными рационами)
- Всегда пишем во множественном числе – исключения возможны только в рекламных баннерах, если множественное число «не ложится» в очень удачную формулировку

# Кешбэк

Валюта «Х5 Клуба» – баллы. Их пишем без кавычек и сокращений, с маленькой буквы. Первое упоминание баллов в тексте всегда должно идти с упоминанием «Х5 Клуба».

Слово «кешбэк» используется ТОЛЬКО в тех текстах, где подразумевается трата денег клиентом. Если речь в тексте идёт о дополнительной награде, например, за прохождение опроса, то пишем баллы:

## ✗ Неверно:

Пройдите наш опрос и получите кешбэк 500 баллов

Получите дополнительные баллы за ваши покупки

Поторопитесь – 2 000 баллов скоро сгорит

Закажите продукты на дом и получите кешбэк баллами на вашу карту лояльности «Х5 Клуба»

## ✓ Верно:

Пройдите наш опрос и получите 500 баллов в награду!

Получите дополнительный кешбэк за покупки на вашу карту «Х5 Клуба».

Поторопитесь – 2 000 баллов скоро сгорят

Закажите продукты на дом и получите дополнительный кешбэк на вашу карту лояльности «Х5 Клуба»



Кешбэк



Кэшбек, кэшбэк, кешбек

Кешбэк применяется со следующими словами:

- Повышенный, максимальный, общий, полученный.
- Кешбэк может как «начисляться», так и мы можем «начислить» кешбэк – всё зависит от контекста.
- Со словом «кешбэк» мы используем только предлог «за»: «кешбэк за покупки».
- [Кешбэк сервиса «Пакет» – повышенный, до 50% на отдельные категории](#)

# Любимые категории

## Любимые категории

Это определённые категории товаров, которые можно выбрать в мобильном приложении или в личном кабинете на сайте «Х5 Клуба», чтобы получать повышенный кешбэк.

## «Любимые категории»

Это устойчивое сочетание слов, поэтому недопустимо в текстах для клиентов сокращать до просто «категорий» или аббревиатуры ЛК. Если текст идёт во внешние источники (пресс-релизы, упоминания у партнёров), то необходимо использовать формулировку: Любимые категории «Х5 Клуба».

## Любимые категории клиенты «выбирают»

Это единственный доступный глагол-действие. В общих текстах, где мы рассказываем о любимых категориях, важно уточнять, сколько любимых категорий доступно для выбора:

- 3 любимые категории с повышенным кешбэком 10% с пластиковой картой «Х5 Клуба»
- 3 любимые категории с повышенным кешбэком 20% с картой «Х5 Клуба» из мобильного приложения
- 5 любимых категорий для пользователей сервиса «Пакет»

Любимые категории можно выбрать разные для каждой торговой сети, поэтому пишем, например, «по 5 любимых категорий в „Пятёрочке“ и „Перекрёстке“».

### Предлоги:

- Кешбэк за покупку товаров из любимых категорий;
- Кешбэк на любимые категории (так как пропущено не слово «покупки», а словосочетание «начисляется на товары из...»).

# Топ

Слово «топ» пишем через дефис, если далее идёт цифра: топ-10, топ-5. Без дефиса пишем, если следом идёт слово: топ продуктов, топ товаров.

# Заголовки и подзаголовки

Заголовков и подзаголовков – это разные смысловые единицы. Они должны быть независимыми друг от друга, чтобы не терялся смысл от потери одной составляющей:

**✗ Неверно:**

**Получите**  
20% кешбэка за товары из любимых категорий

**Скидки**  
при предъявлении карты лояльности «Х5 Клуб»

**✓ Верно:**

**Выгода до 20%**  
Получите повышенный кешбэк за покупки товаров из любимых категорий

**С картой «Х5 Клуба» выгоднее!**  
Получайте скидки и кешбэк при предъявлении карты лояльности

После заголовков и подзаголовков не ставим точки, оба предложения пишем с большой буквы.

# Дата и время

Если в тексте дата одна (один день-месяц), то прописываем её полностью: **19 августа 2024 года/ весь февраль**.

Если существует диапазон, то прописываем даты цифрами: **19.08.2024 – 19.09.2024**.

Если используем предлоги «с/по/до», то учитываем последний день акции. Если он входит в акцию, то пишем предлог «по»; если результаты подводятся в **00:00** определённой даты, то пишем предлог «до».

Время всегда пишем полностью через двоеточие с указанием часового пояса: **00:00** по московскому времени.

# Простота и ясность

Пишем простым языком, на котором говорим каждый день. Будто спокойно, но интересно рассказываем историю нашим клиентам. Ценим время и внимание читателя. Это разговорный язык, но грамотный. Язык коллеги, с которым вы вышли выпить кофе.

Шутить можно. Мемы – ок, если они уместные, а не узконаправленные.

Это правило не касается пресс-релизов.

# Простые предложения

Предпочитаем простые предложения сложным.

Сложные – это когда несколько подлежащих и сказуемых. Они длиннее, заковыристее, их трудно читать с монитора или экрана телефона.

## ✘ Неверно:

Справедливо предположить, что вашими гостями могут быть совершенно разные люди, среди которых могут оказаться и веганы, и кофеманы, и те, у кого непереносимость лактозы, и даже хозяин энергичного кота Василя.

## ✔ Верно:

Среди ваших гостей могут быть разные люди: веганы, кофеманы, те, кто не пьёт молоко. И даже заботливый хозяин кота Василя.

Предложения по 5 строчек – неинтересны для читателя, но текст не обязан состоять только из простых предложений. Так он будет выхолощенным, рубленным и сухим. Соблюдайте баланс.

# Абзацы

Один абзац – одна мысль.

Абзац на полстраницы тяжело читать. Его не проглотить за раз, легко подавиться. Чаще всего, длинный абзац несёт в себе несколько мыслей. Поставьте каждую мысль на свою полку – разбейте абзац на 2-3 коротких, если это позволяет выбранный вами формат текста.

# Прямой порядок слов

Используем принципиально прямой порядок слов, но для акцента в тексте, заголовке или в креативе правилом можно пренебречь.

# Вводные слова и конструкции

Если вводные слова можно убрать без потери смысла – убираем.

**✗ Неверно:**

Бренд считает, что, по сути, шоппинг – это головная боль...

**✓ Верно:**

Бренд считает: походы по магазинам – головная боль...

Если мы в чём-то не уверены, то оставить «пожалуй» или «скорее всего» – вполне ок.

# Кавычки

Кавычим слова в «ёлочки».  
Если внутри кавычек есть ещё одни, то кавычим „лапками“

Например: «Скидка 20% на всё в розничных магазинах „XXX“ за 50 баллов „X5 Клуба“»

## Кавычки в названиях:

### Ставим для:

Русских названий

Английских названий чего-то конкретного  
(песни, книги, цитаты).

### Не ставим для:

Много лосося

Апельсиновой карты;

Английских названий чего-то распространённого  
(например, названий компаний);

Названия разделов в интерфейсных текстах  
(например, раздел Возвраты)

# Кавычки используем во всех в текстах

В графических элементах микроформата их можно опускать. Названия разделов на сайте и в МП также не кавычим

## Кавычки можно не ставить:

- в собственных SMM-каналах
- в собственных CRM-каналах
- в чат-ботах службы поддержки

## Важно!

В пресс-релизах и других сообщениях от пресс-службы в кавычки берём ВСЕ названия.

# Тире, дефис, минус

Тире используем всегда длинное, отбивая пробелом с двух сторон: –  
Между цифрами только дефис, НЕ отбивая пробелом: 15-20%  
При указании скидки в процентах используем минус, НЕ отбивая пробелом: -20%  
Даты пишем через короткое тире, отбивая пробелом с двух сторон: 19.08.2024 – 19.09.2024

# Слеш

Слеш – это косая черта, которая разделяет слова по принципу «или/или».  
Слеш пишем без пробелов с двух сторон. Слеш ставим только в тех случаях, когда он подразумевается сокращением или его невозможно заменить частицей «или».

**✘ Неверно:**

бу

Заказы / возвраты (заказы/ возвраты)

**✔ Верно:**

б/у

Заказы/возвраты

# Точка

Точка ставится в конце КАЖДОГО предложения, если не подразумевается другой знак препинания (например, вопрос, восклицательный знак и т.д.)

Исключение – интерфейсные тексты в МП или на сайте, а также заголовки и подзаголовки. В этом случае точка в последнем предложении опускается:

## ✘ Неверно:

Категории покупок  
Следите за тратами, покупками и кешбэком в каждой категории. Самые популярные категории вы найдёте по статусу «Топ покупок».

## ✔ Верно:

Категории покупок  
Следите за тратами, покупками и кешбэком в каждой категории. Самые популярные категории вы найдёте по статусу «Топ покупок»

# Нумерованные и маркированные списки

Точку с запятой в маркированных и нумерованных списках, а также точку в последнем пункте списка ставить **НЕ НАДО**.

## ✗ Неверно:

В мобильном приложении можно:

- выбирать ЛК;
- следить за балансом баллов;
- выбирать продолжения от партнёров.

## ✓ Верно:

В мобильном приложении можно:

- выбирать ЛК
- следить за балансом баллов
- выбирать продолжения от партнёров

Каждый пункт списка пишется с прописной (маленькой) буквы.

## Знак процента

Знак процента не отбивается пробелом с цифрой. Со знаком процента ВСЕГДА использовать только минус (-):

**✗ Неверно:**

-20 %

–20%

**✓ Верно:**

–20%

Число с процентом стоит после слов «кешбэк/скидка»:

**✗ Неверно:**

5% кешбэка

10% скидки

**✓ Верно:**

Кешбэк 5%

Скидка 10%

## Знак рубля

В дизайне стараемся использовать знак рубля: **₽**. Знак рубля отбивается пробелом после цифры. Если возможности поставить знак нет, то пишем слово «рублей» целиком.

# Эмодзи

Использование эмодзи допустимо, но не стоит перебарщивать. В email-письмах можно использовать максимум одно эмодзи. В текстах для соцсетей допустимо использовать больше эмодзи, но не друг с другом, а в разных предложениях/абзацах. Если эмодзи стоит в конце предложения, после него не нужна точка.

Эмодзи используем для акцентирования внимания.

Не используем эмодзи, символизирующие пакет рядом с названием сервиса

## ✘ Неверно:

Запускаем конкурс в «Х5 Клубе» 🎉🥰🎊

📦 Подключите сервис «Пакет», чтобы получить все предложения от партнёров

Оформить сервис «Пакет» даёт возможность оформить 5 бесплатных доставок в месяц ❤️.

## ✔ Верно:

Запускаем конкурс в «Х5 Клубе» 🎊

Подключите сервис «Пакет», чтобы получить все предложения от партнёров

Оформить сервис «Пакет» даёт возможность оформить 5 бесплатных доставок в месяц ❤️

# Пишем для клиентов

С выгодой для них:

**✗ Неверно:**

Мы даём скидку

**✓ Верно:**

Вы получаете скидку

Без штампов и канцеляризов:

**✗ Неверно:**

Новый магазин «Пятёрочка» открывает свои двери для наших клиентов. К вашим услугам профессиональные консультанты, свежие продукты, яркий дизайн и вкусными выпечка.

**✓ Верно:**

Мы открыли новую «Пятёрочку»! Приходите в гости за свежими продуктами и вкусной выпечкой – не забудьте про ароматный кофе.

С соблюдением границ:

**✗ Неверно:**

Эй, а ты уже заходил в наше приложение? Там тебя ждут баллы, которые можно потратить на вкусняшки!

**✓ Верно:**

А вы уже обновили наше приложение? Оно стало более удобным, а баллы – сохранились!

# Тезаурус

Слово:

Кешбэк

Об «X5 Клубе»

«Пятёрочка», «Перекрёсток»

email

СМС

QR-код

Штрихкод, промокод

сервис «Пакет»

Комментарии:

- Через «е-э»
- Для текстов Апельсиновой карты через «э-э» (по правилам «Алфа-банка»)
- Если говорим о кешбэке в универсальном смысле, то без конкретных цифр (напр, «кешбэк до XX%»)
- «за покупки»

Только с предлогом «об»

Всегда в кавычках-«ёлочках» и с буквой «Ё»

Без дефиса, на английском, не склоняется. Допустимо заменять на «эл.почта»

Кириллицей, прописными буквами. Допустимо использовать дополнение через дефис: СМС-уведомление

Аббревиатура на английском, слово «код» на русском, через дефис

Слитное написание

всегда с родовым словом «сервис» и кавычками-«ёлочками»

# Числительные

Числительные больше 999 отделяем пробелом. Буквенные сокращения используем только от 9999 (исключение – призовой фонд в конкурсах, там необходимо прописывать число только цифрами). При буквенном сокращении используем только слово «рублей».

**✗ Неверно:**

5000 баллов  
Ваш приз – 1 миллион баллов  
100 тыс. руб.

**✓ Верно:**

5 000 баллов  
Ваш приз – 1 000 000 баллов  
100 тыс. рублей

# Ссылки

Ссылки необходимо оформлять так, чтобы было понятно, куда читатель попадёт. Обходимся без формулировок «кликните здесь», «подробнее тут», «правила по ссылке». Предлог входит в ссылку!

**✗ Неверно:**

Подробности тут  
Подробнее читайте по ссылке

**✓ Верно:**

Подробнее на сайте: [https://5ka.ru/special\\_offers](https://5ka.ru/special_offers)  
Читайте в правилах на сайте

В тексте всегда опускать «<https://www.>». Писать не <https://www.x5club.ru>, а просто [x5club.ru](https://www.x5club.ru)

# Тавтологии и излишествам – нет

Убираем из текста лишнее:

## ✗ Неверно:

Растёт процент скидки

Подключайте услугу сервис Пакет

Настоящие блюда мексиканской кухни

Забрать посылку можно будет прямо в постамате

Казалось бы, такая мелочь, как пакет за 5 рублей

## ✓ Верно:

Растёт скидка

Подключайте сервис «Пакет»

Блюда мексиканской кухни

Посылку можно получить в постамате

Даже пакет за 5 рублей

Стараемся не использовать причастные и деепричастные обороты:

**✗ Неверно:**

Готовя обед, проверьте наличие  
всех ингредиентов

Наш гость Сергей, купивший сырок,  
был очень рад скидкам

**✓ Верно:**

Когда приступите к готовке, проверьте  
наличие всех ингредиентов

Сергей купил сырок и очень  
обрадовался скидке!

Обходимся без страдательного залога:

**✗ Неверно:**

Вами получено много баллов  
Вам подключён Сервис Пакет

**✓ Верно:**

Вы получили много баллов  
Вы подключили сервис «Пакет»

Не используем двойные глаголы:

**✗ Неверно:**

В наших магазинах вы можете купить свежие продукты и товары для дома

**✓ Верно:**

В наших магазинах вас ждут свежие продукты и товары для дома!

Не ставим в предложение больше трёх однородных членов подряд и больше двух рядов однородных членов:

**✗ Неверно:**

В наших магазинах, сервисах и доставках вы можете купить продукты, товары для дома и заказать готовые блюда

**✓ Верно:**

Купите свежие продукты и товары для дома – или закажите всё это в доставке. А наши партнёры порадуют вас вкусной и готовой едой.

## Категорическое «нет»

- Оскорбления/унижения
- Злые шутки
- Сравнения с конкурентами
- Упоминание войны, религии, ксенофобии, расизма, нацизма.
- Пропаганда или навязывание чего-либо
- Гендерная дискриминация

## Использование слова «единый»

- Единые баллы – использовать можно.
- Единая программа лояльности – категорически нельзя. Иные сочетания со словом единый (например, единый счёт) также максимально избегаем.

# Гендерная нейтральность

Мы продаём товары, рассчитанные на широкую аудиторию, поэтому важно соблюдать гендерную нейтральность и избегать указание пола. У нас есть только клиенты, покупатели, победители. Если необходимо написать призы, используем мн.ч. (обращение на «вы»):

**✗ Неверно:**

Узнайте об акции первым!

**✓ Верно:**

Узнайте об акции первыми/в числе первых!

## Кнопки

CTA-кнопки должны нести в себе какое-то действие. Для этого мы используем инфинитивы глаголов: «Узнать/Заказать/Скачать/Перейти».

Кнопки в информационных текстах могут быть обозначены наречиями: «Отлично/Понятно» и т.д.

В кнопках можно и нужно креативить, но в рамках разумного и в условиях контекста. Нельзя использовать жаргонные слова, сленг и ставить много восклицательных/вопросительных знаков.

Кнопки пишем с большой буквы, без кавычек.

# Номера телефонов

Пишем без скобок, разделяем группы цифр после кода, используем дефис

**✗ Неверно:**

88002009555

8 (800) 555 55 55

**✓ Верно:**

8 800 200-95-55

8 800 555-55-05

# Ошибки

На экране ошибки не должно быть много текста, при этом надо уместить саму суть ошибки и её решение:

## ✘ Неверно:

Неправильно введён телефон

Не удалось войти в личный кабинет

## ✔ Верно:

Введите корректный телефон

Ошибка входа. Попробуйте обновить страницу или войти позже

В экранах ошибок и других состояний допустимо использовать заголовок и подзаголовок, если позволяет дизайн. В таком случае в заголовке должна быть обозначена сама ошибка, а в подзаголовке – способ её решения.