

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГАПОУ СО «Красноуфимский аграрный колледж»

УТВЕРЖДЕНО:

Приказом И.о. директора ГАПОУ СО  
«Красноуфимский аграрный колледж»  
от 22 июня 2026 года  
№ 01 – 12/300

**ПОРЯДОК**  
**взаимодействия с внешним клиентом в рамках предоставления услуг и**  
**мер государственной поддержки**

Красноуфимск, 2026

## 1. Общие положения

1. Настоящий Порядок взаимодействия с внешним клиентом в рамках предоставления услуг и мер государственной поддержки (далее – Порядок) разработан во исполнение приказа Министерства образования Свердловской области от 24.03.2026 № 384-Д «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по внедрению стандартов клиентоцентричности в государственных образовательных организациях Свердловской области, в отношении которых функции и полномочия учредителя осуществляются Министерством образования Свердловской области, в 2026 году» и регулирует точки и формат взаимодействия в колледже с внешним клиентом.

2. Для целей настоящего Порядка используются следующие определения:

1) внешние клиенты – обучающиеся, родители (законные представители), выпускники, организации-партнеры, органы публичной власти, общественные объединения, иные юридические и физические лица;

2) внутренние клиенты – работники колледжа, обучающиеся профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования, проходящих практическую подготовку в колледже, и (или) участвующие в реализации социальных заказов в рамках программы «Обучение служением» (проектного обучения), а также лица, заключившие договор о целевом обучении с колледжем, задействованные в процессах предоставления услуг внешним клиентам, а также взаимодействующие между собой для обеспечения этих процессов;

3) онлайн-опрос – метод сбора информации, предусматривающий использование информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с целью получения сведений от клиентов об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг, работе сотрудников, удобстве каналов связи, а также для сбора предложений по улучшению работы колледжа.

3. Цели настоящего Порядка:

1) выстраивание эффективного, понятного и доброжелательного взаимодействия с клиентами при предоставлении услуг и мер государственной поддержки независимо от выбранного клиентом канала обращения (очный, дистанционный, телефонный, письменный);

2) формирование и поддержание положительного клиентского опыта на всех этапах клиентского пути – от первого знакомства с колледжем до завершения обучения и взаимодействия после получения услуги;

3) сокращение временных, финансовых и психологических издержек клиента при получении услуги или меры поддержки;

4) создание работающей системы сбора, анализа и оперативного реагирования на обратную связь для непрерывного улучшения качества предоставления услуг.

4. Задачи настоящего Порядка:

1) обеспечение полной, достоверной и доступной информационной открытости колледжа;

2) стандартизация ответов сотрудников на типовые и нетиповые запросы клиентов;

3) снижение количества повторных обращений по одному и тому же вопросу;

4) регулярное измерение удовлетворенности клиентов через онлайн-опросы и прямые запросы (не реже одного раза в квартал);

5) выявление этапов, вызывающих наибольшие затруднения или негативные эмоции и их устранение.

## 2. Точки взаимодействия с клиентом

5. Под точками взаимодействия (каналами связи) понимаются все способы, с помощью которых клиент может обратиться в колледж, получить информацию или услугу, а также оставить обратную связь. Точки взаимодействия делятся на цифровые (онлайн) и физические.

6. К цифровым (онлайн) точкам взаимодействия относятся:

1) официальный сайт колледжа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» <https://agrokolledg.uralschool.ru/> (далее – официальный сайт, сеть «Интернет»), на котором размещается информация, предусмотренная законодательством Российской Федерации;

2) официальная группа колледжа в социальной сети Интернет: <https://vk.com/agrokruf>

3) канал колледжа в национальном мессенджере Мах (ГАПОУ СО «Красноуфимский аграрный колледж»);

4) электронная почта колледжа [agro@agrokolledg.ru](mailto:agro@agrokolledg.ru);

5) телефонная связь. Номера телефонов опубликованы на официальном сайте, размещены в геоинформационных системах и на информационных стендах;

6) видеоконференцсвязь (далее – ВКС). ВКС используется по предварительной договоренности с клиентом, кроме случаев, установленных иными локальными нормативными актами колледжа;

7) Единое окно цифровой обратной связи на базе федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)» (далее – Госуслуги).

7. Физические точки взаимодействия:

1) помещения учебного корпуса колледжа – места, где клиент может обратиться непосредственно к работникам колледжа (по предварительной записи или в приемные часы).

2) почтовое отправление – традиционная бумажная корреспонденция, направленная клиентом по юридическому адресу колледжа заказным или ценным письмом с уведомлением о вручении.

## 3. Дистанционное взаимодействие

8. Дистанционное взаимодействие – это взаимодействие между клиентом и работником колледжа, при котором они не находятся физически в одном помещении и используют технические средства связи: телефон, электронную почту, официальный сайт, социальные сети, геоинформационные системы, ВКС.

9. Требования к взаимодействию по телефону:

При ответе на телефонный звонок работник колледжа обязан четко представиться: «Красноуфимский аграрный колледж», [должность], [фамилия], добрый день, слушаю вас».

Работник колледжа должен сразу уточнить цель звонка. Если вопрос клиента не относится к компетенции работника колледжа, звонок переводится на соответствующего работника колледжа. Если уполномоченный работник колледжа отсутствует, работник обязан предложить клиенту варианты: оставить сообщение с контактными данными;

1) сообщить удобное время для обратного звонка;

2) направить обращение на электронную почту, в социальных сетях, на Госуслугах или в геоинформационных системах.

Если вопрос сложный и требует изучения документов, работник сообщает клиенту: «Ваш вопрос требует дополнительной проверки (изучения документов). Я свяжусь с вами повторно до [указать конкретное время и дату]».

В конце разговора сотрудник обязан уточнить: «Удалось ли мне ответить на ваш вопрос? Осталось ли что-то непонятным?».

10. Требования к взаимодействию через иные цифровые (онлайн) точки взаимодействия:

Клиент при отправке электронного обращения должен заполнить все обязательные поля веб-формы или в тексте письма указать: фамилию, имя, отчество (последнее – при наличии); статус (обучающийся, абитуриент, родитель, работодатель и т.д.); предмет обращения (тема: «Вопрос о стипендии», «Запрос справки», «Поступление»); обратный адрес электронной почты для направления ответа.

Обращения, которые не регистрируются и не принимаются к рассмотрению по существу:

- с неполной или неточной информацией об отправителе (отсутствие фамилии, заведомо ложное имя, нечитаемый адрес электронной почты);
- без указания обратного адреса электронной почты;
- содержащие нецензурные или оскорбительные выражения, угрозы в адрес сотрудников или колледжа;
- если текст обращения не поддается прочтению (бесвязный набор символов, злоупотребление заглавными буквами, отсутствие структуры);
- по вопросам, которые очевидно не относятся к деятельности колледжа или должностных лиц колледжа (например, просьба решить вопрос с ремонтом дороги в другом городе).

При отказе в рассмотрении обращения секретарь колледжа, направляет клиенту уведомление об отказе в рассмотрении в форме электронного документа с обязательным указанием причины отказа.

Срок рассмотрения электронного обращения, не может превышать 10 рабочих дней, если иной срок не установлен федеральным законодательством.

По результатам рассмотрения обращения клиенту направляется ответ в форме электронного документа по адресу электронной почты, указанному в обращении. Ответ должен быть подписан директором колледжа или иным уполномоченным работником колледжа.

#### 11. Онлайн-опросы клиентов:

Онлайн-опросы проводятся с соблюдением максимально возможного уровня анонимности (не запрашиваются фамилия, группа, паспортные данные, если это не требуется для целей конкретного опроса).

При размещении онлайн-опросов используются специальные сервисы, предназначенные для проведения опросов клиентов («Яндекс.Формы» и другие). Выбор сервиса зависит от целей и методики проведения конкретного опроса.

Ссылка на опрос размещается:

- в информационных письмах и рассылках клиентам (по электронной почте);
- в виде QR-кода на информационных стойках, стендах, в зоне ожидания колледжа.

Периодичность проведения опросов:

- пост-взаимодействие – сразу после предоставления услуги (например, после выдачи справки или зачисления) – выборочно;
- периодический опрос – не реже одного раза в полугодие для массовой оценки удовлетворенности;
- целевой (тематический) опрос – при необходимости углубленного изучения

конкретной проблемы (долгое ожидание в очереди, неудобство навигации по сайту и другие).

Результаты онлайн-опросов подлежат сбору, систематизации и анализу ответственным лицом, назначенным приказом директора колледжа.

12. После успешной регистрации обращения граждан (по телефону, через форму сайта) клиенту отправляется автоматическое сообщение с просьбой оценить процесс.

По email: приходит письмо с кнопками-оценками (например, от 1 до 5)

Секретарь/уполномоченный работник колледжа после получения запроса самостоятельно просит оценить процесс обращения от 1 до 5.

#### **4. Непосредственное взаимодействие на площадке колледжа**

12. Непосредственное взаимодействие – это взаимодействие, при котором клиент физически находится в помещении колледжа и контактирует с работником колледжа лично.

13. Организация личного приема клиентов:

Прием внешних клиентов ведется работниками колледжа по месту нахождения колледжа: Свердловская область, г. Красноуфимск, ул. Пролетарская, д. 62, информация о конкретных кабинетах для приема по различным вопросам размещается на официальном сайте и на информационных стендах.

График работы приема в колледже:

понедельник – четверг: с 8:00 до 17:00;

пятница: с 8:00 до 16:00;

перерыв на обед: с 12:12 до 13:00;

суббота, воскресенье – выходные дни.

Для приема по отдельным вопросам может быть установлен иной график приема.

В случае если во время приема клиентов решение поставленного вопроса невозможно ввиду отсутствия полномочий у работника, необходимости дополнительной проверки или сбора документов, работник принимает письменное обращение по установленной форме. Обращение регистрируется в журнале учета обращений и направляется на рассмотрение в соответствующее структурное подразделение колледжа.

В случае если поставленные клиентом во время приема вопросы не входят в компетенцию колледжа, работник обязан разъяснить клиенту порядок обращения в соответствующие органы публичной власти или иные организации. Запрещается ограничиваться фразой «это не к нам» – необходимо предоставить конкретную информацию: название организации, адрес, телефон, сайт (если они известны работнику).

14. Общие требования к поведению работника при непосредственном взаимодействии:

– вежливость и доброжелательность во всех ситуациях, включая конфликтные;

– умение слушать клиента, не перебивая, задавать уточняющие вопросы для точного понимания потребности;

– адаптация речи под собеседника (учет возраста, эмоционального состояния, физических особенностей – для слабослышащих, слабовидящих). Обязательное использование принципов «понятного языка» согласно Методическим рекомендациям;

– учет индивидуальных особенностей клиентов: для клиента с нарушением слуха предложить письменную форму общения; для клиента с нарушением опорно-двигательного аппарата – выйти в зону доступности (например, в холл на первом этаже).

15. Порядок рассмотрения письменных обращений, принятых при личном приеме:

Письменное обращение, принятое от клиента при личном приеме, регистрируется в день его поступления.

На обращении (или в журнале регистрации) проставляется входящий номер и дата регистрации.

Подготовка ответа на обращение осуществляется структурным подразделением, в компетенцию которого входит поставленный вопрос. Срок подготовки ответа не может превышать 30 дней с даты регистрации, если иной срок не установлен федеральным законом.

Ответ направляется клиенту способом, указанным в обращении (почтовое отправление, электронная почта, выдача лично под подпись). В ответе в обязательном порядке указываются: дата и номер ответа, фамилия и должность исполнителя, контактный телефон для уточнений.

#### 1. Особенности взаимодействия с отдельными категориями клиентов:

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) – прием ведется, по возможности, в доступной зоне (на первом этаже, в кабинете, оснащенный соответствующим оборудованием). При необходимости работник помогает заполнить документы, вызывает ассистента (сопровождающего), использует крупный шрифт и контрастные цвета в визуальных материалах.

Несовершеннолетние клиенты (абитуриенты, обучающиеся в возрасте до 18 лет) – при обращении без родителей (законных представителей) работник оценивает, может ли несовершеннолетний самостоятельно решить данный вопрос в соответствии с законодательством Российской Федерации. По вопросам, требующим согласия родителей (законных представителей) (заключение договора об обучении, подписание согласия на обработку персональных данных, отчисление), работник разъясняет необходимость присутствия родителя (законного представителя).

Родители (законные представители) – работник обращается к ним с уважением, предоставляет полную информацию об успеваемости, посещаемости, мерах поддержки. При запросе информации, касающейся персональных данных обучающегося, работник проверяет документ, подтверждающий родство или опеку (свидетельство о рождении, документ об опеке).

2. Рассмотрение, подготовка и направление ответов на обращения, поступившие в колледж на бумажном носителе почтовым отправлением, осуществляется в том же порядке, что и для письменных обращений, принятых при личном приеме, с учетом дополнительного времени на почтовую пересылку (не более 3 рабочих дней на доставку до адресата).

### **1. Заключительные положения**

3. Настоящий Порядок обязателен к исполнению всеми сотрудниками колледжа, которые в силу своих должностных обязанностей осуществляют прием, консультирование, обработку обращений или предоставление услуг внешним клиентам

4. Несоблюдение Порядка влечет дисциплинарную ответственность в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации и локальными нормативными актами колледжа.

5. Внесение изменений в настоящий Порядок осуществляется по мере необходимости.

6. Настоящий Порядок вступает в силу с 01 июля 2026 года и действует до 31 августа 2028 года.

7. Вопросы, не урегулированные настоящим Порядком, определяются директором колледжа.

# **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

## **о применении «понятого языка» взаимодействия с внешними клиентами**

### **1. Общие положения**

Настоящие Методические рекомендации о применении «понятого языка» при взаимодействии с клиентами (далее – Методические рекомендации) предназначены для того, чтобы сделать взаимодействие колледжа с внешними клиентами (абитуриентами, обучающимися, их родителями (законными представителями), работодателями и иными заявителями) максимально понятным, доступным и клиентоцентричным.

### **2. Общие рекомендации**

Содержание текста сообщения (письма, ответа на обращение, памятки, информации на сайте) должно учитывать профиль клиента. Абитуриенту, родителю (законному представителю) обучающегося и представителю организации-работодателя требуется разный уровень детализации и разная лексика.

Если неизвестно, кто именно будет получателем сообщения, или заранее известно, что получатель не имеет специальных знаний в области образования, юриспруденции или делопроизводства, следует использовать простой язык – форму подачи информации, доступную массовому читателю без профильной подготовки.

Любые узкоспециализированные термины, используемые в образовательной среде, но малопонятные внешнему клиенту, следует заменять объяснением на понятном языке либо общеупотребимыми синонимами.

Например: вместо «ликвидация академической задолженности» – «пересдача не сданных вовремя тем или экзаменов»; вместо «отчисление за невыполнение учебного плана» – «исключение из колледжа из-за долгов по учебе».

В тексте должны отсутствовать орфографические и пунктуационные ошибки, особенно в неправильной расстановке запятых, так как это затрудняет понимание.

Следует использовать нейтральные слова и выражения без эмоциональной окраски, исключая просторечия, жаргон, метафоры и диалектизмы.

Перед подготовкой ответа необходимо убедиться, что ситуация и потребность клиента поняты верно. При любых сомнениях сотрудник обязан связаться с клиентом (по телефону или электронной почте) и уточнить обстоятельства.

Тональность и лексика сообщения выбираются в зависимости от клиентского сегмента:

- для родителей (законных представителей) обучающихся – акцент на понятности, заботе, безопасности образовательного процесса;
- для работодателей – деловой, но без избыточного бюрократического языка;
- для абитуриентов – мотивирующий, с разъяснением простых шагов поступления.

Обоснования и ссылки на нормативные правовые акты (федеральные законы, приказы Минпросвещения, локальные акты колледжа) следует располагать в конце сообщения либо выносить в сноску или краткое указание в скобках. Не следует начинать ответ с фразы «В соответствии с Федеральным законом № 273-ФЗ «Об образовании в РФ», если суть ответа не требует немедленной ссылки на закон.

Рекомендуется ограничиваться только теми ссылками, которые действительно относятся к ситуации, и указывать конкретные пункты (статью, часть, раздел локального акта).

### 3. Содержание сообщения

Вся необходимая клиенту информация должна содержаться непосредственно в тексте ответа. Нельзя заставлять клиента самостоятельно искать что-либо на сайте колледжа, в сторонних системах или в нормативных документах.

Сообщение должно максимально соответствовать конкретной ситуации клиента (его статусу, сроку обучения, цели обращения), а не быть просто выдержкой из правил приема или устава.

Что нужно делать:

1) Убирать лишние слова и предложения.

Лишние слова: «осуществлять прием» вместо «принимать», «проводить информирование» вместо «информировать», фразы вроде «доводим до вашего сведения, что...».

Лишние предложения: повтор уже известной клиенту информации или сведения, которые ему бесполезны.

2) Разбивать длинные сложные предложения на короткие и простые. Правило: одна мысль – одно предложение.

3) Избегать нагромождения причастных и деепричастных оборотов, а также более четырех существительных подряд (например, вместо «для решения вопроса получения меры государственной поддержки обучающихся очной формы обучения» писать «чтобы студент-очник получил господдержку»).

4) Объем ответа должен соответствовать объему вопроса. Если клиент задал несколько вопросов, ответ должен быть дан на каждый из них.

5) Все части сообщения должны быть логически связаны. Бессмысленные вводные слова («таким образом», «исходя из вышесказанного») не должны маскировать отсутствие реальной смысловой связи.

### 4. Оформление сообщения

Неправильное оформление не наказуемо, но сильно ухудшает восприятие. Клиент может не найти нужную информацию даже при ее наличии из-за плохого оформления.

Рекомендации по оформлению:

1) Использовать только общеупотребимые сокращения и аббревиатуры. Такие сокращения, как «ГАПОУ СО», «УП», «ПМ», «ГИА», «ППКРС», при первом упоминании в тексте необходимо расшифровывать.

2) Не включать в одно предложение более одной идеи. Комфортная длина предложения на бумаге А4 – 3–4 строки.

3) Разбивать текст на абзацы по смыслу. Выделять абзацами главное: призыв к действию, вывод, результат рассмотрения.

4) Перечисления (например, список необходимых документов) оформлять в виде маркированных или нумерованных списков.

5) Если есть ссылка на объемный документ (правила приема, памятку, презентацию), не следует цитировать его целиком в письме – лучше приложить файл к ответу.

### 5. Коммуникация в сложных ситуациях

Даже формально правильный, грамотный, но сухой ответ может вызвать у клиента негатив, ощущение отписки и безразличия со стороны колледжа. Особенно это касается отказов в зачислении, отчислений, штрафных санкций (например, за неоплату обучения) или длительного отсутствия ответа.

Важно: взаимодействие происходит с живыми людьми, которые ждут понимания и участия.

Что делать:

1) Использовать эмпатию и эмоциональный интеллект. Признать чувства клиента: «Понимаем, как это важно для вас», «Нам жаль, что возникла такая ситуация».

2) В сложных случаях отходить от шаблонных ответов. Шаблоны допустимы только для простых, рутинных запросов (например, «какой график работы приемной комиссии»).

3) Даже если клиент оказался в сложной ситуации по своей вине (пропустил срок подачи документов, накопил академические задолженности), не обвинять и не поучать. Основной акцент — на возможных вариантах выхода: что можно сделать сейчас, куда обратиться, какие сроки еще не пропущены.

Запрещается:

– использовать пассивно-агрессивные формулировки («вы же знали», «мы вас предупреждали»);

– отвечать сухим шаблоном на эмоциональное обращение;

– ограничиваться фразой «это не к нам» без пояснения, куда именно обратиться.

Пример:

Вместо: «В соответствии с п. 3.2 Правил приема вы пропустили срок подачи оригиналов документов, поэтому не можете быть зачислены».

Рекомендуется: «К сожалению, срок подачи оригиналов документов истек 15 августа. Это установлено Правилами приема. Но вы можете подать заявление на следующую образовательную программу, где прием еще идет до 30 августа, или поступить на заочное отделение. Обратитесь в приемную комиссию завтра с 9:00 до 15:00 – мы поможем подобрать вариант».

## **1. Заключительные положения**

Настоящие Методические рекомендации вступают в силу с 01 июля 2026 года и действуют до 31 августа 2028 года.