

Знать и уметь

Текст:
Наталья Югринова



Как нескучно рассказывать
потребителю о технике безопасности
использования финансовых услуг

Серия информационных материалов «ХочуМогуЗнаю» выпускается по заказу Минфина России с 2013 года. Она подробно и доходчиво рассказывает потребителям о правилах использования той или иной финансовой услуги и о том, что делать, если их права нарушены.

Ежегодно в Роспотребнадзор поступает множество обращений граждан (в 2018 году их было около 23 тысяч) с жалобами на работу банков, микрокредитных организаций, страховых компаний и прочих поставщиков финансовых услуг. Как признают в ведомстве, распространённой причиной проблем является банальная нехватка информации о том, как правильно пользоваться той или иной услугой. А если информация есть, то подана она в формате, который сложно понять рядовому потребителю. Так родилась идея создать серию материалов «ХочуМогуЗнаю». Они объединяют информацию о правах потребителей финансовых услуг, ключевые положения законодательства в простом изложении, интерактивные материалы для изучения правил пользования услугами и т. д. Их разработку в рамках проекта Минфина России и Всемирного банка «Соддействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федера-

ции» поручили консорциуму консультантов АО «ПАКК» и ООО «КАК проект». Первая компания отвечает преимущественно за содержание и текстовую часть материалов, вторая — за структуру содержания и стилистику: дизайн, вёрстку материалов, создание комиксов для школьников и видеороликов о финансовых услугах.

В отличие от других материалов Проекта, серия «ХочуМогуЗнаю» не учит повседневной финансовой грамотности. «Мы не ставили целью рассказать о семейном бюджете, о том, как сэкономить или правильно делать покупки, — поясняет координатор по защите прав потребителей финансовых услуг Проекта **Анна Чаплыгина**. — Нашей задачей было разработать памятки для потребителей финансовых услуг или тех, кто ими вскорости станет: старших школьников, студентов, взрослых, родителей несовершеннолетних детей, пенсионеров». Создатели материалов намеренно ушли от идеи описания жизненных кейсов в сторону создания практической «энциклопедии



К школьникам проект «ХочуМогуЗнаю» обращается на языке комиксов. Скачать материал по ссылке

знаний» о финансовых услугах. В ней, например, даются ответы на следующие вопросы: «Какие законы регулируют отношения граждан и финансовых организаций?», «Как правильно взять автокредит?», «Для чего и как вкладывать деньги в негосударственные пенсионные фонды?», «Как воспользоваться законом о банкротстве?». Всё это, по задумке, поможет уберечь читателя и его близких от проблем, связанных с неправильным использованием финансовыми услугами. Все материалы размещены на единой площадке в интернете — сайте «ХочуМогуЗнаю.рф». Сегодня они активно используются сотрудниками Роспотребнадзора при консультировании потребителей.

Карта проблем

Материалы «ХочуМогуЗнаю» должны были стать максимально полезными и применимыми на практике, поэтому отталкиваясь решили от типичных проблем потребителей на финансовом рынке. Начать пришлось с серьёзной аналитической рабо-

ты по выявлению этих проблем «из первых рук». В ней использовались несколько источников. Во-первых, экспертные интервью с представителями Роспотребнадзора и его территориальных управлений: сотрудники ведомства ежедневно сталкиваются с этими проблемами в жалобах и обращениях граждан. Во-вторых, материалы судебной практики: с их помощью стало понятно, какие случаи чаще становятся поводом для судебных разбирательств, когда потребители чувствуют себя несправедливо обиженными, а свои права — нарушенными. В-третьих, открытые источники — например, отзывы и комментарии пользователей на профильных интернет-форумах, таких как Banki.ru и форумы юристов.

«После анализа исходной информации мы определили основные проблемные ситуации для каждой услуги и сформулировали ключевые идеи», — рассказывает **Дарья Гридасова**, старший консультант, руководитель образовательных проектов компании «ПАКК». — Затем ключевые идеи тести-



Анна Чаплыгина,
координатор
по защите прав
потребителей
финансовых услуг
Проекта:

Нашей задачей было разработать памятки для потребителей финансовых услуг или тех, кто ими вскорости станет: старших школьников, студентов, взрослых, родителей несовершеннолетних детей, пенсионеров

вались на важность и актуальность путём анкетирования сотрудников отделов защиты прав потребителей территориальных управлений Роспотребнадзора и консультационных центров. Потом разрабатывалось примерное содержание материалов». Параллельно компания «КАК проект» разрабатывала варианты дизайн-концепции и проводила дистанционный опрос для их тестирования. «Важно было выстроить правильную коммуникационную стратегию, — рассказывает директор компании «КАК проект» **Мария Кумова**. — Поскольку подобных материалов в таком масштабе в России ещё не создавалось и шаблонов общения с потребителями не существовало, мы начали с изучения мирового опыта. В 2014 году мы провели масштабное исследование того, как с контентом, связанным с финансовым просвещением, работают за рубежом — в Канаде, Сингапуре, ЮАР и др. Всего мы собрали около сотни международных кейсов о том, как такие коммуникации осуществляются в других странах. Затем мы разработали несколько вариантов коммуникационных стратегий и визуальных концепций и провели серию фокус-групп, чтобы выбрать одну из них». В основе победившей концепции «ХочуМогуЗнаю» лежала «триада» потребностей, знаний и навыков: хочу закрыть какую-либо материальную потребность, могу воспользоваться соответствующей финансовой услугой, знаю, как это сделать правильно.

В ходе разработки материалов периодически проходили рабочие обсуждения как их содержания, так и дизайна с участием Управления по защите прав потребителей Роспотребнадзора. «Общение с сотрудниками ведомства, которые на практике сталкиваются с проблемами потребителей финансовых услуг, оказалось очень важным, — подчёркивает Анна Чаплыгина. — Мы получили представление о том, каким именно образом люди обычно задают вопросы, какие используют формулировки, какие допускают ошибки, чего не слышат и не понимают, общаясь с финансовой организацией, какие имеют стереотипы. Например, нам рассказали о том, что одна из ключевых проблем потребителей — патерналистские установки. Человек думает, что ему предоставили не те условия, на которые он надеялся, — а значит, государство должно быть на его стороне и защитить его интересы. Очень сложно порой объяснить обратившемуся, что нарушения закона

«ХочуМогуЗнаю» в цифрах и фактах

Охват аудитории:

более **9** млн человек

Целевая аудитория:

потребители финансовых услуг

всех возрастов — подростки среднего и старшего школьного возраста, взрослые, родители несовершеннолетних детей, пенсионеры

Общее количество материалов: **114**

Дата производства:

2013–2019 годы

Создатели материалов:

Консорциум «ПАКК» и «КАК Проект»

Площадка размещения:

сайты «ХочуМогуЗнаю.рф» и «Вашифинансы.рф», YouTube



нет: он просто сам невнимательно прочитал договор, не разобрался в его положениях. И вот это ощущение, что кто-то за тебя вступится и наведёт порядок, наблюдается практически во всех возрастных группах. Именно поэтому нужно учить потребителей ответственности за свои действия и выбор; тому, что нельзя, например, оформлять кредит на крупную сумму второпях, не читая документы и не сравнивая условия.

Другой вводной установкой стала необходимость сделать максимально простые материалы. Как указывает Чаплыгина, потребители не любят разбираться в деталях, а из-за сложного специфического языка и обилия нюансов они не читают законы.

Каждому свой формат

После того как была создана общая «карта проблем», началась разработка печатных материалов. В серии «ХочуМогуЗнаю» их реализовали в нескольких форматах. В сжатом виде информация даётся в буклете: он представляет собой лист формата А4, согнутый в три раза. Буклеты раздают потребителям в консультационных центрах Роспотребнадзора по всей стране (их общий тираж превысил 9,6 млн экземпляров). К каждому буклету создана инфографика — пошаговая инструкция для потребите-



Дарья Гридасова, старший консультант, руководитель образовательных проектов компании «ПАКК»:

Суть финансового просвещения не в том, чтобы дать типовые ответы на все вопросы, а в том, чтобы научить население использовать базовые знания, исходя из собственных потребностей, приоритетов и возможностей

ля о том, как действовать и на что обращать внимание при пользовании услугой. Более развёрнутая информация содержится в брошюрах. Их используют профессионалы (например, сотрудники Роспотребнадзора) и преподаватели, которые имеют отношение к финансовой грамотности. Помимо этого, для привлечения внимания к той или иной теме созданы плакаты.

Информацию из буклетов и брошюр также перенесли в видеоролики, используя технику стоп-моушен, то есть с применением покадровой анимации. Нарисованная от руки картинка в них сопровождается просветительским рассказом. Ролики для детей и взрослых слегка различаются по стилистике. Для всех материалов были разработаны версии для использования в информационных киосках: они размещены в территориальных подразделениях Роспотребнадзора по всей стране. Чуть позже серия пополнилась комиксами для подростков, отрисованными как в стандартном для этого жанра статичном виде (на бумаге), так и в анимированной версии (в виде роликов на YouTube). Наконец, на основе материалов были разработаны флеш-игры – несложные онлайн-тесты для взрослых и квесты для школьников, где необходимо принимать за компьютерного героя то или иное решение, связанное с финансами.

Все печатные материалы серии структурированы по единой схеме. В них объясняется суть финансовой услуги (например, кредита, автостраховки, микрозайма), поясняется, на что обратить внимание при её выборе, раскрываются права и обязанности потребителя и финансовой организации, рассказывается, какие могут возникнуть проблемы и как действовать, если это произошло. В конце обязательно указан перечень органов и организаций, в которые можно обращаться, если права нарушены. Раз в год информация по каждой услуге актуализируется: её приводят в соответствие с правовым полем и изменениями деловой практики. Так, в 2014 году сумма возмещения по вкладам в банках была увеличена в два раза, с 700 тыс. до 1,4 млн рублей, а в нынешнем году существенно изменилось регулирование предельно допустимых ставок по кредитам и микрозаймам. Соответственно, поменялись и данные в брошюрах и буклетах. Когда все направления «карты проблем» оказались раскрыты, возникла потребность в создании материалов на ещё несколько специфических тем – напри-



как случайно не оказаться должником

советы пенсионерам




Предложение «бесплатных» услуг может быть мошенничеством

1

Что может произойти

Приглашают в медицинский центр на «бесплатную» процедуру или обследование.



Как действовать

Имейте в виду, что бесплатной может оказаться только первая процедура.

2

После проведения процедуры на клиента оказывают психологическое давление.

- Убеждают приобрести якобы необходимые ему услуги на крупную сумму.




2

Не поддавайтесь на психологическое давление и угрозы немедленно оформить договор.

3

Обещают возможность оплаты по частям, а в действительности это – кредит.

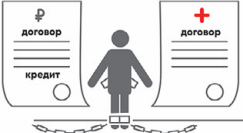


3

- Внимательно прочтите договор.
- Проконсультируйтесь с родными.
- Изучите отзывы о компании.

4

Убеждают подписать договор на месте и без промедления.



4

- Обратитесь в банк и откажитесь от кредита.
- Расторгните с компанией договор об оказании услуг.
- Оплатите оказанные услуги.

Создан в рамках проекта РРП/ОСБ-4 «Информация, общественное информирование общественности о различных аспектах защиты прав потребителей финансовых услуг» Проекта «Создание позитивных условий финансовой грамотности населения и развитие финансового образования в Российской Федерации» Минфина России и Всемирного Банка.

мер, общение с коллекторами, банкротство, цифровые финансовые услуги. В последние полгода стало очевидно, что нужны и принципиально новые материалы – о проблемных ситуациях в пользовании финансовыми услугами, с которыми сталкиваются пенсионеры и родители несовершеннолетних детей. При их создании подход несколько изменился: использовались реальные кейсы и типичные житейские истории.

«В материалах для школьников, подростков и их родителей, – рассказывает Анна Чаплыгина, – мы опирались не только на кабинетный экспертный анализ, но и на фокус-группы и онлайн-опросы. Чтобы понять, с какими неприятностями подростки сталкиваются, решая те или иные финансовые вопросы, нужно было поговорить с ними напрямую. Результат получился очень

Проблемные ситуации и решения «ХочуМогуЗнаю» описывает лёгкой для восприятия инфографикой. Скачать материал по ссылке

интересным». Например, в брошюре, предназначенной родителям несовершеннолетних детей, описана следующая — весьма распространённая — жизненная ситуация. Школьник Дима пользуется приложениями для смартфона и привязал к аккаунту в магазине приложений банковскую карту родителей (своей у него пока нет). Он договорился с ними, что будет скачивать только бесплатные приложения. Так он и делал — но однажды родителям пришло уведомление о списании 500 рублей за какое-то из приложений. Выяснилось, что Дима поставил себе «бесплатный» сервис для изменения голоса на видеозаписи, а через неделю удалил. Но он невнимательно прочитал условия подписки: бесплатной была только первая неделя, а дальше приложение автоматически продлевало подписку ещё на месяц и списывало деньги. В брошюре рекомендуется регулярно проверять, какие подписки подключены на разных гаджетах, и ставить напоминания для своевременной отмены подписки перед окончанием бесплатного периода.

База знаний

Интересно, как при столь большом количестве сторон, занятых в создании серии «ХочуМогуЗнаю», — заказчик в лице Минфина России, Роспотребнадзор как институциональный пользователь материалов, консорциум компаний-исполнителей — велась работа над согласованием материалов и правками. В общих чертах, рассказывает Дарья Гридасова, процесс выглядел так. После написания текста компания «ПАКК» отдаёт его в «КАК проект» для дизайна и вёрстки. В несколько итераций «ПАКК» оценивает детали оформления (насколько представление информации соответствует содержанию и подчёркивает его, правильно ли расставлены необходимые акценты), даёт свои комментарии и варианты. Как правило, всё это происходит в рабочем порядке — в переписке и по телефону. Согласованные рабочие версии представляются Роспотребнадзору. Если он даёт замечания, их обязательно учитывают. После внесения правок финальная версия материала идёт на формальное согласование сначала с координатором, а затем направляется экспертам Проекта.

В итоге разработка одной темы и подготовка материалов во всех возможных форматах для неё может растянуться на несколько месяцев. «Нужно быть готовым к тому, что правки — это важный, но долгий процесс, — подтверждает Анна Чаплыгина. — Напри-

Проект «ХочуМогуЗнаю» — это информационные и интерактивные материалы о правах потребителей финансовых услуг и законодательной базе в простом пересказе и лёгкой для восприятия форме

мер, мы потратили много сил на обновление материалов, где отражены вопросы, подпадающие под недавние изменения в законе о потребительском кредитовании. Была принята новая система регулирования предельной стоимости кредита, и её описание занимает несколько абзацев с формулами. Понять её с ходу неподготовленному потребителю очень тяжело. Нам пришлось долго биться над тем, чтобы превратить её в легко читаемый текст». По мнению Дарьи Гридасовой, самое сложное в этом процессе — «забыть» всё, что ты знаешь как эксперт, и посмотреть на материал глазами потребителя, прочитать его так, как читал бы он.

Контракт по созданию серии «ХочуМогуЗнаю» заканчивается осенью 2019 года. Сейчас все материалы приведены в соответствие с текущим законодательством и деловой практикой. В таком состоянии, говорит Чаплыгина, они будут актуальны ещё год-полтора, а затем снова понадобится вносить в них коррективы и дополнять (проект Минфина России по повышению финансовой грамотности завершается в декабре 2020 года). Координатор затрудняется говорить о количественных результатах распространения серии материалов (трудно подсчитать аудиторию, ознакомившуюся с материалами), но обратная связь как от Роспотребнадзора, так и от самих потребителей финансовых услуг оказалась чрезвычайно положительной. По мнению сотрудников ведомства, таких же «баз знаний» не хватает и по всем остальным секторам потребительского рынка — туризму, пищевой продукции, здравоохранению и т. д. Дарья Гридасова полагает, что при создании серии удалось нащупать правильный подход — предлагать собеседнику (то есть потребителю) минимум готовых решений, а вместо этого учить их действовать самостоятельно и ответственно. В этом, считает эксперт, и состоит суть финансового просвещения: не давать типовых ответов, а учить население использовать базовые знания, исходя из собственных потребностей, приоритетов и возможностей. 📌



Мария Кумова,
директор компании
«КАК проект»:

Работа над серией материалов отразилась в том числе на моём личном финансовом поведении. За это время моя семья рефинансировала свои кредиты, мы завели дополнительные карты для интернет-платежей и помогли знакомым пройти процедуру банкротства. Я горжусь своим участием в таком масштабном социальном проекте