

№	Вопрос	Да	Нет
1	Объем основного текста коммерческого предложения (без приложений) — 2–4 страницы		
2	В печатном тексте использованы шрифты с засечками, в электронном — без засечек		
3	Размер шрифта в письме удобен для чтения (с экрана и на печати). Например: Verdana 12, Tahoma 11, Calibri 14		
4	В тексте не больше двух разных шрифтов		
5	В документе не больше двух-трех разных цветов		
6	В шапке коммерческого предложения нет банковских реквизитов		
7	У коммерческого предложения есть номер и актуальная дата		
8	Вместо фразы «Коммерческое предложение» — другой заголовок		
9	Размер заголовка не превышает двух строк. Идеальный вариант — одна строка и 3–5 слов		
10	Заголовок коммерческого предложения написан более крупным шрифтом по сравнению с основным текстом и выровнен по центру		
11	Нет пустых строк для заполнения от руки («_____»)		
12	Использован один тип выравнивания основного текста (или по ширине, или по левому краю). Нет визуальных пропусков		
13	Подзаголовки выделены полужирным шрифтом, выровнены по левому краю		
14	Размер абзацев не превышает четырех строк		
15	Максимальная длина предложений — не более двух строк		
16	Между абзацами есть «воздух» (пробел, пустая строка)		
17	Перечисления оформлены в виде маркированных или нумерованных списков		
18	Ключевые моменты текста выделены с помощью визуальных и графических инструментов		
19	Гиперссылки прикреплены к конкретным фразам		
20	Нет смайликов		
21	В каждом случае использовано не больше одного восклицательного (вопросительного) знака		
22	Постскриптум визуально выделен		
23	Подпись поставлена пастой или чернилами синего цвета (если основной цвет текста — черный)		
24	Каждое приложение имеет номер и четкий заголовок		