

Тамара Воротынцева

**Деловая e-mail переписка. Пять
правил успеха**

Предисловие

Здравствуйте, уважаемый читатель!

Я – автор книги, которую вы держите в руках.

Эта книга задумана мной как простой и удобный справочник для людей, которым по роду деятельности приходится часто общаться с деловыми партнерами и клиентами по электронной почте и важно быть в таком общении успешными. В ней обобщен мой личный опыт ведения деловой переписки, опыт моих коллег, партнеров и клиентов. Я буду рада, если эта книга поможет вам освоить инструменты грамотного ведения деловой переписки и приобрести навыки, необходимые для эффективного общения по электронной почте.

Я надеюсь, что читать эту книгу вам будет легко и интересно. Важно лишь вникать в суть приемов и правил, а потом применять их на практике.

Искренне надеюсь, что эта книга поможет вам:

- писать электронные письма быстро и легко;
- писать предельно ясно и максимально убедительно;
- выражать свои мысли в письме энергично, вежливо и эффективно;
- достигать в письмах своих целей;
- овладеть грамотными клише современного делового письма;
- быть уверенным в соответствии вашего письма правилам хорошего тона, общепринятым в современном деловом сообществе;
- формировать собственный позитивный имидж и имидж компании в глазах клиентов и деловых партнеров;
- сделать вашу деловую переписку максимально успешной.

С уважением,

Тамара Воротынцева.

Правило успеха № 1. Следовать принципам современной деловой переписки

Эта книга называется «Деловая e-mail переписка. Пять правил успеха». Все правила, которые помогут вам стать успешными при написании делового письма, я собрала в единую картинку, придав ей подобие пирамиды.

Она выглядит вот так (рис. 1).

Рис. 1. Пирамида навыков деловой переписки

Обратите внимание: пирамида расположена на определенном основании. Этим основанием является грамотность. Невозможно говорить об эффективности и успешности делового письма, если оно написано с орфографическими, пунктуационными или другими ошибками.

На страницах данной книги правила русского языка не рассматриваются подробно. При этом я допускаю мысль о том, что их краткое повторение для человека, пишущего письма, никогда не помешает. Понимая, что знания из школьного курса русского языка порой забываются, а времени на обращение к справочникам зачастую нет, я составила для вас своего рода шпаргалку-помощник по основным правилам (вы найдете ее в конце книги). Нарушение этих правил встречается в современной переписке наиболее часто. А ошибки, допускаемые из-за их незнания, всегда бросаются в глаза. Буду рада, если эта шпаргалка-помощник сэкономит ваше время и вовремя даст ответ на затруднительный с точки зрения правильного написания вопрос.

Уровни пирамиды – это те ступени, по которым мы с вами будем подниматься в освоении мастерства деловой переписки. На каждом из

уровней располагаются определенные практические инструменты и приемы, которые нужно знать, чтобы письмо было эффективным и решало поставленные перед ним задачи.

На мой взгляд, формула успешного делового письма выглядит так.

Эффективное письмо:

Решение поставленной задачи

+

Оптимальность сроков

+

Комфортность общения

О том, как эту формулу реализовать практически, я вам расскажу на страницах книги.

Наверное, вы обратили внимание, что пирамида имеет стержень? Как вы думаете, какое слово, по моему замыслу, необходимо поместить внутрь этого стержня? Какие у вас есть предположения?

Наверняка сейчас вы мысленно произносите: «суть», «главный смысл», «основная мысль письма». И это правильно!

Стержнем пирамиды является цель письма. Именно это понятие я пишу внутри (рис. 2).

Рис. 2. Цель письма как стержень пирамиды

От цели, которую вы ставите перед собой при написании, будет зависеть арсенал необходимых вам инструментов.

В одних письмах достаточно только ясности изложения (и ее инструментов), в других не обойтись без инструментов дополнительной убедительности (воздействия на адресата), а в третьих вам пригодятся техники работы с «трудными» письмами. Далее мы подробнее остановимся на целях, которые могут стоять перед деловым письмом, и освоим все уровни пирамиды.

А сейчас пойдём дальше.

Электронное письмо в современном деловом мире – это универсальный инструмент, при помощи которого мы можем решать вопросы, находить новых клиентов и партнеров, делать прочными имеющиеся деловые связи, укреплять и расширять бизнес. А можем и наоборот: «упускать» клиентов, терять партнеров, «тормозить» работу и развитие бизнеса.

Как это происходит в реальности?

В качестве иллюстрации предлагаю вам ситуацию из собственной практики^[1]. Минувшей весной я искала для своего ребенка варианты языкового обучения. Проведя мониторинг рынка, я остановилась на нескольких компаниях. В адрес каждой из них я написала письмо, которое вы увидите ниже. Далее я привожу полученные ответы.

Задание для вас, уважаемый читатель: пожалуйста, прочтите фрагменты переписки (варианты полученных мною ответов) и ответьте на вопрос: «Если бы вы были на моем месте, с какой из компаний вы захотели бы продолжить деловое общение?»

Мое письмо:

От кого: Тамара

Дата: Март, 11 2011 9:14

Кому:

Тема: Обучение в Испании

Здравствуйте!

Меня интересует информация о детских летних языковых лагерях. Предварительно посмотрела информацию на Вашем сайте. К сожалению, трудно понять, какие варианты сколько стоят, что входит в указанные суммы, а что предполагает дополнительную оплату. Хотелось бы получить предельно конкретное предложение с ценами, актуальными на сегодняшний день (может быть, несколько вариантов).

Меня конкретно интересует:

Летний языковой лагерь в Испании. Желательные города – Валенсия, Саламанка. Продолжительность – 2 недели в июле текущего года. Возраст моего ребенка – 16 лет. Уровень владения испанским языком сейчас – начальный.

Буду благодарна за подробную конкретную информацию.

С уважением, Тамара Воротынцева.

Какое из писем-ответов вызывает у вас желание продолжить деловое общение: первое – от Елены или второе – от Марины?

Думаю, что ваш ответ совпал с моим: письмо Марины привлекательнее, чем письмо Елены. Почему?

Потому что оно максимально соответствует тем ожиданиям, которые я испытывала как человек, написавший письмо-вопрос. Потому что оно исчерпывающе конкретно и доброжелательно. Потому что, получив его, я понимаю, что со мной хотят работать и общаться. Наконец, суммируя все сказанное, это письмо можно назвать действительно профессиональным и успешным.

Из чего складывается эта успешность?

Ответом на вопрос является понятие, которое я назвала «Принципы эффективной деловой переписки». Этих принципов немного, всего три. Но они непременно должны присутствовать в любом деловом письме, которое претендует на то, чтобы быть профессиональным.

Итак, правило успеха № 1: следовать принципам эффективной деловой переписки.

Три принципа эффективной деловой переписки:

- ориентация на цель, выбор оптимальных способов ее достижения;
- формирование позитивного делового имиджа в глазах адресата;
- формирование клиентской лояльности.

Давайте подробнее рассмотрим каждый принцип.

Принцип 1. Ориентация на цель и удерживание цели в письме

Прежде всего, давайте определимся с термином «цель».

Любое общение (и в частности, в формате делового письма) имеет две цели: информировать собеседника и убеждать его. В зависимости от конкретной ситуации возможно смещение акцента в одну или другую сторону.

Иногда нам достаточно предоставить в письме информацию. Иногда важно не только предоставить информацию, но и склонить собеседника к принятию определенного решения.

Надеюсь, что рис. 3 более понятно проиллюстрирует мою мысль.

Рис. 3. Цели письма

В ситуации, когда нам важно внятно донести до клиента информацию, наша цель и наше письмо будут находиться в квадрате № 1: мы только информируем, но не убеждаем. Мы работаем исключительно с информацией и не пытаемся воздействовать на адресата.

В ситуации, когда нам важно задержать внимание адресата на нашем предложении, ярко показать преимущества, которые он может получить при работе с нами, наша цель и наше письмо должны находиться в квадрате № 2: мы не только информируем, но и убеждаем. Это значит, что помимо предоставления собственно информации мы должны применить дополнительные инструменты воздействия на собеседника, инструменты

управления его вниманием и эмоциями.

Теперь вернемся к письмам Марины и Елены.

Очевидно, что Марина и Елена ставили перед собой разные цели.

Елена «работала» в квадрате № 1 (была ориентирована на то, чтобы дать информацию, – и не больше). И это оказалось ошибкой: ведь я как клиент делала первоначальный выбор между деловыми предложениями.

Марина в письме не только сообщала фактическую информацию, но и использовала дополнительные инструменты, сделавшие ее письмо ярким, доброжелательным, привлекательным, вызвавшим желание продолжить диалог.

Очевидный вывод: перед тем как написать письмо, четко определитесь с целью. Важно понимать, какой результат вы хотите получить: чтобы собеседник просто ознакомился с вашей информацией или чтобы он захотел сделать то, что вы ему предлагаете?

От цели будет зависеть арсенал инструментов, которые необходимо использовать в письме (об инструментах – разговор далее).

Без ясного понимания конечной цели письма мы обречены на неудачу при его написании. Невозможно добиться цели, не понимая ее. Римский философ Сенека однажды сказал: «Когда человек не знает, к какой пристани он держит путь, для него ни один ветер не будет попутным». Поэтому четко определяйтесь в своих намерениях.

Принцип 2. Формирование позитивного делового имиджа в глазах адресата

Известная русская пословица говорит: «Встречают по одежке...» Это в полной мере справедливо в отношении электронного делового письма. При его получении достаточно беглого взгляда, чтобы сделать вывод об общей деловой культуре компании, об отношении к клиентам/партнерам, об уровне профессионализма сотрудника, написавшего письмо.

Какие индикаторы позволяют это сделать? Что характеризует деловой имидж компании?

Шесть важнейших индикаторов делового имиджа в электронном письме

1. Время ответа на письмо.
2. Грамотное заполнение поля «Тема».
3. Персональное обращение.
4. Выражение слов признательности за обращение в компанию (за обращение к вам).
5. Позитивное завершение письма.
6. Подпись и блок контактной информации.

Рассмотрим подробнее...

Индикатор делового имиджа № 1.

Время ответа на письмо

Время ответа показывает адресату, насколько вы заинтересованы в общении с ним.

Кроме того, отсутствие своевременного ответа может затруднить работу других людей, связанных с вами деловыми отношениями.

А задержка с ответом клиенту – это нередко серьезный риск потерять его.

СОВЕТ

Старайтесь отвечать на получаемые письма сразу. Если это невозможно – то в течение двух, максимум трех часов с момента получения (три часа – среднестатистическое время комфортного ожидания ответа. По истечении этого срока адресат может начать испытывать беспокойство о судьбе доставки своего письма и о перспективах получения своевременного ответа).

Следующий порог допустимого времени ответа – в течение дня.

Если и в течение дня ответить по объективным обстоятельствам затруднительно, признаком хорошего делового тона является отправка адресату сообщения приблизительно следующего содержания: «Я получил Ваше письмо. Постараюсь на него ответить до... включительно».

При принятии решения о приоритетности ответов на поступившие к вам письма обращайте внимание на такие пометки адресата, как «Важность/Priority» и «Тема/Subject». Это надежные показатели того, насколько скорым и важным для адресата является ваш ответ.

СОВЕТ

Как не копить неотвеченные письма?

Проверенный прием: прочитав письмо адресата (в ситуации большого количества писем), сразу оцените, насколько оно важное и срочное, сколько времени вы потратите на ответ. Если на его написание вам понадобится до 5–7 минут – отвечайте сразу. И только более затратные по времени ответы откладывайте «на потом».

Алгоритм действий по соблюдению времени ответа на письмо

1. При получении письма обратите внимание на поля «Важность/Priority» и «Тема/Subject».
2. Если их заполнение свидетельствует о необходимости срочного ответа – сделайте приоритетным ответ на данное письмо. На остальные письма в вашей почте ответьте позже.
3. Если адресат запрашивает автоматическое подтверждение о факте получения вами его письма – обязательно подтверждайте получение. Будьте доброжелательны! Не думайте, что адресат стремится вас контролировать. Он просто хочет быть уверенным, что его письмо не потерялось, а доставлено в ваш электронный ящик.
4. Отвечайте на письма клиентов/партнеров максимально оперативно – не позднее трех часов с момента их получения[2].
5. Если ответить на заданный клиентом/партнером вопрос в течение трех часов невозможно, напишите в ответном письме: «(имя), я получил Ваше письмо. Постараюсь на него ответить до... включительно».

Индикатор делового имиджа

№ 2. Грамотное заполнение поля «Тема»

Алгоритм действий по грамотному заполнению поля «Тема».

1. Не оставляйте поле «Тема/Subject» пустым. Не следуйте ошибочному мнению о том, что это поле – «пятое колесо в телеге». Это не так. Люди, с которыми вы переписываетесь, могут получать десятки/сотни писем в день. Грамотно заполненное поле «Тема/Subject» помогает быстро идентифицировать содержание письма и степень его важности.
2. Заполняйте поле темы рационально, делайте информацию предельно подробной. Например, «Договор. Счет. Акт» вместо «Документы».
3. Делайте объем темы содержательным, но предельно кратким (количество знаков, видимых адресатом при получении, в поле «Тема/Subject» может быть ограниченным).
4. Старайтесь не использовать восклицательные знаки и смайлы. Восклицательный знак и смайл – это отражение эмоций. Эмоции в формулировке темы письма чаще всего неуместны.
5. Строго по назначению используйте заглавные буквы. Слова, целиком написанные заглавными буквами, в электронном письме прочитываются как крик. Он неуместен в теме делового письма.
6. Помните, что грамотная работа с полем «Тема/Subject» сразу показывает уровень профессионализма и культуры делового общения.

Индикатор делового имиджа № 3. Персональное обращение

Деловое письмо, начинающееся с персонального обращения и приветствия, отражает индивидуальную направленность письма, демонстрирует ваше внимание и уважение к личности клиента/делового партнера.

Сравните сами.

Ситуация: вы записались на курсы иностранных языков и просите сотрудника института выслать вам счет на оплату. Сравните варианты ответов.

Какой вариант ответа вам понравится больше?

Думаю, тот, где к вам обратились по имени. Дейл Карнеги в связи с этим говорил: «Имя человека – самый сладостный и самый важный для него звук на любом языке».

СОВЕТ

Обязательно в деловых письмах обращайтесь к человеку по имени! Этим вы подчеркнете персональный характер вашего письма и продемонстрируете внимательное отношение к адресату.

А вот еще один интересный факт: называние человека по имени в культуре многих народов наполнено особым смыслом. Произнесение имени человека – это установление связи с его душой. Такое действие возможно только в ситуации полного доверия между общающимися людьми.

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ. ЭТО ВАЖНО!

1. Внимательно относитесь к информации, которую несет письмо.

2. Информация о том, как обратиться к адресату в ответном письме, может содержаться:

- в подписи к письму;
- в тексте письма (если адресат сам представился вам);
- в поле «От Кого/From».

3. При использовании информации из всех перечисленных выше блоков включайте здравый смысл. Ни один из вариантов, приведенных ниже, недостоин подражания:

- «Здравствуйте, Иванов Р.!»
- «Здравствуйте, irishka@maiL.ru!»
- «Добрый день, Иван И. Петренко!»

4. В современной практике электронного делового письма вполне допустимы обращения по имени в неполном варианте: «Здравствуйте, Аня!» (вместо Анна), «Добрый день, Сергей!» (вместо Сергей Петрович). Используйте их, если сам адресат практикует и поддерживает такую форму обращения к себе.

5. При отсутствии всякой информации об имени адресата используйте любую из фраз: «Добрый день!» или «Здравствуйте!».

6. Не стоит употреблять в приветствии фразу «Доброго времени суток!». Нередко в деловом сообществе это обращение расценивается как дурной тон, несоответствие современным нормам письменного этикета.

Индикатор делового имиджа № 4. Выражение слов признательности за обращение в компанию (за обращение к вам)

Слова признательности являются признаком хорошего тона и общей культуры делового общения.

Письмо-ответ клиенту/партнеру, начинающееся с фразы «Спасибо за Ваше письмо», демонстрирует адресату, что его ценят и дорожат его выбором.

Сравните:

Какое из писем-ответов вам больше нравится: первое или второе?

Мне – второе. Надеюсь, что и вам тоже.

СОВЕТ

Если ситуация располагает, начните свое письмо со слов благодарности. Позитивные слова и эмоции в начале письма – хороший старт для дальнейшего делового разговора.

ГОТОВЫЕ КЛИШЕ (ИСПОЛЬЗУЙТЕ, ЧТОБЫ ПИСАТЬ БЫСТРЕЕ)

Варианты фраз признательности в начале письма:

- *Спасибо за Ваш интерес к...*
- *Спасибо за Ваше письмо.*
- *Мы рады, что Вы обратились к нам.*

Конец ознакомительного фрагмента. Читать дальше:

[Перейти](#)