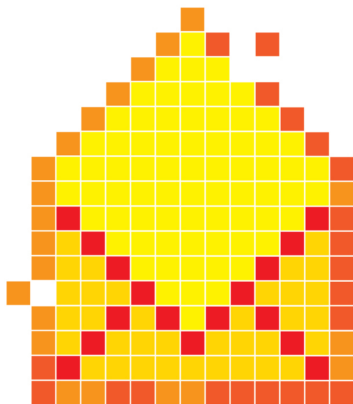


Саша Карепина

Конструктор делового письма

Практическое пособие
по эффективной
бизнес-переписке



Саша Карепина
Конструктор делового
письма. Практическое
пособие по эффективной
бизнес-переписке
Серия «МИФ Бизнес»

Текст предоставлен правообладателем
Конструктор делового письма. Практическое пособие по эффективной
бизнес-переписке / Саша Карепина: Манн, Иванов и Фербер; Москва;
2015
ISBN 9785000574270

Аннотация

Эта книга научит вас писать эффективные деловые письма.

Успешный лидер сегодня практически обязан уметь грамотно выражать свои мысли как устно, так и на бумаге. Причем, хорошие деловые письма могут принести даже гораздо больше пользы, чем многочасовой разговор.

Сколько в мире разновидностей деловых писем? Очень много! И каждое письмо должно быть четким и по форме, и по содержанию. Эта книга расскажет вам, какую конкретно

структуру нужно использовать для каждой категории писем, и поможет подобрать правильные слова.

Все письма автор делит на 6 категорий: информирующие, убеждающие, продающие – а также отказы, претензии и возражения. В книге будут отдельные главы для каждого из типов письма – и в каждой главе вы найдете несколько наглядных реальных примеров.

От автора

Говорят, историю о том, что периодическая система элементов явилась ему во сне, Менделеев придумал для навязчивых журналистов – а на самом деле идея упорядочить элементы по их атомной массе пришла ученому за завтраком. Впрочем, не важно. Как бы ни появилась эта система, меня всегда завораживала ее строгая логика. «Ряды» и «колонны» химических элементов позволяли разом взглянуть на все, что нас окружает – и понять, «откуда уши растут».

С тех пор, как я стала обучать занятых взрослых людей хитростям деловой переписки, меня не покидала мысль: вот было бы здорово упорядочить все техники и приемы делового письма, как Дмитрий Иванович упорядочил элементы! Вместо десятков слов дать какое-то наглядное представление, образную конструкцию, «этажерку», где идеи расклады вались бы по полочкам.... Мысль пустила корни, стала постепенно материализоваться – и одна за другой придумались таблицы и схемы, из которых в конце концов собралась книга.

Содержание

Вступление	7
Глава 1	12
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Саша Карепина

Конструктор делового письма. Практическое пособие по эффективной бизнес-переписке

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

© Саша Карепина, текст, 2015

© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2015

*** * ***

Эту книгу помогли сделать лучшие:

Алмара Кулиева

Константин Локишин

Илья Илюшечкин

Катерина Милашевич

Отдельное спасибо Дарье Алексеевой за ценные предложения по формату схем-резюме в конце каждой главы и дизайнеру Петру Полетаеву – за то, что придумал, как весь объем информации

визуально представить в книге.

Вступление

О чем эта книга

Сначала периодическая система приснилась Пушкину, но он ничего не понял, и ей пришлось присниться Менделееву.

Бородатая шутка

Говорят, историю о том, что периодическая система элементов явилась ему во сне, Менделеев придумал для навязчивых журналистов, а на самом деле идея упорядочить элементы по их атомной массе пришла ученому за завтраком. Впрочем, не важно, как именно появилась эта система. Меня всегда завораживала ее целостность. «Ряды» и «колонны» химических элементов позволяли разом увидеть все, что нас окружает, и обнаружить, что все подчиняется единой стройной логике.

С тех пор как я стала обучать занятых взрослых людей хитростям деловой переписки, меня не покидала мысль: вот было бы здорово упорядочить все техники и приемы делового письма так же, как Дмитрий Иванович упорядочил элементы! Дать какое-то наглядное представление, образную конструкцию, «этажерку», где идеи раскладывались бы по полочкам...

Мысль стала постепенно материализовываться, и одна за

другой придумались таблицы и схемы, из которых в конце концов собралась книга. Позвольте вам эту книгу представить!

Сколько в мире разновидностей деловых писем? Да великое множество! В этом безбрежном море легко утонуть, так и не разобравшись, как же писать деловые письма, поэтому в книге мы будем использовать простую, но эффективную классификацию. Все письма мы разобьем на шесть категорий: информирующие, убеждающие, продающие, а также отказы, претензии и возражения. Пример для каждой из категорий приведен на схеме ниже.



ИНФОРМИРУЮЩЕЕ

Мы провели исследование и сообщаем адресату его результаты.

УБЕЖДАЮЩЕЕ

Мы убеждаем поставщика дать нам скидку или отгрузить товар быстрее.

ПРОДАЮЩЕЕ

Мы составляем КП, предлагаем в письме товары или услуги.



ОТКАЗ

Адресат просит увеличить лимит по карте. Мы вынуждены отказать.

ПРЕТЕНЗИЯ/ВЫГОВОР

Партнер постоянно нарушает сроки поставки материалов. Мы требуем ввести порядок с поставками.

ОТВЕТ НА ПРЕТЕНЗИЮ

Нас обвинили в непрофессионализме, мы защищаем свое честное имя.

Цель информирующего письма – просто донести до читателя факты. Цель убеждающего – побудить с помощью фактов к каким-то действиям. Цель продающего – естественно, добиться покупки. При этом отношение читателя к нашему сообщению может быть и позитивным, и нейтральным, и негативным в зависимости от ситуации.

Цель отказа, само собой, отклонить просьбу читателя. Цель претензии или выговора – сообщить, что читатель неправ. Ответ на претензию предназначен для того, чтобы признать свою вину или отказаться от обвинений. И последним трем видам писем адресат никогда не бывает рад. Отказы, претензии и ответы на претензии можно смело назвать негативными посланиями.

Какие бы письма вы ни писали, они гарантированно попадут в одну из шести категорий. Вы отчитываетесь перед клиентом о проделанной за его деньги работе? Ваш отчет можно отнести к информирующим письмам. Вы запрашиваете у де-

ловых партнеров какую-то информацию, которую они могут дать, а могут и не дать? Ваше письмо логично считать убеждающим. Вы указываете смежникам на недоработки? Можно считать, что речь идет о претензии и так далее.

Первые две главы книги будут посвящены общим принципам написания писем, справедливым для любого типа переписки. В остальных шести мы разберемся в особенностях каждого из типов в отдельности и рассмотрим несколько наглядных примеров соответствующих писем. Так что если вы сомневаетесь, к какой категории правильнее отнести ваше конкретное письмо, загляните в нужные главы и решите, на какие из приведенных примеров оно больше похоже.

Кстати, о примерах – в книге их будет много, и все «по мотивам» реальных писем. Что значит «по мотивам»? Сейчас объясню. За много лет преподавания в моей копилке собралось множество типичных, показательных писем – коммерческих предложений, претензий, отказов или, скажем, требований к должникам. Проще всего было бы включить эти письма в книгу как есть – но, узнав себя, авторы и адресаты могли бы обидеться, а то и вовсе обвинить меня в разглашении конфиденциальной информации.

Поэтому мне пришлось отредактировать письма – заменить в них названия компаний, товары, отрасли бизнеса вымышленными аналогами. Получились примеры, с одной стороны, настоящие, а с другой – придуманные, не имеющие прямой связи с реальными предприятиями и людьми. Прав-

да, в результате в тексты проникли вовсе небывалые вещи – типа «станков для сухой прессовки металла» или «фестиваля “Молодые голоса” в Саратове». И теперь читатели порою пеняют мне, что я «не понимаю, о чем пишу» и «не разбираюсь в вопросе».

Если и вам в наших примерах бросится в глаза что-то несуществующее в природе, не спешите кричать: «Безобразие!». Примеры придуманы, чтобы показать в действии структуру и стиль письма, а не протестировать ваше знание региональных фестивалей или металлургии. Так что смотрите в корень и не отвлекайтесь на мелочи.

На что же именно нужно смотреть? Каждый тип письма мы разберем на двух уровнях:

- Структура, план письма

- Тон, стиль письма

Попросту говоря, мы увидим, по какому плану надо писать то или иное письмо и какими словами и фразами.

Ну, кажется, я все рассказала. Пора приступать. Начнем, как обещано выше, с общих правил, а потом рассмотрим каждую из категорий деловых писем.

Глава 1

Структура письма – общие правила. «Суть → детали → суть»

Что такое «хорошо структурированное письмо»? Загляните в специальную литературу – и найдете там десятки советов и правил. В начале обязательно должно быть вступление, в конце – заключение, посередине – основная часть... А по большому счету правило только одно и критерий хорошей структуры письма один. Если письмо удобно для прочтения, если оно учитывает принципы восприятия информации адресатом, значит структура у письма верная. А если нет, значит нет.

Сделать письмо удобным для адресата как раз и помогает принцип «Суть → детали → суть». Этот принцип применим ко всем письмам без исключения. На нем строятся все следующие таблицы, половина схем – и большая часть этой книги. Именно он позволяет составить информативное информирующее письмо, убедительное убеждающее послание – и с нужной степенью жесткости покритиковать адресата или отказать ему. Если вы запомните из всей книги всего один принцип – пусть это будет **принцип «суть → детали → суть»**. Так в чем же он состоит?

Представьте, что вам предложили на выбор две инструк-

ции. Какую вам будет проще и удобнее выполнять?

ВАРИАНТ 1

Карась, сова, жираф, бегемот, щука, ворона, заяц, налим, соловей, лиса, карп, утка

Запомните как можно больше существ из списка.

ВАРИАНТ 2

Запомните как можно больше существ из списка

Рыбы:

Карась, налим, щука, карп

Птицы:

Сова, ворона, соловей, утка

Животные:

Жираф, бегемот, заяц, лиса

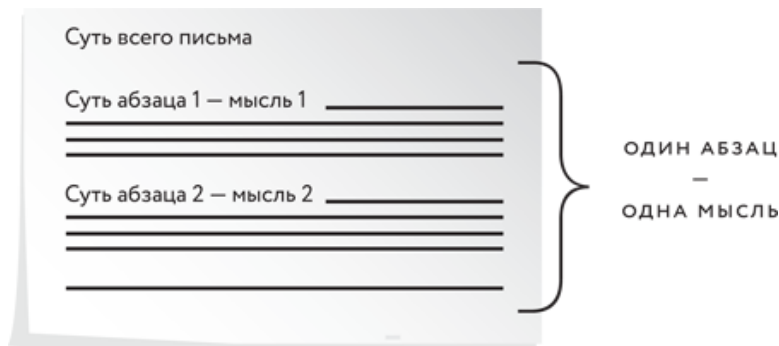
Скорее всего, вы выберете второй вариант – и на собственном опыте убедитесь, что наше восприятие подчиняется двум правилам:

1. Нам неудобно воспринимать факты, если мы не понимаем, для чего они сообщаются. Нужно сначала узнать, что с этими фактами делать – запоминать их, анализировать или, скажем, сортировать.

2. Нам неудобно воспринимать большое количество несистематизированных фактов. Нужно их сгруппировать по понятному принципу.

Как же учесть эти два важных момента в деловой переписке? Для этого достаточно строить любые письма по следующей схеме.

Структура письма



В том, как это делать, мы разберемся на первом примере.

Пример 1.1. Центр «Факел»

Дано: в некоем поселке работает предприятие, скажем, деревообрабатывающий комбинат. Все работники комбината в этом же поселке и проживают – и страдают от того, что поселковый клуб «Факел» год за годом хиреет без должного финансирования. Один из сотрудников комбината решает обратиться к руководству с предложением помочь клубу «Факел» и пишет такое, вполне типичное, письмо.

Уважаемый Иван Петрович!

Как Вы знаете, в бюджете нашего района нет средств на поддержание клуба «Факел» в поселке Верхнее, где

проживают сотрудники нашего предприятия. Нет денег, чтобы платить зарплату ведущим кружков и секций. В центре проходят занятия школы современного танца, работает секция борьбы самбо. На дискотеках в «Факеле» выступают две местные любительские рок-группы, а по утрам здесь работает развивающая группа для малышей «Учусь вместе с мамой». Среди наших сотрудников найдутся равнодушные люди, готовые вести занятия в центре на безвозмездной основе. На нашем складе уже несколько лет хранится никак не используемая музыкальная аппаратура. Эта аппаратура очень пригодилась бы в «Факеле». Наконец, наше предприятие могло бы профинансировать ремонтные работы из средств, выделенных для спонсорских пожертвований. В здании клуба уже 17 лет не было даже косметического ремонта. Используемое оборудование тоже давно устарело. Поддержав клуб «Факел», мы сохраним в поселке единственный настоящий очаг культуры – и на деле покажем социально ответственную позицию нашей компании.

Если вы – Иван Петрович, спорим, что вам не удастся с ходу понять, что от вас требуется и зачем. Это письмо очень похоже на первую инструкцию из нашего теста на запоминание. Сразу после обращения на ни в чем не повинного адресата обрушивается поток фактов – а зачем нужны эти факты, не сообщается. «В бюджете нет средств, нечем платить зарплату ведущим кружков и секций? А я тут при чем?» – удивляется Иван Петрович и с большой вероятностью закрывает

письмо. Как же составить письмо, чтобы директор все-таки дочитал его?

Попробуем применить схему и «во первых строках» объяснить адресату, зачем мы пришли и для чего говорим про разруху в «Факеле».

Уважаемый Иван Петрович!

Прошу Вас рассмотреть возможность оказания помощи расположенному в нашем поселке культурному центру «Факел».

Как Вы знаете, в бюджете нашего района нет средств на поддержание культурного центра «Факел» в поселке Верхнее, где проживают сотрудники нашего предприятия. Нет денег, чтобы платить зарплату ведущим кружков и секций. В центре проходят занятия школы современного танца, работает секция борьбы самбо. На дискотеках в «Факеле» выступают две местные любительские рок-группы, а по утрам здесь работает развивающая группа для малышей «Учусь вместе с мамой». Среди наших сотрудников найдутся неравнодушные люди, готовые вести занятия в центре на безвозмездной основе. На нашем складе уже несколько лет хранится никак не используемая музыкальная аппаратура. Эта аппаратура очень пригодилась бы в «Факеле». Наконец, наше предприятие могло бы профинансировать ремонтные работы из средств, выделенных для спонсорских пожертвований. В здании центра уже 17 лет не было даже косметического ремонта. Используемое

оборудование тоже давно устарело.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.