

Саша І(арепина

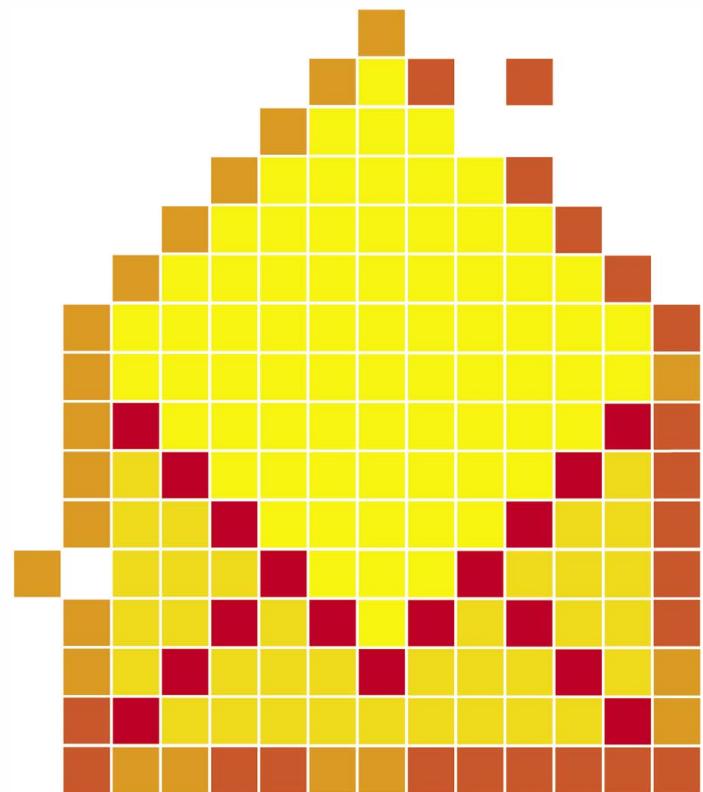
11

I(онстру1<тор

делового

письма

Практическое пособие
по эффективной
бизнес-переписке



[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Оглавление

Вступление. О чем эта книга.	9
Глава 1. Структура письма — общие правила.	
«Суть → детали → суть»	15
Глава 2. Стиль письма — общие правила.	
Лично/формально.	39
Глава 3. Информирующие письма.	59
Глава 4. Убеждающие письма.	73
Глава 5. Продающие письма, коммерческие предложения	91
Глава 6. Письма-отказы	103
Глава 7. Письма-претензии.	121
Глава 8. Ответы на претензии.	137
Заключительное слово от автора, издательства и читателей.	153
Приложение. Деловой словарик. 85 полезных фраз для деловых писем	157

глава 2

Стиль письма —

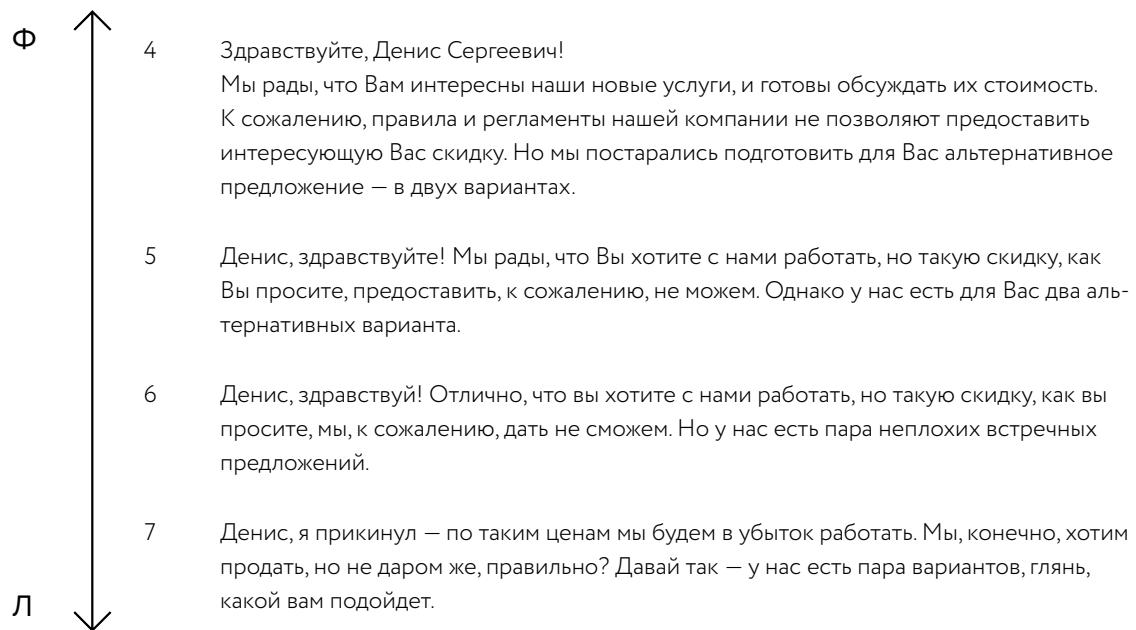
общие правила.

Лично/формально

С общими правилами структурирования текстов мы разобрались в первой главе. Теперь самое время задать аналогичные правила для выбора стиля письма. Все слышали о деловом стиле — но что представляет собой этот стиль и как его применять?

Представьте себе ситуацию: ЗАО «Клиент» просит у ООО «Компания» скидку, а ООО «Компания» в этой скидке отказывает, предлагая альтернативу. Перед вами семь вариантов формулировки отказа. Сравните их между собой — какая кажется вам оптимальной?

- Ф ↑ 1 Уважаемый Денис Сергеевич!
ООО «Компания» выражает благодарность за проявление заинтересованности в сотрудничестве, однако вынуждено сообщить об отсутствии возможности предоставления указанной скидки в рамках текущих регламентов обслуживания, а также ценовой политики предприятия. Учитывая желание максимально удовлетворить интересы ЗАО «Клиент», ООО «Компания» выражает готовность предложить два альтернативных варианта.
- 2 Уважаемый Денис Сергеевич!
ООО «Компания» благодарит Вас за интерес к продуктам и услугам компании. К сожалению, в рамках действующей ценовой политики и регламентов обслуживания наше предприятие не имеет возможности предоставить запрашиваемую Вами скидку. Однако, стремясь максимально удовлетворить интересы ЗАО «Клиент», готово предложить два альтернативных варианта.
- 3 Уважаемый Денис Сергеевич!
Благодарим Вас за интерес к новым продуктам и услугам нашей компании. К сожалению, в рамках действующей ценовой политики уменьшить стоимость услуг до указанной Вами суммы не представляется возможным. Однако, чтобы максимально удовлетворить Ваш запрос, мы готовы предложить два альтернативных варианта.
- Л ↓



Таблица, которую вы только что изучили, — своеобразная **шкала СТИЛЯ ПИСЬМА**. Варианты в ней ранжированы от самого *формального* (№ 1) до самого *личного* (№ 7) — и положение каждого варианта определяется «процентным содержанием» следующих элементов:

- личные местоимения;
- просторечные обороты;
- упоминание эмоций и чувств;
- обезличенные конструкции;
- казенные обороты;
- длинные, тяжелые предложения.

ЛИЧНО

- «Я», «Мы», «Вы»
- Простые слова
- Эмоции, чувства

ФОРМАЛЬНО

- Обезличенность
- Казенные обороты
- Длинные предложения

Так какой вариант вы выбрали?

Ответ зависит от того, кем мы хотим выглядеть в глазах адресата.

Автор письма...



Неповоротливая бюрократическая структура

Крупная серьезная компания

Профессионал из серьезной компании

Человек из компании

Какой-то тип из одной конторы



Просто какой-то тип

Возьмите снова нашу таблицу и попробуйте определить, кто написал каждый из вариантов. Скорее всего, у вас получится примерно такой расклад:

- | | | |
|---|--|------------------------------------|
| 1 | Уважаемый Денис Сергеевич!
ООО «Компания» выражает благодарность за проявление заинтересованности в сотрудничестве, однако вынуждено сообщить об отсутствии возможности предоставления указанной скидки в рамках текущих регламентов обслуживания, а также ценовой политики предприятия. Учитывая желание максимально удовлетворить интересы ЗАО «Клиент», ООО «Компания» выражает готовность предложить два альтернативных варианта. | Бюрократическая структура |
| 2 | Уважаемый Денис Сергеевич!
ООО «Компания» благодарит Вас за интерес к продуктам и услугам компании. К сожалению, в рамках действующей ценовой политики и регламентов обслуживания наше предприятие не имеет возможности предоставить запрашиваемую Вами скидку. Однако, стремясь максимально удовлетворить интересы ЗАО «Клиент», готово предложить два альтернативных варианта. | Крупная компания |
| 3 | Уважаемый Денис Сергеевич!
Благодарим Вас за интерес к новым продуктам и услугам нашей компании. К сожалению, в рамках действующей ценовой политики уменьшить стоимость услуг до указанной Вами суммы не представляется возможным. Однако, чтобы максимально удовлетворить Ваш запрос, мы готовы предложить два альтернативных варианта. | Профессионал из серьезной компании |

4 Здравствуйте, Денис Сергеевич!
Мы рады, что Вам интересны наши новые услуги, и готовы обсуждать их стоимость. К сожалению, правила и регламенты нашей компании не позволяют предоставить интересующую Вас скидку. Но мы постарались подготовить для Вас альтернативное предложение – в двух вариантах.

5 Денис, здравствуйте! Мы рады, что вы хотите с нами работать, но такую скидку, как Вы просите, предоставить, к сожалению, не можем. Однако у нас есть для Вас два альтернативных варианта.

6 Денис, здравствуй! Отлично, что вы хотите с нами работать, но такую скидку, как вы просите, мы, к сожалению, дать не сможем. Но у нас есть пара неплохих встречных предложений.

7 Денис, я прикинул – по таким ценам мы будем в убыток работать. Мы, конечно, хотим продать, но не даром же, правильно? Давай так – у нас есть пара вариантов, глянь, какой вам подойдет.

Профессионал
из серьезной компании

Человек из компании

Просто
какой-то тип

Чем выше по нашей шкале, тем больше *организации*, «*структур*ы». Чем ниже, тем больше *человека*, а посередине – смесь того и другого в разных пропорциях. «*Бюрократом*» или «*каким-то типом*» выглядеть не хочет никто, а вот с остальными пунктами стоит разобраться. Казалось бы, все уважают большие компании – и можно было бы всегда писать, как *крупная серьезная компания*. Но не все так просто. Есть ряд моментов, которые важно учесть.

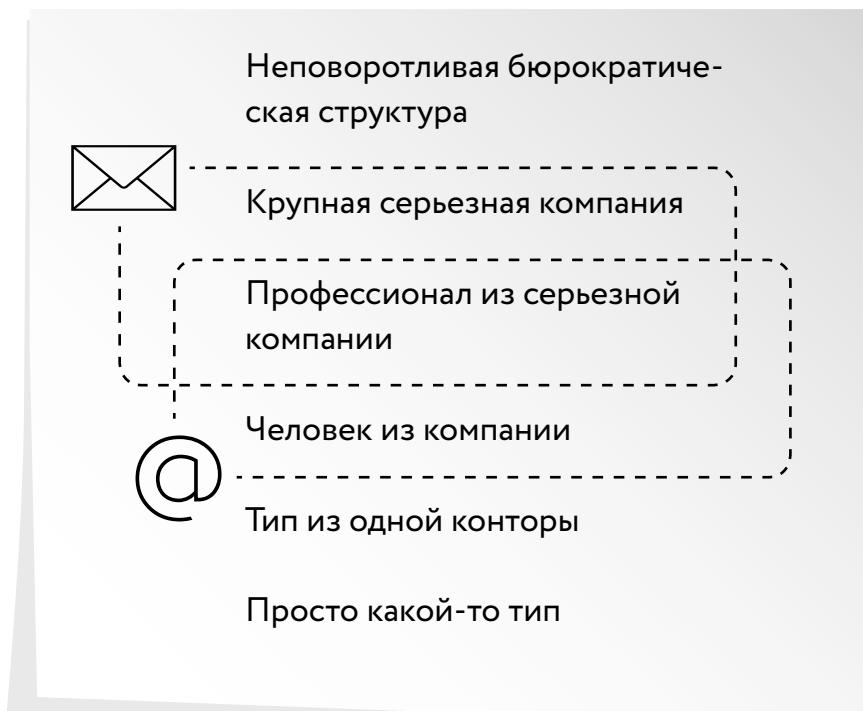
- **ФОРМАТ** – ОФИЦИАЛЬНАЯ
ПЕРЕПИСКА/Е-MAIL
- **ПОДХОД** – С ПОЗИЦИИ СИЛЫ/
НА РАВНЫХ
- **ЗНАКОМСТВО**
- **СТАРШИНСТВО**

Формат

Представьте, что перед вами письмо от ваших деловых партнеров на бланке с «шапкой». Если вас спросят, от кого это письмо, вы, скорее всего, ответите: «От такой-то компании». А теперь представьте, что партнер прислал вам e-mail сообщение. Теперь вы, пожалуй, скажете: «Это письмо от Сергея Иванова из такой-то компании», «Это письмо от Иванова» или просто «Письмо от Сергея».

Официальную переписку мы привыкли рассматривать как переписку между компаниями, а за электронным письмом нам видится человек. Поэтому e-mail сообщение, написанное «в образе» крупной солидной компании, будет смотреться неестественно — лучше «спуститься» по шкале до профессионала. Официальное письмо «в образе» «человека из компании» тоже, как правило, выглядит странно, поэтому тут лучше держаться «повыше».

Автор письма...



Подход

Представьте, что вы пришли на тренинг и обнаружили, что все стулья в зале уже заняты, кроме двух. При этом на одном из свободных стульев висит такая табличка:

Пожалуйста, не садитесь на этот стул.

Если можно, возьмите другой.

А на другом — такая:

Просьба этот стул не занимать.

Участникам по возможности следует

пользоваться другими стульями.

На какой из этих стульев вы сядете? И еще вопрос — какую табличку, на ваш взгляд, написал участник тренинга, а какую — администрация?

Начнем с ответа на второй вопрос. Участнику, как правило, приписывают первую, более личную табличку, а администрации — вторую, более формальную.

ЛИЧНЫЙ СТИЛЬ

Пожалуйста, не садитесь на этот стул.

Если можно, возьмите другой.

ФОРМАЛЬНЫЙ СТИЛЬ

Просьба этот стул не занимать.

Участникам по возможности следует

пользоваться другими стульями.

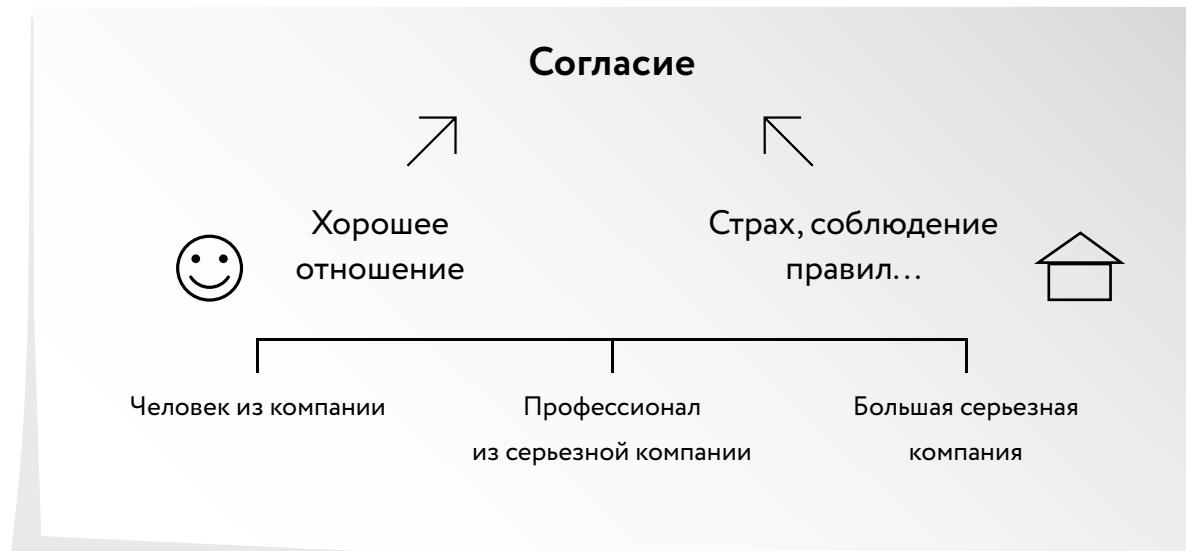
При этом кто-то садится на стул администрации — потому что «участник такой же человек, попросил по-человечески, и не хочется его обижать». А кто-то — на стул участника, поскольку «связываться с начальством себе дороже, и вообще, начальники для того и есть, чтобы их слушаться».

Соглашаясь на нашу просьбу или отклоняя ее, люди руководствуются двумя соображениями:

1. человеческим отношением к нам;
2. стремлением уважать стоящую за нами силу и правила.

Пытаясь убедить их, мы можем делать ставку на первое или на второе. Скажем, нам нужна отсрочка оплаты, а по контракту поставщик не обязан предоставлять такую отсрочку. Договариваться с ним мы, скорее всего, будем «по-хорошему» — и нам понадобится более личный стиль.

А вот призывая к порядку нерадивого подрядчика, мы выберем разговор с позиции силы, будем опираться на положения контракта, на законодательство, и в таком случае нам потребуется более формальный стиль.



Личное знакомство и старшинство

Представьте, что вам нужно по электронной почте пригласить сотрудников компании-партнера на конференцию. Какой вариант вы выберете для адресата из ячеек А, В, С и D в следующей таблице?

Ваш адресат...

	С вами лично не знаком	Хорошо с вами знаком
Намного выше вас по рангу	A	B
Вашего уровня	C	D

Добрый день, Сергей! Хочу от лица нашей компании пригласить тебя и твоих коллег на конференцию...

Здравствуйте, Сергей Петрович! Мы рады пригласить специалистов Вашего предприятия принять участие в конференции...

Уважаемый Сергей Петрович! Компания «Мы» рада пригласить специалистов ООО «Фирма» принять участие в конференции...

Здравствуйте, Сергей! От лица компании «Мы» приглашаю специалистов Вашего предприятия на конференцию...

Уважаемый Сергей Петрович! Разрешите от имени руководства компании «Мы» пригласить специалистов Вашего предприятия принять участие в конференции...

Здравствуйте, Сергей Петрович! От имени руководства нашей компании хочу пригласить Вас и Ваших коллег принять участие в конференции...

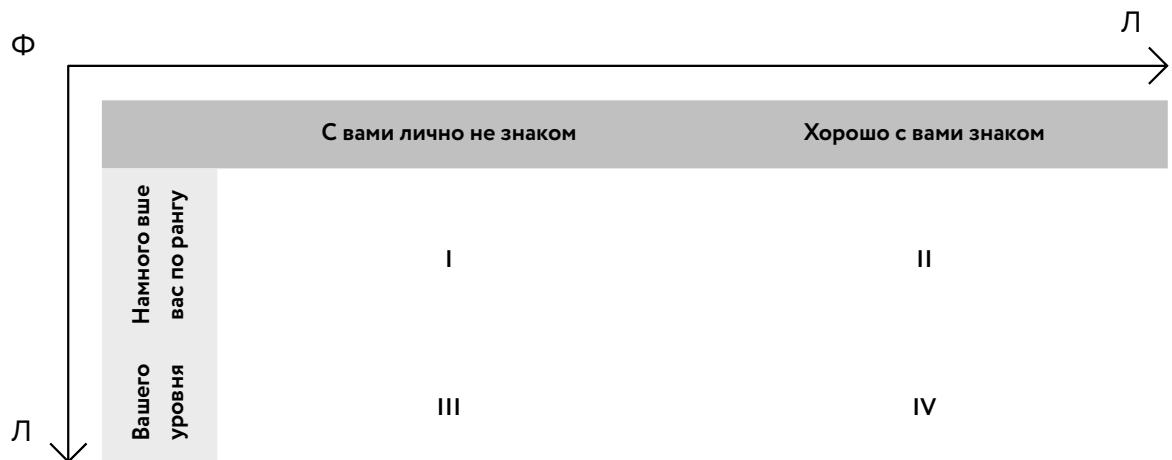
Здравствуйте, Сергей Петрович! Компания «Мы» рада пригласить специалистов ООО «Фирма» на конференцию...

Сергей, добрый день! Мы в очередной раз организуем конференцию и приглашаем вас принять в ней участие.

Разложить предложения по ячейкам можно следующим образом.

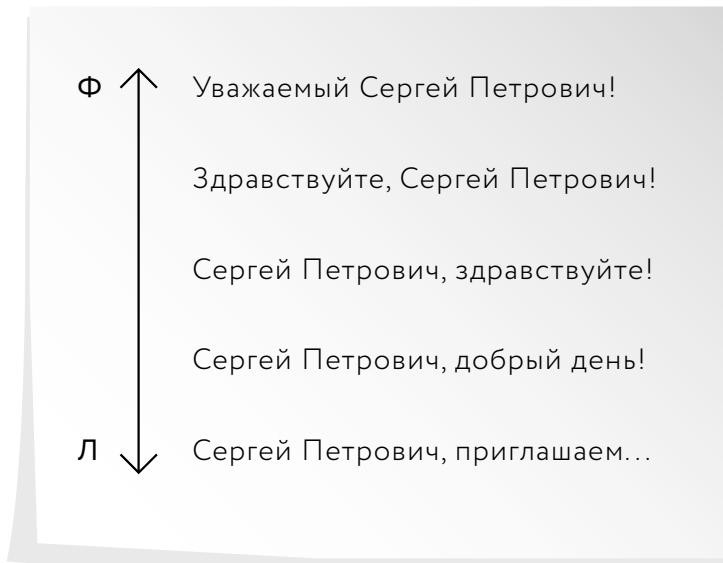
	С вами лично не знаком	Хорошо с вами знаком
Выше рангом	Уважаемый Сергей Петрович! Компания «Мы» приглашает специалистов ООО «Фирма» принять участие в конференции...	Здравствуйте, Сергей Петрович! Мы рады пригласить специалистов ООО «Фирма» принять участие в конференции...
Ваш уровень	Уважаемый Сергей Петрович! Разрешите от имени руководства компании «Мы» пригласить специалистов Вашего предприятия принять участие в конференции...	Здравствуйте, Сергей Петрович! От имени руководства нашей компании хочу пригласить Вас и Ваших коллег принять участие в конференции...
	Здравствуйте, Сергей Петрович! Компания «Мы» приглашает специалистов ООО «Клиент» на конференцию...	Сергей, добрый день! Мы в очередной раз организуем конференцию... и приглашаем ваших сотрудников принять в ней участие.
	Здравствуйте, Сергей! От лица компании «Мы» приглашаю специалистов Вашего предприятия на конференцию...	Добрый день, Сергей! Хочу от лица нашей компании пригласить тебя и твоих коллег на конференцию...

Чем больше разница в рангах между нами и адресатом, тем более формальный вариант нам понадобится. Чем меньше мы знакомы, тем более формальным будет письмо. Соответственно, самым формальным окажется вариант, в котором мы пишем незнакомому нам большому начальнику, а самым личным — где обращаемся к хорошо знакомому человеку нашего ранга.



И кстати, посмотрите внимательно на обращения. «Уважаемый Сергей Петрович!», «Здравствуйте, Сергей Петрович», «Сергей Петрович, здравствуйте»...

На следующей схеме мы упорядочили разные варианты по степени формальности/личности.



Самым формальным, как и следовало ожидать, оказался вариант «Уважаемый Сергей Петрович». Самым личным стал просто «Сергей Петрович», без приветствия — и это тоже понятно. Ведь не говорим же мы «здравствуй» близким родственникам, встретившись с ними утром на кухне.

Интереснее оказалась ситуация в середине. Простой заменой «Здравствуйте, Сергей Петрович» на «Сергей Петрович, здравствуйте» мы сделали фразу более личной. От перемены мест слагаемых сумма не очень сильно, но изменилась!

Пример 2.1. Качество консультации

Возьмем очередной почти реальный пример. Компания получила претензию от недовольного клиента. Претензия оказалась обоснованной, и компании пришлось признавать свою вину и извиняться. Перед вами два варианта письма с признаниями и извинениями — какое из них, на ваш взгляд, написано более правильным стилем?

ВАРИАНТ 1

Уважаемый клиент!

В ответ на претензию администрация ООО «Сервис» сообщает, что консультация, предоставленная Вам сотрудником компании 26.09.12, действительно не может быть признана корректной и соответствующей требованиям к абонентскому обслуживанию. Руководство компании приносит в связи с этим свои извинения.

ООО «Сервис» считает необходимым отметить, что все подразделения компании функционируют в соответствии с европейским стандартом Best National Quality, предполагающим высокий уровень обслуживания. В рамках комплексной политики качества операторы контактного центра ООО «Сервис» проходят ежемесячное тестирование знаний и психологические тренинги. Компания стремится решить вопросы клиентов максимально быстро и качественно, и в связи со всем вышесказанным упомянутая в претензии ситуация рассматривается руководством ООО «Сервис» как неприемлемая.

Администрация информирует Вас, что с оператором контактного центра, допустившим некорректное поведение на рабочем месте, проведена разъяснительная работа. На сотрудника наложено взыскание. ООО «Сервис» также усилило контроль над эмоциональным состоянием операторов контактного центра и запланировало специальные обучающие мероприятия для недопущения аналогичных проблем в будущем.

Администрация также доводит до Вашего сведения, что в качестве компенсации за доставленные неудобства на Ваш счет зачислена сумма в размере 5000 рублей, и выражает надежду, что последующие обращения в контактный центр ООО «Сервис» окажутся максимально комфортными.

ВАРИАНТ 2

Уважаемый Олег Петрович!

Вынуждены признать, что качество консультации, которую дал Вам оператор нашего контактного центра 26.09.12, действительно не отвечает требованиям к обслуживанию абонентов. **От лица сотрудников и руководства компании приносим Вам свои извинения.**

Подобная ситуация особенно огорчает, поскольку наша компания стремится следовать в своей работе высокому европейскому стандарту Best National Quality. Сотрудники нашего контактного центра проходят ежемесячное тестирование знаний и психологические тренинги. Мы всегда стараемся решить любой вопрос быстро и эффективно — но в данном случае это, к сожалению, нам не удалось.

Мы приняли меры, чтобы подобные инциденты не повторялись. Работавший с Вами сотрудник получил взыскание. С ним, а также со всеми его коллегами была проведена разъяснительная работа. К сожалению, причиной непрофессионального поведения могла стать неготовность сотрудника к работе в условиях стресса — поэтому мы усилили контроль за эмоциональным состоянием операторов контактного центра и запланировали для них дополнительное обучение.

Мы надеемся, что в качестве компенсации Вы примете от нашей компании сумму в 5000 рублей (она уже зачислена на Ваш счет, и ею можно расплатиться за любые наши услуги).

Обещаем приложить все возможные усилия, чтобы в дальнейшем Ваши обращения в нашу компанию были максимально комфортными.

Первое письмо более формальное. Если следовать нашей терминологии, оно написано *крупной солидной компанией*, а то и *бюрократической структурой*. Второе более личное: его автор — скорее *профессионал из крупной компании*. В первом случае создается ощущение, что ООО «Сервис» говорит с клиентом с позиции силы, свысока. Во втором — компания и впрямь признает вину, старается исправить ситуацию, сделать так, чтобы клиент был удовлетворен.

Таковы общие принципы выбора стиля письма. Их нам важно учитывать и в информирующих письмах, и в убеждающих, и в отказах с претензиями — словом, везде. А какие особенности есть у каждого из перечисленных видов писем?

С этим нам предстоит разобраться в следующих главах книги.

Резюме главы 2

Стиль «рисует» определенный образ автора письма.

Стиль зависит от:

- **ФОРМАТА**

Пишем официальное письмо или e-mail.

- **ПОДХОДА**

Общаемся «по-хорошему» или с позиции силы.

- **ЗНАКОМСТВА**

Связывают ли нас с адресатом какие-то отношения.

- **СТАРШИНСТВА**

Насколько адресат выше нас по рангу.

Стиль сообщений по электронной почте, как правило, более личный, чем в официальных письмах.