

Писмата като комуникация

Публикувано от **Simonsita** на **17.02.2010**

ПИСМАТА КАТО КОМУНИКАЦИЯ

Писмата са двустранна комуникация, която има две много съществени черти. Едната е ефективния стил на писане, а другата е начинът на съставяне на писмото. Съвременната делова кореспонденция включва няколко вида писма: информационни, пласментни, проблемни и писма за изразяване на добра воля. Те се различават помежду си по своето предназначение и в този смисъл имат различия в основното изложение (текст). Всички останали атрибути на писмата са постоянни и непроменливи.

Писмата са:

Информационни: рутинни – запитване, оферта, поръчка, плащания, отказ; специални – циркулярни, кадрови въпроси, предложения за последните.

Пласментни: писма за продажба на услуги и стоки; писма-предложения за наемане на работа.

Проблемни: писма-жалби; писма-молба за отстъпка; писма за просрочени плащания.

Писма за изразяване на добра воля: писма-поздравления; благодарствени писма; писма за съчувствие.

Всяко писмо съдържа следните съставни елементи: титулна част (антетка), данни за справка, дата, име и адрес на компанията, до която се изпраща писмото, обръщение, изложение (основна част), заключителна форма на вежливост, данни за автора (имена, длъжност, звание), подпис (виж блок схемите).

Информационни писма

Така се наричат всички писма, с които се търси или се предлага информация.

Част от информационните писма са рутинни. Те се изготвят по един и същи шаблон. Такива са писма-запитвания, писма-оферти, писма-поръчки, писма-плащания. Фразите, които се използват в рутинните писма, са едни и същи. Много компании подготвят стандартни писма или само стандартни параграфи, които се използват според случая. С това се пести време за съставяне и диктуване на писмата. Могат също така да се съберат някои стандартни параграфи, да се номерират, класифицират или индексират. Това се прави в два екземпляра и се поставя в две папки. Едната папка се използва от човека, който диктува писмото, а другата - от секретаря. Диктуващият казва: "Изпратете писмо № 5" или „Съставете писмо, което да започва с параграф 11, после параграф 14 и т. н.“ Този начин на кореспонденция осигурява висок стандарт при условие, че параграфите и текстът в тях постоянно се актуализират според променящите се условия.

Писмото-запитване има просто, стегнато и ясно изложение. В него се пише най-необходимото. Схемата на писмото-запитване е следната: откъде е получена информацията (търговска, туристическа камара, представителство, посредник, реклама, преса, лична рекомендация); кратка информация за търсенето на услуги, които този партньор произвежда на местния пазар; какво точно е искането (за какво точно се пита) - каталог, ценник, форми на плащане, отстъпки; заключителни фрази.

Писмото-запитване се отправя обикновено до лице и организация, с които още не съществуват делови връзки. С постоянните партньори обаче се кореспондира с писма-запитване за точно определена доставка. В такова писмо задължително се обяснява точно за какво става дума, какви количества, за колко време ще важи условието, при какви условия на плащане.

Писмата-отговори на направените запитвания са много кратки, конкретни и непременно написани в учтив тон. Задължително тяхното изложение съдържа следните елементи: благодарност за направеното запитване; пълна информация за запитването; допълнителна информация, която не се иска с писмото-запитване, но представлява полезна добавка; една-две фрази за насърчаване на партньора в уверение, че ще бъде добре обслужен. Тези писма са катализатор на продажбите, затова се съставят грижливо и се изпращат същия ден, в който е получено писмото-запитване.

Писмата-отговори на запитвания се наричат оферти. Те не се изпращат само при желание от страна на клиента.