# 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 наричатвсички 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.

Powered by
Bukvar.bg
© 2010-2024