

ХОРОШИЙ ОТВЕТ (E-MAIL)

Грамотное и правильно составленное письмо решает несколько важных задач: оно отвечает на вопрос собеседника, убеждает и мотивирует его к действию, содержит в себе адекватную эмоциональную реакцию и демонстрирует неравнодушие и желание помочь.

Данная памятка поможет Вам вспомнить основные тезисы тренинга по деловой переписке.

Психология считывания текста (3 уровня)



Эмоции – какие эмоции испытывает человек во время или после прочтения письма.

Понимание – на все ли вопросы даны ответы, понятны ли термины и определения, понял ли клиент ваш ответ.

Восприятие – насколько удобно читать ваш текст: структурирован ли ответ, как подобран шрифт, не спотыкается ли внутренний голос об ошибки, не устает ли от длинных сложных предложений.

Общая структура письма

приветствие - прощание

описание наших действий

запрос информации

Здравствуйте, Иван!

В первую очередь благодарю Вас за теплые слова. Очень приятно!

По адресу Вашей электронной почты я нашел Ваш профиль и вижу, что <...>

Для того, чтобы разобраться почему так происходит, сообщите, пожалуйста:

- номер Вашего лицевого счета или телефона, указанного в профиле;
- адрес (город, улицу и номер дома), по которому наблюдались сложности;
- дату, когда первый раз заметили сложности.

Ждем Вашего ответа и надеемся на дальнейшее сотрудничество!

Золотые правила мастера – почтовика 😊

4 важных вопроса.

- Чего хотел клиент? Зачем он нам написал? Что ожидает от нас?
- Что будет делать клиент после прочтения письма? Куда пойдет? Какие действия будет проделывать?
- Понимает ли клиент, зачем ему делать то или иное действие? В чем его мотивация?
- Хватит ли запрошенной у клиента информации следующему специалисту для проведения диагностики?

3 важных правила.

В письме важна структура. У каждого блока текста есть своя цель. Если запрашиваете или рассказываете более **двух** позиций, то используйте:

- Маркеры;
- Нумерацию;
- Разделение;
- Вводные слова.

Ссылка в ответе помогает, но не заменяет его.

Правило соответствия: большой разрыв в объеме текста не нравится собеседнику. Если запрос информации значительно больше вопроса клиента – обязательно подключаем “мотивацию” в наше письмо.

Шаблоны и шаблонность



Обязательно проверяйте письмо на грамотность (грамматику, пунктуацию, орфографию). По ним клиент оценивает уровень компетентности собеседника и качество работы компании в целом.

«Хороший язык не замечается читателем. Читатель должен замечать только мысль, но не язык, каким мысль выражена».

Д.С. Лихачёв «О хорошем языке научной работы»