

Культура оформления документов в деловом общении

Подготовила: Табакаева Ирина, 47 А

Деловая переписка

Деловая переписка — это процесс бизнес- и служебной коммуникации посредством почты. В нем, как и в обычном общении, есть место эмоциям, первому впечатлению, точкам соприкосновения. Но **деловую** переписку отличает официально- деловой стиль.

Виды деловых переписок:

- письма-ответы – ответы на инициативные письма;
- инициативные письма – составляются по инициативе адресанта с определенной целью;
- письма, требующие ответа (письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация, письмо-просьба, письмо-обращение);
- письма, не требующие ответа (письмо-напоминание, письмо-предупреждение, письмо-извещение, сопроводительное письмо, письмо-подтверждение).
- По признаку получателя:
 - циркулярные письма – письма, адресованные нескольким получателям одновременно;
 - обычные письма – адресованные одному конкретному получателю.

Правила деловой переписки

1. Полезная структура

- из текста понятна цель общения;
- в тексте есть призыв к действию /обобщающий вывод;
- в тексте есть ответы на все поставленные собеседником вопросы;
- у текста четкая, ясная структура;
- у письма релевантная тексту содержательная тема.

Грамотно оформленная тема

- ясно отразите суть письма;
- не превышайте объем в 50 символов;
- ссылайтесь на цепочку писем, если это ответ.

Заботливая подача информации

- разбейте текст на абзацы;
- придерживайтесь правила деловой переписки: одно письмо = 1 экран прокрутки;
- заключите самую важную мысль в первый абзац;
- избавьтесь от избыточных слов (канцеляризм, вводные, эпитеты);
- используйте маркированные списки;
- избегайте вычурного оформления (только пара слов жирным шрифтом на все письмо);
- используйте лаконичную информативную подпись.

Лаконичная информативная подпись

- указывайте в личной подписи обязательно личный телефон: или мобильный, или корпоративный, но тогда обязательно с добавочным номером;
- указывайте телефон в общепринятом стандарте по маске: +7 (...) ...-...-..., чтобы получателю было удобно его скопировать в набор номера с любого устройства;
- в качестве дополнительного контакта желательно указать мессенджер или дополнительный телефон, по которому уж точно при возникновении форс-мажора вы ответите за 15 минут;
- опустите реверансы вежливости вроде «с уважением», «искренне ваш», «с пожеланиями доброго дня» и так далее: искренней вежливости в этих общих фразах нет, зато они засоряют письмо, занимают строчки, в которых можно разместить полезную информацию.

Пример перегруженной и лаконичной подписи



--

Искренне ваш,
Василий Иванович Петров,
коммерческий директор ООО "Рога и копыта"
Тел.раб.: +74951234567
Тел.: 89991234567
e-mail: vasilij_petrov@rogakopita.ru
skype: vasilij_petrov_rk
ООО "Рога и копыта": быстрее, выше, сильнее!



--

Василий Петров
коммерческий директор
+7 (495) 123-45-67 доб. 101
skype: vasilij_petrov_rk

Нейтральный тон

- не пишите в излишне уверенном, приказном, умоляющем, угрожающем тонах;
- избегайте смайликов (или хотя бы не отправляйте их первым, а только в ответ на отправленный смайлик);
- не используйте интернет-сленг (типа «Доброго времени суток», «дезигн», «дрова», жмыло«, «ИМХО») и вообще любые сленговые выражения, которые хороши лишь для неформального общения;
- избегайте афоризмов, пословиц, метафор — выражайте свои мысли прямо, ясно и четко;

Пример эмоционального и нейтрального письма



Олег, доброго вам времени суток. Правки внесены. Работали до ночи. Дизайнер шлет привет. Надеюсь, в скорейшем времени проект будет завершен



Олег, здравствуйте!

Все правки из документа «Правки к макету «акция букет в подарок» от 15.01.2020.docx» дизайнер внес, результат во вложении «site.ru_Макет «акция букет в подарок»_правки 16.01.2020.jpeg». Если нужны еще изменения – пришлите также документом, до конца дня; если макет можно публиковать – напишите об этом в ответном письме, в течение 2-х часов опубликуем.

Быстрый и четкий ответ

- отвечайте на любое письмо в течение 1 часа;
- если вам задали ряд вопросов — ответьте на все;
- обозначайте сроки решения задач, перечисленных в письме;
- если вопрос срочный — звоните, а не пишите;
- проверяйте формат, название, содержание вложений.

Официальная корреспонденция

Термин «официальная переписка» охватывает любое письмо или другую форму корреспонденции, направляемые любым официальным лицом в этом его качестве, от его имени и в силу занимаемого им поста.

Оформление деловой корреспонденции

Фирменные бланки

Прежде всего, когда адресат получает ваше письмо, первым делом он захочет узнать, от кого оно. Лучший способ сообщить это — использовать бумагу с логотипом и фирменной символикой, чтобы получатель, только распечатав конверт, ясно понял, от кого письмо.

Деловые конверты

Чтобы придать корреспонденции официальный вид, используйте конверты с собственным логотипом и названием вашей компании.

Персонализация

Обращение по имени – очень легкий прием, гарантирующий отличный результат для установления прочных отношений.

При отправке деловых писем большое значение для создания благоприятного впечатления имеют внешний вид письма, свидетельствующий о профессионализме исполнителя и манера написания.

Классификация деловых писем

1. По теме письма разделяются на **коммерческие** и **собственно деловые**.

Коммерческие письма используются при организации коммерческой сделки, заключении и выполнении контрактов; составляются от имени юридических лиц и нередко имеют правовую силу. К коммерческой корреспонденции относятся **коммерческое письмо-запрос, письмо-предложение (оферта), письмо-претензия (рекламация)** и **ответы на эти письма, кредитное письмо**

2. По функции письма подразделяются на *письма-ответы* и *инициативные письма*. Последние, в свою очередь, подразделяются на письма, требующие ответа (*коммерческое инициативное письмо, письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация, письмо-просьба, письмо-обращение*), и письма, не требующие ответа (*письмо-напоминание, письмо-предупреждение, письмо-извещение, письмо-заявление, сопроводительное письмо*).

3. По признаку адресата письма подразделяются на обычные и циркулярные.

- *Циркулярные письма – это письма, рассылаемые одним адресантом нескольким получателям, как правило, подчиненным инстанциям (организациям).*
- *Обычные письма направляются одному получателю.*

По композиции письма подразделяются на одноаспектные и многоаспектные.

- В *одноаспектных* письмах рассматривается один вопрос. В последнее время они доминируют в деловой переписке. Если необходимо обратиться в организацию сразу по нескольким вопросам, рекомендуется составить отдельное письмо по каждому из них, особенно в том случае, когда рассматриваемые вопросы не связаны между собой.
- *Многоаспектные* письма составляют в том случае, когда они затрагивают несколько взаимосвязанных вопросов, которые будут рассматриваться в одной организации (одним адресатом). Например, это может быть письмо, одновременно являющееся и письмом-предложением, и письмом-напоминанием.

5. По форме отправления письма подразделяются на традиционные *почтовые отправления* (обычно это письма, имеющие юридическое значение, как то: договоры, оферта, рекламация), *электронные письма* и *факсы*. Последние два вида писем используются, когда необходимо срочно решить вопрос, но юридической силы они не имеют.

По структуре письма подразделяются на *регламентированные*, форма которых строго оговорена ГОСТом, и *нерегламентированные*, не имеющие жесткой текстовой структуры, не требующие специального бланка или строго определенного формата бумаги. Последний вид писем тем не менее предполагает наличие некоего набора стандартных элементов, например: общей структуры письма, формы обращения к адресату и завершения письма и т.п.

- 7. По цели письма подразделяются на *информирующие*, создаваемые с целью передать информацию и документы и *убеждающие*, призванные вызывать эмоции.