

ЭФФЕКТИВНЫЕ ПИСЬМЕННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД



1.Тактичность

- **Эффективный кодировщик сообщения**
- **Умение анализировать адресата:**
 - **МЫСЛЕННЫЙ ОБРАЗ**
 - **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ**
 - **ИНАЯ ЭКСПЕРТИЗА**

Обращение к интеллекту читателя

Не пытайтесь произвести впечатление!

Обращение к личности

Тактично написанное письмо обращается к личности, а не к категории.

«Такие люди, как Вы, любят выгодные сделки. Вот почему мы предлагаем нашим покупателям фантастические скидки на ...»

Дискриминация по половому признаку

- «Когда Вы назначаете встречу с бизнесменом, помните о важности времени.» - «человек»
- «Любой служащий будет продвигаться по службе, исходя из своих способностей ...» - мн.число
- «Любой работник должен каждое утро пробивать ...» - «Вы» и «Ваши»

В тактичном сообщении:

- Обращаться к интеллекту читателя
- Обращаться к личности
- Избегать указаний на пол
- Стараться не обидеть адресата

2. Позиция «Вы»

Необходимо сосредоточиться на нуждах адресата, а не на своих собственных.

- **Мы отправили чек по почте. - ?**
- **Я хочу выразить свою благодарность за... - ?**

Тональность сообщения

«Компания хочет призвать своих сотрудников принять участие в системе подачи предложений, которую она вводит. В прошлом такая система помогла сэкономить крупные суммы.»

«Работники компании ABC являются ее душой, и руководство внимательно и с энтузиазмом принимает и рассматривает предложения любого работника. Многие предложения, внесенные сотрудниками, помогли сэкономить время и расходы.»

3. ПОЗИТИВНОСТЬ

Эффективные письменные коммуникации имеют позитивный тон.

Негативные слова: **нельзя, невозможно, задержка, затруднение, несогласие** и т.д.

- **«Вы забыли приложить чек к Вашему заказу. Таким образом, невозможно выслать Вам товар.» - ?**
- **Мы не сможем встретиться с Вами раньше утра понедельника.**
- ?

Как усилить позитивность сообщения?

1. Концепция реверсивных слов
однако, с другой стороны, но ...

2. Правильное размещение информации внутри сообщения
Негативная информация должна находиться в середине сообщения.

4. Энергичность

- **Действительный залог глаголов способствует «оживлению» предложений**
- **В деловом сообщении каждое предложение и каждый абзац может содержать только одну мысль.**
- **Для изменения ритма следует использовать комбинации разных по структуре предложений.**

5.Связность предложения

**Четкая логическая связь
отдельных мыслей в тексте
документа.**

- **Неправильное использование местоимений:**

«Они взяли напрокат мебель для своей квартиры, **которая** стоила \$3000».

- **Висящие конструкции:**

Обработав на калькуляторе, клерк перепроверил свои цифры».

- Неправильное использование параллельных конструкций:



Последовательные пункты Ваших рассуждений должны быть представлены в параллельном виде

«Послание Генерального директора сплотит работников вокруг программы, но оно также повлияет на акционеров».

6. Связность параграфов

- **Использование предложений-шаблонов.**
- **Использование слов-связок (также, кроме того, следовательно, таким образом).**
- **Использование коротких заголовков, передающих основные мысли.**
- **Использование формата списка.**

7. ЯСНОСТЬ

- Тщательный подбор слов
- Введение тематических предложений в каждый абзац
- Составление плана сообщения
- Отсутствие технических жаргонизмов

8. КРАТКОСТЬ

Как избежать многословных выражений?

Краткость – это способность сказать то, что Вы хотите сказать, используя как можно меньше слов.

«Для принятия решения у нас осталось мало времени».

«Важно сделать так, чтобы все работники прочли справочник компании.»

Как избежать избитых фраз?

Устаревшие общие выражения, потерявшие свое первоначальное значение.

Поныне – Сегодня

Нежели - Чем

Ибо - Поскольку

Будьте любезны – ПОЖАЛУЙСТА

Информировать - Рассказать

Как избежать абстрактных слов?

Абстрактные слова вносят свой негативный вклад в письменную информацию.

«Большая часть наших держателей акций проголосовали за новый план».

«Вскоре Вы получите чек на сумму возмещения».

9. ЭЛЕМЕНТЫ УНИФИКАЦИИ

- **Правильная грамматика – это упаковка, которая помогает «продать» ваши мысли.**
- **Фирменный стиль**

10. СООТВЕТСТВИЕ ТЕКСТА АУДИТОРИИ

Индекс туманности сообщения

Q1=100 слов в отрывке

Q2 законч. мыслей – сложноподчиненное предложение – 2
мысли (Q=4)

Средняя длина предложения Q3= Q1:Q2=25

%сложных слов (более 3 слогов)=Qсл.слов:Q1=15:100=15%

 Не учитываются: имена собств., составные слова,
окончания прошедшего времени и мн.числа

Q3+%сл.слов=25+15=40

40x0,4=16 – ИНДЕКС ТУМАННОСТИ

10-12 – школа

16 – старшие курсы университета

ЗАДАНИЕ

1. Членам Совета попечителей верится, что новый план будет работать.
2. Ввиду того, что товар находится у Вас только шесть месяцев, совершенно ясно, что ремонт будет в рамках гарантии.
3. Из этой политики не может существовать исключений.
4. Иван был высокий, красивый и в синей шляпе.



Спасибо за внимание!