

Korisni saveti za zaposlene:

Poslovna e-mail komunikacija

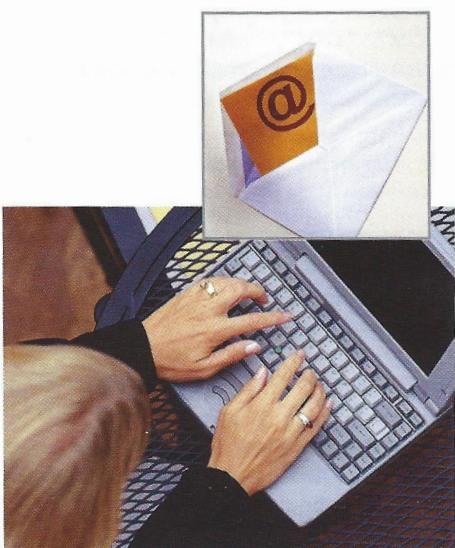


Pripremila:
Gordana Panajotović
Direktor Sektora za brigu
o klijentima

Automatizovana
**elektronska pošta je
čaroban svet brzih i
komfornih komunikacija**
na globalnom
(svetskom) nivou.

Dovoljan je pritisak na
dugme i nekoliko redova
Vašeg e-mail-a stiže
brzinom svetlosti na
desetine odredišta.

Primljeni e-mail se može
klikom miša proslediti na
druge adrese (forward) ili
se pritiskom na ikonu "reply"
može odgovoriti na e-mail
sa nekoliko reči...



Poslovna elektronska pisma (e-mail) su **kratka, kompaktna i rasterećena** od dekorativnih rečenica za tradicionalno otpočinjanje ili završavanje pisama.

Profesionalna poslovna e-mail prepiska obavezno sadrži predmet (subject). Formulišite predmet da što jasnije odslikava sadržaj poruke i da sadrži što više prepoznatljivih reči. Na osnovu predmeta će primalac, kasnije, moći da lakše prepozna i pronade Vašu poruku u arhivi svoje elektronske pošte.

Dodatni element za oblikovanje elektronske korespondencije koji poboljšava Vaš poslovni imidž je potpis (signature), kojim završavate e-mail. Umesto da napišete samo pozdravnu reč i Vaše ime na kraju poruke, napravite potpuniji "e-mail potpis", koji će sadržati Vaše ime i prezime, zvanje, naziv Vaše kompanije, klasičnu poštansku adresu, broj telefona, broj fax-a, broj mobilnog telefona, kao i e-mail i web adresu.

Načelno, ton pisanja e-mailova je neformalan i nekonvencionalan. Ipak, trebalo bi voditi računa o ispravnosti svakog elektronskog pisma, jer **e-mail bez slovnih i gramatičkih grešaka gradi utisak profesionalnog i pouzdanog poslovnog partnera.**

Elektronska pošta je **sredstvo brze komunikacije.** Trudite se da Vaše elektronsko pismo zauzme najviše jedan ekran. Pišite **sažete poruke u kraćim pasusima** i pasuse razdvajajte jednim redom. Ako imate suviše dugačke redove, e-mail program primaoca može da reformatira Vašu poruku na neočekivani način.

Ako želite da pošaljete detaljniji izveštaj ili dokument e-mail-om, pripremite odgovarajući materijal i pošaljite ga kao dodatak (attachment). Vaš e-mail je tada kratko propratno pismo, koje saopštava osnovnu ideju priključenog dokumenta i obaveštava primaoca da postoji dodatak u kome su prateći detalji.

Najvažniju informaciju stavite na početak e-mail-a. Osnovnu ideju poruke izložite jasno, na najjednostavniji način. Nastojte da u prvih desetak redova bude dat sadržaj poruke. Standardan e-mail je obična tekstualna poruka bez veličine slova, fontova, **podeljivanja, zakošenja ili podvlačenja.** Kako

da naglasite pojedine reči ili fraze? Kraće reči se mogu naglasiti velikim slovima. Ali, **korišćenje velikih slova za naglašavanje čitavih rečenica smatra se nepodesnim,** jer se teže čita, a vrlo često se smatra sinonimom za vikanje!

Jasno saopštite primaocu šta očekujete da on uradi kada pročita Vaš e-mail. U kom roku očekujete odgovor? Na koju adresu treba poslati odgovor? U kom elektronskom obliku očekujete odgovor?

Obratite pažnju na rok od 24h u kome bi trebalo odgovoriti na svaki e-mail!

Najvažnije prednosti e-mail-a, kao najekonomičnijeg i najefikasnijeg metoda komunikacije direktnog marketinga su:

• **Personalizovan masivan e-mail može generisati brži i veći odziv klijenata:** više traženih odgovora za kraće vreme

• **Brz i jeftin:** nema troškova razvoja i proizvodnje štampanog materijala

• **Neposredan i trenutan:** šaljete masivan e-mail Vašim klijentima i primate odgovore, u nekim slučajevima, kroz nekoliko minuta

Ako intenzivno koristite e-mail, vodite računa o sledećem:

• **Proverite da li ste se predstavili - da li se zna ko šalje e-mail poruku**

• **Ne koristite preterano ležeran i neobavezan ton pisanja**

• **Nastojte da poruka bude kratka i neposredna**

Tradicionalna škola poslovnog bontona nalaže da se državni i verski praznici čestitaju prigodnom čestitkom, klasičnom poštom. Poslednjih godina, ipak, preovlađuju Internet, odnosno **e-mail čestitanje svih praznika.** U tom slučaju e-mail bi trebalo pisati za konkretnu osobu, imenom i prezimenom.

Setite se važnih datuma u Vašem poslovanju. Obavestite Vaše saradnike i klijente o njima, podelite radost sa poslovnim partnerima. Tipični jubileji su: godišnjica kompanije, proslava petogodišnjeg uspešnog plasmana Vašeg proizvoda ili dvogodišnjica uspešne saradnje sa velikim klijentima.