

*Ljudi
pamte
osećaj*

DIGITAL CABBAGE - MARKETING AGENCIJA

Profesionalno pisanje Email-a

**Jovan
Vignjević**

www.digitalcabbage.rs
www.jovanoviutisci.com

PRIRUČNIK



**DIGITAL
CABBAGE**



1. Jedan od pionira komunikacije na internetu je svakako Email komunikacija. Ova vrsta komunikacije se i do dana današnjeg zadržala i smatra se veoma relevantnim i zvaničnim načinom komunikacije. Zato sam i odlučio da na svom blogu posvetim tekst ovoj temi jer smatram da svi treba da znamo jasno definisana pravila pisanja ispravnog i učinkovitog Email-a.

2. Ako se bavimo poslom koji zahteva ovakav vid komunikacije sa kolegama, klijentima, donatorima, sponzorima ili nekim drugim institucijama, veoma je važno da znamo kako da napišemo ispravan mail koji će ostaviti utisak na osobu koja ga čita.

Prvi i osnovni uslov za pisanje kvalitetnog i profesionalnog Email-a je pismenost!



3. Naravno, da biste napisali Email ne morate da budete profesor književnosti, ali je veoma važno da je vaš Email književno, gramatički, slovno i pravopisno ispravan. Bez obzira na sadržaj.

Pa da krenemo od početka.

ŠTA ZELIMO?



NASLOV

Ovo možete da posmatrate iz ugla čitanja novina ili listanja tuđih objava na Fejsbuku. Pažnju vam skreće naslov. Tako je i kod pisanja Email-a.

Primeru radi. Ako pišete zvaničan Email zaposlenima u Ministarstvu, morate da računate da oni u svom sandučetu ujutru kada stignu na posao zateknu sigurno preko 300 mejlova. Ali u bukvalnom smislu. Ključnu ulogu u tom slučaju ima naslov vašeg Email-a. On mora da privuče pažnju i natera onoga kome je namenjen da ga otvori i pročita.

Naslov ne sme da bude dugačak. Mora da se sastoji od nekoliko reči, uključujući i veznike. Da zainteresuje onoga kome je namenjen i delimično otkrije o čemu se radi u mejlu.

Nikako koristiti velika slova ili interpukcione znake tipa uzvičnik, upitnik, dve tačke i tako dalje. Možete eventualno da stavite tačku na kraju rečenice u naslovu i to je to. Mada nije obavezno jer to je naslov.

KO SMO MI I ŠTA RADIMO?

Prva stvar koju morate da znate kod pisanja mejla jeste, kome se obraćate.

Najčešće u zvaničnoj Email komunikaciji telo pisma se započinje sa: „Poštovani/a gospodine ili gospođo/ice XY“ nakon čega ide zarez. Ne tačka. Pređete u novi red i počnete sa pisanjem pisma.

TELO PISMA

Ukoliko ne poznajete lično osobu kojoj pišete, obavezno se obraćate sa prezimenom, titulom ili funkcijom. Ako ste već ranije imali neke lične direktne kontakte ili se poznajete, dozvoljeno je da se obratite po imenu ali telo pisma mora da bude na „Vi“, odnosno u zvaničnoj Email komunikaciji dozvoljeno je samo persiranje bez obzira na nivo poznanstva sa osobom s druge strane.

Svako pismo je individualno i jako je teško definisati neku uniformnu formu koja bi se primenjivala kao pravilo za sve mejlove. Ali možemo da uzmemo u obzir neke trikove koji čine da naš mejl postigne ono što želimo.

Treba imati na umu da osoba koja čita naše pismo kroz njega vidi nas. Što znači da u telu pisma mora da postoji i određena doza interesovanja za neke detalje koji se ne odnose samo na posao ili temu zbog koje ste ih kontaktirali.

Na primer. Pitajte osobu sa druge strane: „Kako je?“. „Verujem da uspevate da završite sve obaveze koje su Vam po rasporedu za danas.“ I tako dalje. Sve zavisi od nivoa poznanstva sa osobom kojoj se obraćate. Budte kreativni i predusretljivi.

"NAŠA MISIJA JE
DA ZAJEDNO
SA VAMA KAO
RELEVANTNOM
INSTITUCIJOM
POSTIGNEMO
ZACRTANE
CILJEVE."

TELO PISMA

U nastavku pišete suštinu zbog čega se obraćate baš toj osobi ili toj instituciji. Tekst možete početi na primer ovako: „Ovom prilikom Vam se obraćam...“ ili „Iskoristio bih priliku da Vas upoznam/obavestim...“.

Ako ste prethodno imali telefonsku ili neku drugu vrstu usmene komunikacije sa osobom kojoj se obraćate, tekst možete početi recimo ovako: „Na osnovu prethodnog razgovora želeo bih da Vas obavestim/informišem...“.

Ovaj pasus odlučuje o daljim koracima osobe koja čita vaše pismo. Sve ostalo su nijanse i malo detaljniji opis onoga o čemu pišete.

Ako uz Email u prilogu šaljete i Dopis, nikako nemojte da se ponavljate. Odnosno, ako ste detaljno sve opisali u Dopisu (pdf format, nikako Word) nemojte to da ponavljate u telu pisma. U telu pisma treba da navedete samo osnovne informacije koje će zainteresovati osobu kojoj se obraćate da pogleda vaš Dopis i odluči o daljim koracima.

Telo pisma ne sme da bude dugačko. Jer ako se obraćate predstavniku neke institucije, visokom funkcioneru, generalnom direktoru, direktoru marketinga ili nekoj drugoj osobi koja je zadužena za prijem mejlova, ne zaboravite da oni prime preko 300 mejlova na dan. To smo već spomenuli. Tako da na osnovu toga nemaju previše vremena da se posvete detaljnom čitanju vašeg mejla. Zato je važno da u nekoliko rečenica opišete razlog zbog kog ih kontaktirate.

U poslednjem pasusu obavezno navedite šta tražite od osobe kojoj se obraćate.

VAŠ POTPIS

U profesionalnom svetu najčešće se koristi zvanična signatura na kraju svakog mejla. Svaki Email servis nudi mogućnost kreiranja lične signature.

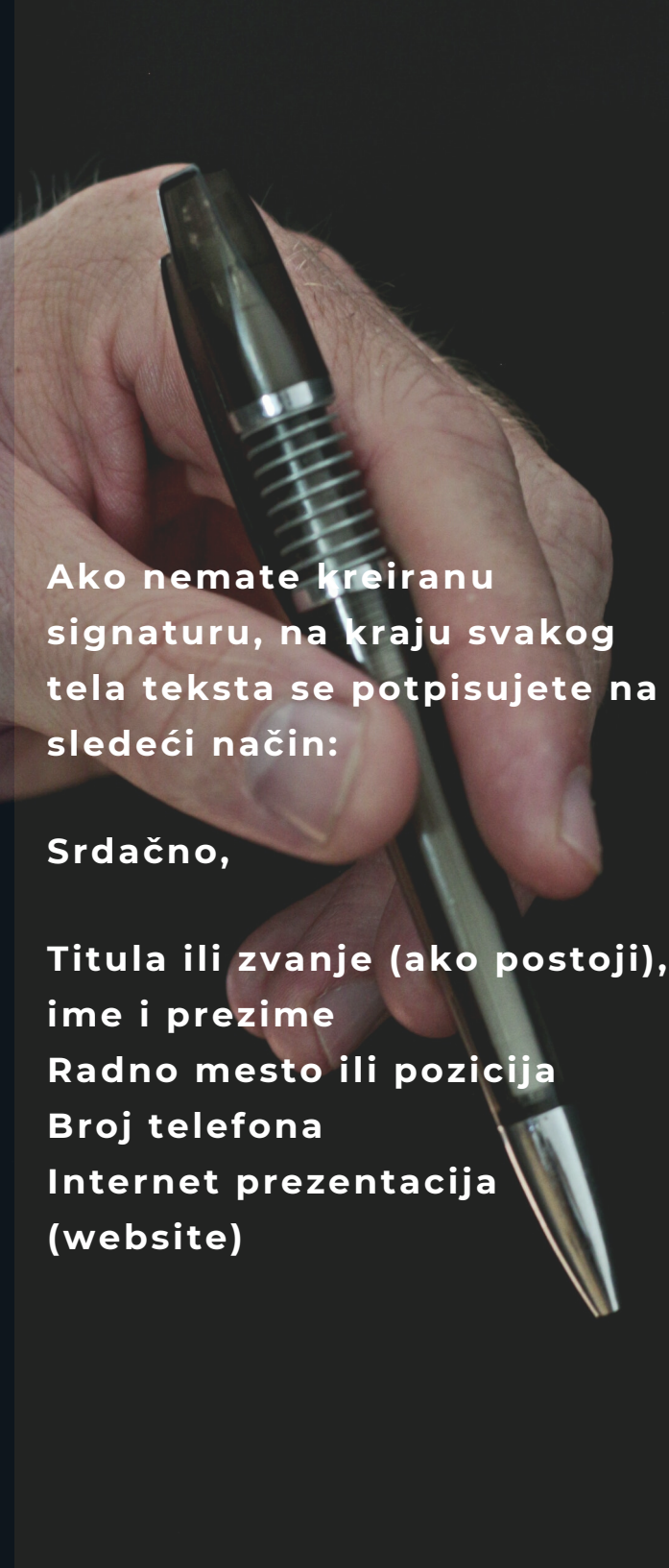
Signatura mora da sadrži sledeće podatke:

- Logo (institucije, udruženja, firme...)
- Vaše ime i prezime
- Titulu ili zvanje (ako postoji, piše se ispred imena)
- Radno mesto ili poziciju
- Adresu
- Broj telefona
- Internet prezentaciju (website)

Email adresu ne pišete jer, logično, šaljete pismo sa svoje adrese i onaj koji je dobio vaš Email će videti vašu Email adresu.

Kada jednom formirate u podešavanjima signaturu ona će se uvek automatski pojavljivati u svakom vašem Email-u i na osnovu toga nema potrebe da se u telu teksta potpisujete.

Na ovaj način ste upotpunili telo pisma u celosti. Pružili ste potrebne informacije, napisali ste razlog zašto ih kontaktirate, odnosno šta tražite od njih i ostavili ste im potrebne lične podatke kako bi mogli da vas kontaktiraju.



Ako nemate kreiranu signaturu, na kraju svakog tela teksta se potpisujete na sledeći način:

Srdačno,

Titula ili zvanje (ako postoji),

ime i prezime

Radno mesto ili pozicija

Broj telefona

Internet prezentacija

(website)



ŠTA SE NE SME!?

U situaciji kada vi šaljete mail nekoj instituciji i tražite neku vrstu pomoći, podrške ili konkurišete za posao, prvo pravilo je da ste vi u podređenom položaju. To znači da vi niste u poziciji da pretpostavljate šta oni misle ili da im udeljujete komplimente tipa: „Jako ste profesionalni...“. Jer, ko ste vi da to o tome sudite?

Nipošto ne smete sebi da dozvolite da od onoga kome se obraćate nešto zahtevate ili da mu dajete predlog kako nešto da uradi. On/ona treba vama da pomogne i on/ona zna najbolje na koji način će nešto da uradi.

Ako se obraćate potencijalnom sponzoru ili donatoru, ne smete direktno u Email-u da tražite novac ili da bude sponzor. Nego ga pozovete da vam zakaže sastanak na kome ćete razgovarati o detaljima oraganizacije i modelima potencijalne saradnje (ovo je najčešće poslednji pasus u telu teksta).

Jer potencijalni sponzori ili donatori su firme i kompanije koji imaju novac i veoma dobro znaju razlog zašto ste ih kontaktirali ali ne vole kada im se to direktno napiše. Deluje neprofesionalno i neće dalje ni gledati vaš Email, a kamoli razmatrati.

Ne koristite inicijale „P.S.“! To se nekada koristilo kada su se pisma pisala ručno i slala poštom. Danas imate mogućnost da pre nego što pošaljete Email, pročitate napisani tekst nekoliko puta i da ga korigujete isto toliko puta pre slanja. Zato ne brzajte i dobro sročite ono što želite da kažete osobi s druge strane.



SUŠTINA EMAIL-A

Email predstavlja prvi korak u potencijalnoj komunikaciji sa osobom ili institucijom kojoj se obraćate. Nije obavezno da u prvom pismu odmah sve napišete i otkrijete. Ali je veoma važno da budete konkretni, koncizni i precizni.

Tekst u telu pisma predstavlja vas i vašu organizaciju koju zastupate. Svaka dobro urađena stvar ili greška se uzima u obzir tokom čitanja sadržaja pisma. Sve to stvara sliku o vama i uzima se u obzir tokom postupka odlučivanja da li da vam se odgovori ili ne.

Važno je napomenuti da se u Email-u koji šaljete bavite samo vama. Tačnije, pišete o vama i vašoj organizaciji onako kako želite da vas vide oni koji čitaju tekst. Dajete predloge i sugestije. A odluku o tome koje će biti konačno rešenje donosi osoba ili institucija kojoj se obraćate.

Ako vam je sadržaj u ovoj Brošurio bio koristan, podelite link za preuzimanje sa vašim prijateljima. Bacite pogled i na ostale tekstove na blogu www.jovanoviutisci.com. Možda još nešto, vama zanimljivo, pronađe te.



OSTANIMO U KONTAKTU

DIGITAL CABBAGE
marketing agencija

Jovan Vignjević

+381 60 556 80 80

www.digitalcabbage.rs

www.jovanoviutisci.com

Ljudi pamte osećaj



JOVANOVI
UTISCI

BY JOVAN VIGNJEVIĆ



futog • novi sad