

# کلیدهای طلایی نقارش بازرگانی

## کلیدهای طلایی نگارش بازرگانی

برنامه ریزی پنج W:

- WHO: برای چه کسی است؟ خواننده را در ذهن داشته باشید
  - Why: چرا دارید می نویسید؟ شرح اولیه ای از هدف ایجاد کنید.
  - What: چه چیزی خواهید گفت؟ کوتاه و ساده باشد.
  - Where: مطالب اصلی تان به کجا خواهد رفت؟ روندی منطقی داشته باشید.
  - When: تا کی آن را لازم خواهند داشت؟ به موقع بنویسید.
- (او چه مدت برای شما طول خواهد کشید؟) هزینه زمان احتمالی را تامین کنید.

برنامه ریزی - چیره شدن بر مانع نوشتن

مشکل:

مانع نوشتن زمانی بیش می آید که ما در نقطه شروع هستیم و نمی توانیم حرکت کنیم.

راه حل:

- از جایی شروع کنید. فرم را می توانید بعداً مرتب کنید.
  - بگذارید واژه ها جاری شوند و ضمن ادامه، برای بازنویسی مکث نکنید.
  - مغز شما به وسیله واژه ها روی کاغذ بیشتر تحریک می شود تا به وسیله دید ذهن تان
- مکاتبات داخلی - گزارش ها - متن اصلی

به یاد داشته باشید: مدیران پرمشغله دوست دارند اول خلاصه را ببینند.

مکاتبات داخلی - صورتجلسات

- صورتجلسات باید پرونده صحیحی از بحث های انجام شده باشد.
- صورتجلسات می تواند توسط هر شخصی که در جلسه شرکت می کند تهیه شود.

طرح استاندارد

- هدف، روز، ساعت، مکان
- اسامی، رئیس، حضار، غایبین، یادداشت کننده
- یادداشت های قبلی تایید شده
- موضوع هایی که به خاطر یادداشت ها مطرح می شود
- دستور جلسه: اولین موضوع مطرح شده
- اقدامات توسط چه کسانی و تا کی مورد توافق قرار گرفته است
- دومین موضوع مطرح شده
- هر نوع کار دیگر
- روز و ساعت جلسه بعد
- گردش: مانند اسامی بالا، به اضافه

راهنمایی ها

- از قبل با رئیس تنظیم کنید: دستور جلسه، طرح و سطح جزئیات ضروری پرونده را
- به صورت سوم شخص بنویسید و به زمان گذشته، مثلاً: «موضوع شرکت فلان بحث شد مقرر شد که...»
- از سر فصل های شماره دار استفاده کنید و زیر واژه ها را خط بکشید یا توپر بنویسید.
- افراد مسئول اقدامات و ضرب العجل ها را تعیین کنید

- بعد از تأیید توسط رئیس آنرا پخش کنید.

#### مکاتبات داخلی-حرف زدن

- دستور مهم را شرح دهید(مثلاً «نامه یک صفحه ای توجیهی به « یا یک «گزارش چهار صفحه ای برای»
- به روشی رسا و طبیعی صحبت کنید.
- منابع و ضمائم بایگانی را تأمین کنید.
- غالباً مکث کنید تا نشانه گذاری (مثلاً: «پراتنز باز کنید») پاراگراف و هیجی را شرح دهید.

کاری کنید که وب سایت تان کار کند.

پیام ها را با دیدنی های جذاب کامل کنید.

#### مکاتبه خارجی-نامه ها-طرح بندی

- از نوشت افزار مخصوص سرنامه برای نشان دادن جزئیات مربوط به موقعیت تان استفاده کنید شماره فکس، تلفن و شماره داخلی تان را بنویسید)

#### مکاتبه خارجی-نامه ها-دادن خبرهای بد

- ادب مهم است (احساسات آنان را در نظر بگیرید).
- از شروع با «نه» قضاوت یا سرزنش اجتناب کنید.
- هنگامی که قبول ندارید، صریح باشید و بگویید چرا
- هر جایی که امکان داشت با ارائه پیشنهادهایی به آنان کمک کنید.
- با لحنی حاکی از همدردی و همکاری نامه را تمام کنید.

#### مکاتبه خارجی-نامه ها-نامه ها

##### شکایات

موقع شکایت کردن E-N-I-F باشید:

F: اطلاعات: راجع به کی، چرا، کی، کجا صریح و واقعی باشید.

I: ضمنی: اثرات مشکل را شرح دهید.

N: نیازها: بگویید چه نتیجه ای را دوست دارید.

E: مودبانه و به طور مثبت

هنگام شکایت، نگرانی مشتری را نشان دهید.

نگرانی درباره مراجعان

فوریت

اطلاعات ویژه

اقدامات زمان بندی شده

راه حل ها

تایید پستی

همدلی با آنان

احترام

#### ارائه-انتخاب تصاویر نمایشی

نمایش های بصری به نگارش شما اثر می بخشد.

اکثر ما تصاویر را بیشتر از واژه ها یا اعداد به یاد داریم.

همچنین تفسیر ارقامی که به صورت تصویری نشان داده می شود، راحت تر است.

- نمودارهای ستونی: به مقایسه تغییرها در کمیت نسبی کمک می کند.

- نمودارهای خطی: در طول زمان به نمایش روندها و میانگین های متحرک، برای برنامه ریزی و پیش بینی، کمک می کند.

- نمودارهای دایره ای: به شما کمک می کند نسبت های یک کل را ببینید.

- نمودارهای تصویری: (pictograms): نمادهای تصویری آمار را نشان می دهد.

- نمودارهای اداری: (organ grams): روابط گزارش دهنده بین افراد در سازمان را نشان می دهد.

## ارائه-نمودارهای ستونی

استفاده : با استفاده از میله های عمودی کمیت ها را در ستون ها مقایسه می کند.  
راهنمایی: ستون ها جدا باشند از یک نوع درجه بندی استفاده کنید.

## ارائه-انتخاب تصاویر نمایشی

استفاده : نسبت های یک کل را نشان می دهد، معمولاً به صورت درصد  
برای تا هشت بخش موثر است.

راهنمایی: از کدهای رنگی و قلم های یکنواخت استفاده کنید.

## مکاتبات بازاریابی-تاثیرات اولیه

بسته بندی مهم است:

تاثیرات اولیه مثبتی ایجاد کنید به وسیله:

- پاکت نامه با رنگ مناسب - سفید یا قهوه ای
- آدرس صحیح - با دست خط مرتب یا با برچسب
- احساس صحیح - کاغذی با کیفیت وزین (۱۰۰ گرم)
- تای مناسب - به صورت افقی دوبار تا شود،  $\frac{1}{3}$  و  $\frac{2}{3}$  به طرف پایین یک صفحه ۱ چهار.

## مکاتبات بازاریابی - لوازم التحریر

- لوازم التحریر تجاری : می تواند خدمات ما را با کمک موارد زیر بالا ببرد:
- یک لوگو (زبان ساده کامپیوتری) - مردم تصاویر را فراموش نمی کنند (نامه تان را با یک لوگو از مهر زدن معاف کنید).
- یک شعار - مردم سخن قافیه دار را فراموش نمی کنند.
- یک تکیه کلام - مردم عبارات شعارگونه را فراموش نمی کنند.

○ مثلاً : ما به شدت تلاش می کنیم (از هارتز)

- یک اسم تجاری که غرض شما را توصیف کند.

○ مثلاً : مراقبت مادر

از کاغذهایی که بهترین کیفیت با علامت های تاخوردگی دارند، اشاره کنید.  
کارت ویزیت هایی داشته باشید که جلب توجه کند.

## مکاتبات بازاریابی - راهکار کلی

توجه: سودی در عنوان نامه قرار دهید.

بهره: آن را خصوصی و محلی کنید

اشتیاق: سودها را با بیان روشن توسعه دهید

اعتقاد راسخ: سودها را با پاداش ها و ارجاع ها ثابت کنید.

عمل: تقاضای عمل کنید و عمل سریع را تصدیق کنید.

مکاتبات بازاریابی - برای آگهی بروشور و پست مستقیم

آیا شما :

- به آنچه که بیشتر از همه خواننده را به سر ذوق می آورد، مستول شده اید؟
- آشکارا بیان کرده اید که چه چیزی را عرضه می کنید و چه فایده های برای خواننده خواهد داشت؟
- از واژه های کوتاه، جمله های کوتاه و پاراگراف های کوتاه استفاده کرده اید؟
- آن را از نظر دیداری جذاب کرده اید؟
- خوانندگان را تحریک کرده اید تا سریع و راحت واکنش نشان دهند؟