

В этой части поговорим про конкретные тактические приемы, которые помогут сделать тексты более убедительными.

Что делать, если вы совсем не умеете писать

Рано или поздно перед каждым предпринимателем встает вопрос, как написать деловое письмо. Обычно получается лютый трешак. И это несмотря на то, что владелец малого бизнеса умеет понятно и просто объяснять и идеально разбирается в вопросе.

Приходится нанимать копирайтера. Он внимательно выслушивает все требования и пишет еще более ужасный трешак. Причина, скорее всего, в том, что у него не было правильной вводной. А правильная вводная — это 70% успеха.

Вот что умеет эксперт (в нашем случае — владелец бизнеса).

Говорить предельно конкретно. Потому что иначе ему не удастся:

- быть убедительным — ведь это его товар, бизнес и клиенты. Он знает, что сказать;
- разбираться в деталях и понимать, что кому важно;
- думать с опережением.

Ни один копирайтер на это не способен, потому что не знает специфику бизнеса с точки зрения стратега. И потому что это не его деньги. Райтеры умеют писать гладко, складывать слова в предложения и делать тексты глянцево-красивыми.

Все остальное — бонус. Пока вы не начали работать с профессионалом, берущим две-три тысячи долларов за пару страничек текста, результат сотрудничества будет куда хуже, чем то, что можно сделать самостоятельно.

Итак, требуется написать деловое письмо. Самое сложное, как и в любом деле, — начать. Для моего делового партнера Антона это серьезная проблема, и он несколько раз просил меня помочь написать письмо. А потом я научил его простому приему. Для начала надо изложить на бумаге суть — своими словами, как будто вы разговариваете с приятелем. Это и будет вводная, она же — техзадание.

Например, контрагент задержал платеж. Антон рассказал такую историю:

— Слушай, короче, они нам денег должны. Мы товар отгрузили, они все подписали, а денег нет. Вот, договор есть. По нему — в течение 10 дней. Пункта про задержку нет, видишь? Пени тоже нет. Вот и тормозят уже два месяца. Хочу письмо написать, чтобы оплатили.

Теперь нужно все это записать, не задумываясь о форме. Вот что написал Антон.

«Привет, Миша. Вы нам кучу денег должны. Отдавайте уже, не тормозите. Мы все сделали. Или вы нас кинуть решили? Если что, мы в суд пойдем».

Если отправить такое письмо, то ничем хорошим это не кончится. Но обратите внимание: суть выражена предельно ясно, а значит, есть самое главное — план!

Дальше все просто: переводим каждую фразу на деловой язык. Это можно поручить копирайтеру или выполнить

самому. Выбираем официальный язык. Как я уже отмечал, делать это стоит лишь в крайнем случае. Но мы выполняем упражнение, поэтому так и поступим.

Вместо «Привет, Миша!» – «Добрый день, Михаил!»

Вместо «Вы нам кучу денег должны» – «Напоминаю, что мы ожидаем оплаты 56 тысяч рублей по договору № 070813-02».

Вместо «Отдавайте уже, не тормозите. Мы все сделали» – «По данному договору с нашей стороны обязательства выполнены, товар отгружен точно в срок, что подтверждается актами от 20.08.09».

С предложением «Или вы нас кинуть так решили?» Антон немного помучился. Пришлось сделать два варианта. Вот первый: «Вы должны были оплатить за 10 дней, но прошло уже больше двух месяцев. Если вы не назовете срок оплаты, мы будем вынуждены обратиться в суд». В принципе, эту версию можно было бы отправить, но он решил смягчить формулировки, сохраняя суть. Получилось так: «Обращаю внимание, что 10-дневный срок оплаты после подписания актов завершился почти два месяца назад. Уточните, пожалуйста, срок оплаты с вашей стороны. Дело в том, что наша юридическая служба обеспокоена статусом договора».

Все оказалось несложно. Он отправил письмо, и через три дня деньги поступили на расчетный счет.

Зная, как составлять такое письмо, вы можете **научить своих сотрудников переводить эту жесть обратно на человеческий язык**. Кстати, загляните в свой раздел «О компании» – наверняка там найдется масса возможностей для обработки.

Вообще люди пишут зубодробительные письма в трех случаях.

1. Человек думает, что деловое письмо можно писать только непонятным языком.
2. Он не знает, что сказать, и пытается прикрыться канцеляризмами.
3. Он просто боится написать понятно, потому что что-то где-то не так.

Итого — либо для вас пишет Маугли (сеошник, воспитанный маркетологами на школьных сочинениях), либо кто-то прикрывает свою задницу. Ценой понятности письма. В таких случаях нужен обратный перевод. Вот пример письма, которое просто невозможно читать:

Добрый день!

Настоящим уведомляем вас, что в период с 21.12.13 по 9.01.14 отгрузка товаров на складах компании будет ограничена в связи с повышенной логистической нагрузкой на транспортные узлы. Отправления будут обрабатываться нашими специалистами по мере поступления, но мы не можем гарантировать соблюдение стандартных сроков в данный период в соответствии с пунктом 4.3 договора № 851 об оказании услуг. Со своей стороны обязуемся приложить все усилия для обеспечения оперативной отгрузки товара.

И еще около страницы такого же текста. Вот что было бы куда понятнее, дружелюбнее и с конкретным посылом:

Добрый день!

С 21 декабря по 9 января из-за Нового года вырастет нагрузка на наш склад. По договору в этот период срок отгрузки увеличивается до 10 рабочих дней. Мы сделаем все возможное, чтобы ваши доставки уехали вовремя, но обещать под Новый год что-то более конкретное сложно. В прошлом году в такой же ситуации получалось за пять дней вместо двух обычных.

Вершиной мастерства дипломатии стал вот такой прекрасный образец.

Его принес один из контрагентов, поставляющий игры в нашу и еще одну сеть. Письмо имело ошеломительный успех у закупщиков:

Уважаемые партнеры!

Настоящим письмом сообщаем вам об изменении в стандартном графике платежей. В связи с очередным сезонным падением ООО «ХХХ» на перспективу ближайших 3 месяцев не имеет возможности погашения ежемесячной реализации в полном объеме. Мы считаем, что политика открытости и прозрачности между нами как партнерами должна быть основным фактором нашего сотрудничества, поэтому предупреждаем о сложностях предстоящего периода заранее и сообщаем вам о планируемом графике погашения задолженности:

*май-июль – погашение 50% реализации прошлого месяца;
август – погашение 100% реализации прошлого месяца;*

сентябрь-декабрь – погашение 100% реализации плюс оплата равными частями накопленной за период задолженности.

Мы понимаем, что описанные изменения в платежном графике ведут к сложностям для вашего бизнеса, но уверены, что наши давние партнерские отношения могут служить гарантом того, что мы пройдем этот трудный период и завершим год, сведя задолженность к нулю и сделав заявленные нами в начале года планки оборота. Также мы гарантируем оплату вне графика при малейшей возможности.

Писал, видимо, опытный политик. Обратите внимание на то, как целуют «в десны» в начале, как ставится график в середине и как чуть ниже он же объявляется маловероятным. Не пропустите также намек на то, что товар могут вернуть скопом, если не понравится. Давайте переведем:

Привет, Вася! Лето опять наступило неожиданно, поэтому очень удачно, что у нас уже есть твой товар. Заплатим мы за него только осенью и только половину. Остальное, бог даст, к Новому году. Если повезет. Не нравится? Тогда вернем тебе все, грызи картон на складе. Но зуб даю: если случится чудо, то ты первый в очереди.

Факты все те же, а ощущения совсем другие, правда? График выплат и честность вместе действуют убаюкивающе. Что ж, лето случается.



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

