

Электронная почта

Электронная почта прочно заняла свое место в деловой переписке благодаря своим преимуществам – круглосуточной доступности, оперативности и простоте в использовании. По сравнению с другими каналами связи, электронная почта дает возможность:

- мгновенно посылать и получать сообщения в свой почтовый ящик;
- отвечать на письма корреспондентов (используя их адреса в письмах);
- рассылать копии письма сразу нескольким получателям;
- пересылать не только текстовую и графическую информацию (рисунки, иллюстрации), но и программы.

Особенности оформления электронного письма определяются общими правилами составления деловых писем и сетевым этикетом (сетикет, Netiquette). Во многих компаниях существует единый корпоративный стандарт оформления электронных писем, включающий в себя структуру самого письма, правила обращения к клиенту, реквизиты подписи (ФИО, должность, рабочие телефоны, адрес электронной почты и ссылку на сайт компании). Кроме того, в этом стандарте может быть прописан запрет на использование эмоджикона (смайлов, не относящихся к деловой сфере).

Правила применения электронной подписи в деловой переписке регулируются Федеральным законом «Об электронной подписи» от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ и Федеральным законом «О внесении изменений в статьи 14 и 17 Федерального закона «Об электронной подписи»» от 28 июня 2014 г. № 184-ФЗ.

Оформление электронного письма:

- В поле To: (Куда:) записывается адрес получателя сообщения. В зависимости от используемого сервера или почтовой клиент- программы это поле может называться Message To: или Mail To:.

- Поле From: (Ваш адрес E-mail. Обычно этот адрес автоматически записывается и поэтому может отсутствовать на экране.

- В поле Subject: (Тема:) указывается краткая аннотация содержания сообщения (не более 20–30 знаков). Тему письма указывать нужно обязательно: это краткая презентация основного содержания письма, которая дает возможность адресату быстро находить нужную информацию в своей электронной почте.

Если письмо направляется незнакомому человеку, то именно тема письма создает первое впечатление о его составителе. Ее формулировка должна отражать основной смысл письма, но и при этом не должна быть слишком общей. Например, совершенно бессмысленно писать вместо реальной темы письма «Здравствуйте» или «Добрый день». Такое письмо, вероятнее всего, будет сразу же удалено как спам. Люди не всегда помнят имена и фамилии тех, с кем переписываемся, и тем более не запоминают электронные адреса: у каждого обязательно найдется несколько писем от

людей, с которыми пришлось взаимодействовать лишь однажды. В этом случае обозначенная тема письма может стать ключом к возобновлению контакта.

- В поле Сс: (Копия:) при необходимости записываются адреса корреспондентов, которым рассылаются копии сообщений.

- Дата и время отправки автоматически включается в заголовок сообщения клиент-программой.

- Если используется опция «Ответить», адресат получает письмо, в котором к теме добавлена аббревиатура Re: (от слова Reference – касательно).

Необходимо соблюдать следующие **правила ведения электронной переписки:**

1. ***Приветствие.*** В начале письма обязательно должно быть приветствие. Письмо без приветствия иногда оценивается получателем как неуважительное.

2. ***Составляйте электронное письмо лаконично и по существу.*** Длина письма должна отвечать стилю общения: если вы просто отвечаете на вопрос, делайте это кратко, не отклоняясь от темы.

Электронное письмо должно быть в два раза короче, чем написанное на бумаге. Обусловлено это, во-первых, тем, что средний пользователь в день получает намного больше электронных писем по сравнению с тем, что он мог бы получить обычной почтой, следовательно, плотность информационного потока в обмене электронными посланиями оказывается намного выше. Во-вторых, ограничения накладывает и размер экрана, или «окна», почтовой программы. Если вам все же необходимо переслать важную информацию большого объема, то лучше составить краткий сопроводительный текст в электронном письме, а саму информацию оформить в виде присоединенного файла. Готовя пересылку большого вложения, превышающую 200–500 килобайт, обязательно предупредите об этом своего респондента. Если объемная информация, о которой идет речь в письме, уже представлена в Интернете, достаточно включить в текст ссылки на упоминаемые документы.

3. Следует ***держаться как можно ближе к теме.*** Если возникла необходимость сообщить о чем-то новом, лучше послать отдельное письмо, чтобы ваш адресат мог сохранить его отдельно.

4. ***Отвечайте на все заданные вам в письме вопросы*** и старайтесь предугадать возможные.

5. ***Избегайте слишком длинных предложений.*** Разбивайте ваше письмо на логические абзацы.

6. ***Следите за параметрами оформления.*** Если ваша почтовая программа поддерживает различные параметры оформления текста (жирный шрифт, курсив и т.д.), то употреблять их можно, лишь заранее убедившись, что и программа адресата имеет такие же возможности.

7. ***Не допускайте орфографических, грамматических и пунктуационных ошибок.*** Напомним еще раз, что грамотная письменная

речь – один из важнейших показателей культуры человека, про который многие почему-то забывают при электронной переписке. Многие люди в электронном общении (в чатах, на форумах) пренебрегают правописанием; в деловом общении это недопустимо.

8. **Обращайтесь к получателю лично.** По традициям русского делового письма, принято обращаться к адресату по имени и отчеству. Но из-за сильного влияния на бизнес-язык западной культуры письма и из-за молодого возраста деловых партнеров в электронной переписке часто используется обращение только по имени. Поэтому, если письмо направляется в адрес западной компании (или организации, поддерживающей западные ценности), то вполне уместным будет обращение просто по имени. К представителям официальных структур необходимо обращаться по имени и отчеству.

9. Для составления часто отправляемых ответов **используйте шаблоны.**

10. **Отвечайте на электронные письма сразу.** Необходимо ежедневно проверять содержимое своего почтового ящика (лучше два раза в день). Время ответа на e-mail не должно превышать двух суток. Если вам необходимо более длительное время для ответа на письмо, необходимо объяснить причины задержки. Отвечая на письмо, имеющее вложения (присоединенные файлы), необходимо дать понять партнеру, что эти вложения благополучно открылись и вы их прочли.

11. **Не следует отправлять клиентам или деловым партнерам письмо с уведомлением о получении,** т.к. по правилам сетикета такая отметка является признаком неуважения и недоверия к своему партнеру. Лучше после отправки своего сообщения по электронной почте позвонить адресату и уточнить, дошло ваше письмо или нет. Довольно часто для обеспечения подтверждения после текста основного письма перед электронной подписью пишется фраза: «Получение письма просим подтвердить ответным письмом или по указанным ниже телефонам».

12. **Придерживайтесь правильной структуры** и плана электронного письма.

13. **Не злоупотребляйте опцией «очень срочно», пометкой «важное».** Часто употребляемые подобные пометки превращаются в свою противоположность: адресат перестает им верить.

14. **Не пишите ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ** – у вашего партнера может создаться впечатление, что вы буквально кричите на него.

15. При обмене посланиями **сохраняйте ветвь дискуссии.**

16. Электронную **переписку должен заканчивать тот**, кто был инициатором общения (как и в телефонном общении).

17. **Перечитывайте** электронное письмо, прежде чем отправить его.

18. Не злоупотребляйте опцией **ОТВЕТИТЬ ВСЕМ.**

19. Будьте осторожны с употреблением **аббревиатур и эмотикона.**

20. **Подпись** отделяется от основного текста письма пустой строкой и строкой с двумя дефисами. Подпись должна быть:

- компактной;
- содержать ФИО или псевдоним автора;
- может содержать какое-нибудь пожелание для получателя

В письмах, направляемых *за пределы компании*, в подписи должны присутствовать контактная информация и название компании.

Иногда приходят письма, подписанные «Отдел маркетинга, рекламы» – это вызывает некоторое замешательство. К кому и как обратиться в ответном письме? Просто, «Здравствуйте», звучит как-то безлико. Поэтому обязательно ставьте свою подпись в конце письма.

Подпись – это небольшой блок текста, добавляемого в конец Ваших сообщений, который идентифицирует Вас и содержит Вашу контактную информацию. Включайте в нее несколько возможных способов связи с Вами (обычно это номера телефонов и факса), а также ссылку на сайт Вашей компании.

Красивое, легко читабельное сообщение, где все нормы этикета выдержаны – это говорит об уважении к адресату, и реакция соответственно будет другой. Так что быть вежливыми и корректными – это первый шаг к успеху.