



## КРАТЪК НАРЪЧНИК

### Правила за водене на електронна кореспонденция

#### 1. Базови правила

- 1) Името/**User** трябва да е на Латиница
- 2) Не се отварят мейли със съмнителни **User Names**
- 3) Не се отварят мейли с голям обем, докато антивирусната програма не ги провери
- 4) В професионалната комуникация няма **nickname** – само Име и Фамилия

#### 2. Адресна книга

- 1) Всички адреси, на Колеги, с които сме във бизнес отношения, трябва да бъдат вкарани в адресната книга. Всеки Клиент, Партньор, Контрагент - всеки на отделен адрес.
- 2) Всички адреси трябва да бъдат на Латиница
- 3) Групирането на адреси трябва да е подчинено на ключова дума, по която могат да се сортират или филтрират.

*Пример:*

*gtodorov@reexe.com е неправилно въведен адрес в адресната книга.*

*Правилния начин е ReExe George Todorov*

Помнете, че още по начина по който сте въвели адресите, става ясно дали сте професионалист или не.

- 4) Голямо предимство е ако въведете всички адреси с ключова първа дума името на фирмата

*Пример:*

*Global Trends BG Svetla Kalova*

*Global Trends BG Desislava Pacheva*

*Global Trends BG Diana Murova*

#### 3. Писане на електронни съобщения – ШАПКА

- 1) В полето **Subject** винаги се поставя заглавие
- 2) Заглавията в **Subject** трябва да са кратки – максимум до 3 думи, като най-важната ключова дума да е първа

*Пример:,,*

*Monthly targets Team Plovdiv 02'15"*



- 3) Заглавието задължително трябва да бъде на Латиница или на Английски
- 4) В полето **То:** (За) поставяме адреса на основния получател
- 5) В полето **Сс:** (копие до) поставяме адресите на тези хора, които искаме също да информираме, НО за които съобщението не е основно.
- 6) В полето **Всс:** (сляпо копие под индиго) не се пише нищо. В официалната бизнес кореспонденция използването на Всс: се приема като признак на ниска култура и интригантство, некоректност и прикрита позиция. Горещо препоръчваме да не се използва.

#### 4. Писане на електронни съобщения – ТЯЛО

- 1) Съдържанието на основния текст на съобщението трябва да е кратък и стегнат, и най-важното – ясен и лесен за разбиране.
- 2) В началото на всяко писмо винаги трябва да има персонално обръщение:

*Мария,  
Г-н Стоянов  
Г-н Управител  
Уважаема Г-жо,  
Колеги, и т.н.*

*Между колеги във всекидневната комуникация се допуска да няма обръщение, но към клиенти и партньори – задължително*

- 3) Ако съобщението съдържа официална документация, която има статут на давност, примерно прикачен файл с Търговско предложение на фирмата, в самото начало се поставя, т.н.

**Notification:**

*„ На вниманието на Г-жа XXXXX „*

- 4) Краят на съобщението винаги трябва да завършва с позитивна дума.

*С уважение!  
Поздрави!  
Успешна седмица!  
Весели празници!*

- 5) В края на съобщението задължително се поставя Името и Фамилията на автора. Вариант е също да се използва само малкото име или инициалите на изпращача. Много разпространена практика е да се пишат малките имена, но с малки букви – „david“. Този тип кореспонденция се използва само при ВЪТРЕШНА комуникация (вътре в екипа между колегите).



- 6) Кореспонденцията към всички клиенти или партньори извън нашата структура се нарича ВЪНШНА и тя изисква наличието на **signature**/подпис. Всеки служител от средно мениджърско ниво нагоре е длъжен да си настрои пощенската програмата автоматично да поставя на всяко изходящо съобщение електронен подпис.
- 7) Честа практика е да се използват няколко вида сигнатури от един **User**. Всяка една се използва за различен тип комуникация. Описаните по-долу примери са трите най-често срещани случаи на употреба.

Примери:

За **официални писма** и/или към нови лица :

George Todorov  
CEO  
ReExe Ltd.  
130 Stamboliyski Blvd.  
1309 Sofia, Bulgaria  
tel.:+359 2 442 40 00  
mobile: +359 888 400 425  
[gtodorov@reexe.com](mailto:gtodorov@reexe.com)  
[www.reexe.com](http://www.reexe.com)



За **всекидневна комуникация** и познати лица:

Георги Тодоров  
Реекзе ООД  
mobile: +359 888 400 425  
[gtodorov@reexe.com](mailto:gtodorov@reexe.com)  
[www.reexe.com](http://www.reexe.com)



За **вътрешна обмяна** на информация между екипа:

Поздрави!  
Жоро Тодоров



- 8) Езикът на основното съобщение – може да бъде както на Български, така и на друг език, но езикът на **Subject**-а трябва да е на Латиница

## 5. Използване на съкращения и абривиатури

- 1) Най-използвани са следните съкращения

За ниво на спешност:

- |        |                        |                          |
|--------|------------------------|--------------------------|
| ○ ASAP | as soon as possible    | колкото може по скоро    |
| ○ IMDT | immediately            | НЕЗАБАВНО                |
| ○ URG  | urgently               | СПЕШНО                   |
| ○ MBP  | main business priority | топ приоритет на бизнеса |

#### За координация:

○ FYI	for your information	за Ваша информация (да си информиран)
○ FYI&A	for your information and action	за Ваша информация и действие
○ FB	feedback	обратна информация
○ P4FB	please for feedback	моля за обратна информация
○ PP	preliminary preparation	предварителна подготовка
○ MBR	monthly business review	месечен преглед на резултатите на бизнеса
○ KMI	keep me informed	дръжете ме информиран
○ OK	OK	позитивно потвърждение
○ ALL (Dear all,)		до всички
○ L-Ms'	Line Managers	преки ръководители
○ D-Rs'	Direct reports	пряко рапортуващи
○ D-Subs'	Direct subordinates	пряко подчинени
○ L-Ps'	Line peers	равнопоставени по длъжност/функция
○ Both (Dear both)		до Вас двамата
○ 4U	for you	за теб

#### За дефиниране на срок:

○ COB	close of business	до края на работния ден
○ COW	close of week	до края на седмицата
○ COM	close of month	до края на месеца

#### За определяне на приоритетно действие

○ Act	action	действайте, старт
○ Looking forward		очаквам отговор
○ Go ahead		продължавайте така
○ PLS Re:	Please replay	моля върни отговор
○ PLS Fw:	Please forward	моля препрати мейла на
○ P2P	point to point	последователно допълнете данните
○ BCD	Broadcast Data	едновременно изпратете данните
○ S-CR	send me closed report	изпрати ми финален доклад/отчет
○ S-F:	send me file	изпрати ми файл / име
○ S-P@	send me phone & mail	изпрати ми телефон и мейл адрес
○ SMAC	specific ; measurable ; achievable , compatible	
○ RGDS	regards	Поздрави
○ TX	thanks	
○ TXA	thanks ins advance	
○ TX4H	thanks for help	



Важно е да помните! Съкращенията пестят време и са добър инструмент когато искаме с малко текст да изпратим много съдържание. Но помнете - съкращенията никога не могат да заместят точния и кратък изказ. Прекомерното им използване има обратен ефект - води до неразбиране на смисъла на писмото, до „олекване“ на съдържанието на писмото, и до убеждение у получателя за „писане заради самото писане“.

#### 6. Прикачени файлове

- 1) Всички прикачени файлове трябва да са в едно съобщение с основното послание.
- 2) Имената на файловете трябва точно да се споменат в контекста на съобщението за улеснение на получателя на мейла

Пример:

Здравейте Г-н Михайлов,  
Във връзка с отправеното запитване за професионални търговски обучения,  
приложено Ви изпращам:

- Каталог с тренинг модулите „**търговски умения**“: *see attached file "catalogue Sales Skills.pdf"*
- Каталог с тренинг модулите „**търговски маркетинг**“ *see attached file "catalogue Sales Marketing.pdf"*
- Каталог с тренинг модулите „**търговски мениджмънт**“: *see attached file "catalogue Sales Management.pdf"*

- 3) Не е правилно да се изпращат тежки файлове (изключения са всички графични файлове или масиви от данни) и ако все пак има такива, е редно да се координира получателя за това.
- 4) Имената на прикачените файлове трябва също да бъдат на Латиница, като за съставянето на име на един файл трябва да важат правилата за именната система на файлове (**signification rules**)

7. **Re:** Отговор:

- 1) Ако отговаряте на мейл, който е изпратен до няколко души е правилно отговорът (Reply) да бъде до всички за да има открит диалог
- 2) Ако отговаряте на мейл изпратен само до теб, не е правилно да се връща отговор, като се копират и включват други лица в кореспонденцията

8. **FW:** препращане на мейл

- 1) Използва се, когато е пропуснат някой от получателите, с цел допълнително осведомяване
- 2) Използва се за осведомяване/информиране на други лица, които се налага да бъдат включени на по-късен етап от комуникацията
- 3) Използва се за въвличане на нови участници в диалога
- 4) Използва се при техника P2P (point to point) - последователност получаване/изпращане от участниците, като всеки следващ допълва нещо и препраща на следващия
- 5) Техника Blind User – когато съобщението е изпратено до междинен изкуствено поставен адрес между тези на подателя и получателя. С цел да не се претоварва пощата от спам , вече е честа практика да се създават междинни пощенски кутии с индивидуални адреси, които имат за цел да бъдат буфер, т.е. да складираят спам-пистмата , и да препращат към получателя само тези които сме разрешили.

Пример:

[Paper@paper.com](mailto:Paper@paper.com) ⇔ [office@reexe.com](mailto:office@reexe.com) ⇔ Fw: [gtodorov@reexe.com](mailto:gtodorov@reexe.com)

## 9. Шрифт

- 1) Големина – най-предпочитан е размер 10 - 12
- 2) Стил – Arial / Arial Narrow
- 3) Цвят – черен за изходяща поща ; син за Re: & Fw:



## 10. Организация на папките и информацията на цялата кореспонденция

- 1) **PRIVATE IMUNITY / ЧАСТЕН ИМУНИТЕТ** (различно дефинирани за всеки бизнес). Частният имунитет на писмата е около 3 дена (72 часа), т.е. ако едно съобщение е по-малко от тази възраст – не се пипа, не се мести в други папки, не се променя, не се изтрива.
- 2) Категоризиране на информацията на **ОТВОРЕНА И ЗАТВОРЕНА**
  - **Отворена** – писмата или файловете съдържат информация, която до следващия ден ще е стара, защото файла е отворен и се допълва с нова по-прясна информация. Тези мейли след имунитета се трият задължително
  - **Затворена** – писмата или файловете са затворени, защото са пълни с финализирани данни за съответния период и няма да има промяна на информацията. Тези мейли/файлове след имунитета се архивират по направление и сортировка.
- 3) **Сортировка** на мейлите :
  - Ако в една папка се архивират мейли със сходна информация, но от много податели - сортировката е по FROM:
  - Ако в една папка се архивират мейли със сходна информация, но от малко податели - сортировката е по DATE:
  - Ако в една папка се архивират мейли с един SUBJECT, и с много отговори от различни участници - сортировката е по SUBJECT
- 4) **Дървовидна организация** на информацията на мейлите:
  - За всеки тя е различна
  - Важното е да има деление по години (затворени данни)
  - Важното е да има деление по месеци (затворени данни)
  - Важното е да има деление по хора (ако участващите са много) а обмена на данни е малък
- 5) **Степен на защита** на информацията на мейлите:
  - По преценка на всеки User – но само за най-важните мейли
  - По добрия вариант е редовния backup на цялата поща в Outlook Data File (.pst)

## 11. Субординация на кореспонденцията

- 1) Не е правилно да се изпраща мейл на ръководител, който е минимум две нива над позицията на изпращача, без да бъде копиран прекия му ръководител.  
***При възходяща кореспонденция винаги копирай прекия си ръководител***
- 2) При хоризонтална кореспонденция се копират само тези колеги и служители, които имат пряк ангажимент към задачата/въпроса или казуса за който е съобщението.  
***При хоризонтална кореспонденция винаги копирай само включените играчи***
- 3) При низходяща кореспонденция, съобщението може да се ограничи до преките подчинени.  
***При низходяща кореспонденция винаги копирай само преките подчинени***

## 12. 10-те техники за ефективна кореспонденция

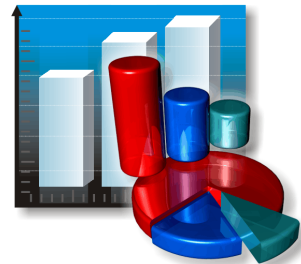
- 1) Мисли преди да пишеш. Анализирай и изпрати мейл, който за твоите читатели ще бъде ясен и полезен.
- 2) Помни! Винаги можеш да опровергаваш, че си казал нещо. Но ако си го написал, ти си отговорен за написаното, и трябва да го докажеш или аргументираш.
- 3) Запази съобщението си кратко и стегнато. Помни че „view screen“ на повечето мейл-клиенти (програми) показват само приблизително половината от размера на печатната страница А4. Съхрани дългите съобщения и официални репорти за прикачените файлове. От друга страна, не прави съобщението прекалено късо, защото получателя няма да разбере за какво става въпрос. Включи най-важната информация (действие или информация) в първия параграф на съобщението.
- 4) Помни, че съобщението не е задължително да е конфиденциално. Някои компании запазват правото си да наблюдават съобщенията на служителите. (Прочети #1 и #2, по-горе)
- 5) Не се опитвай да „назидаваш“ твоите читатели. Не е професионално.
- 6) Не „спамирай“. Не изпращам безсмислени мейли, защото , хората ще спрат да ти отварят мейлите.
- 7) НЕ ПИШЕТЕ С ГЛАВНИ БУКВИ! ТОВА СЕ ПРИЕМА ЧЕ КРЕЩИТЕ СРЕЩУ ТОЗИ ДО КОЙТО Е ИЗПРАТЕН МЕЙЛА.
- 8) Не пишете и всичко с малки букви. Текста може да остане неразбран за читателя.
- 9) Използвай полето „**Subject**“ за да привлечеш вниманието на получателя.
- 10) Отдели време да провериш това което ще изпратиш.





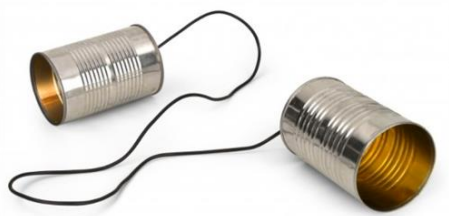
### 13. Вмъкване на секторна информация

Често се използва от определен файл да копираме част (сектор) да го вмъкнем в самото писмо, с цел да подкрепим съдържанието на писмото с аргументи. Това е чудесна практика, но трябва да се внимава с количеството на вмъкнатата секторна информация. По-долу са описани най-честите случаи на употреба на различните типове файлове за онагледяване и аргументация на текста:



- 1) Excel (file name.xlsx) файлове – само конкретни колони или редове
- 2) Power Point (file name.pptx) – само конкретни ключови слайдове
- 3) Word (file name.docx) – само конкретни изречения/абзаци от текста
- 4) Adobe (file name.pdf) – като прикачени файлове
- 5) Picture (file name.jpg) – като прикачени файлове

### 14. Разширен наръчник за електронна кореспонденция и работа с Microsoft Outlook



Свържи се с нашия екип! ☺ И ние ще ти ги изпратим!

[office@reexe.com](mailto:office@reexe.com)  
[gtodorov@reexe.com](mailto:gtodorov@reexe.com)  
[bstoyanov@reexe.com](mailto:bstoyanov@reexe.com)

Изготвил: Георги Тодоров  
Последна редакция 02'2015  
REEXE Ltd.