



Sales Trainings & e-Learning
George Todorov

ПРОФЕСИОНАЛЕН ТЪРГОВСКИ СТАНДАРТ

КОМУНИКАЦИЯ С КЛИЕНТИ MAIL

Валидност:

За всички търговски служители, поддържащи писмена комуникация с партньори и клиенти през веб-майл, POP3 и смартфон приложения, както и за вътрешно-фирмена комуникация.

Случаи на употреба:

При водене на писмена кореспонденция, обмяна на информация и други информационни носители.

Описание на стандарта:

Електронната кореспонденция има за цел да се постигне висок ефект на колаборация (сътрудничество) с различни партньори и клиенти в реално време, в един и същ времеви период и без закъсняване на информация. Крайната цел на стандарта за електронна кореспонденция е *бързо вземане на решения* на базата на точна и навременна информация.

Правило	Пояснения
Получатели/ Com-line: To; Cc; Bcc	Всички мейли се адресират чрез полето To:, Cc;
Тема на писмото/ Subject line: 3w-Lat-key word	Всеки мейл трябва да има име! Името да е до 3 думи (правила за сигнификация); Да е на латиница; И да включва ключова дума за търсене
Текст/Body: Read-in, text, read-out	Основния текст се пише на БГ/ЕН Read-in – вмъкват се входящи думи – поздрав, обръщения, учтиви фрази Text – основния текст да се съобрази с „0 vision“ Read-out - вмъкват се изходящи думи – поздрав, пожелание, бизнес фрази за FUPs
Прикачени файлове/ Attachments	Спазват се правилата за сигнификация на файлове При обемни файлове писмото се разделя на части, като в първото се уточнява че не е последно и колко са общо всичките
Визия на текста /Vision	Оформянето на текста спазва следните правила: До 3 цвята; До 2 курсива/шрифта; Еднакъв шрифт като големина Подравняване към левия край на РС-то
Адресна кника /Contacts	Всеки клиент трябва да е въведен в адресната книга ЗАДЪЛЖИТЕЛНО Контактната информация трябва да се въвежда в систематичен (еднакъв) вид с цел лесно търсене и проследяване на информацията
Забрани	Не се използва полето Bcc: Не се изпраща Sales SPAM – бомбардиране на клиент с много мейли CAPS – не се пише с главни букви Не се пишат описателни и дълги „subject lines“ Тялото трябва да е с обем до 2 пъти > vs. „0 view“ (стартов екран) Не се пише информация без проверка на данни Не се копират Cc: други клиенти или конкуренти Не се делегират ангажменти, без право на субординация
Разширен стандарт за професионална електронна комуникация и организация: Наръчник „Корпоративни стандарти за комуникация с “Microsoft Outlook” и ефективна координация в екип” Заявете го в офиса на ReExe: office@reexe.com ; www.reexe.com	

Одобрил:

Дата: