

КЕЙС 5. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ КАК РЕСУРС РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Цель — сформировать представления о качестве отношений, психологической привлекательности и культуре подачи деловой информации.

Деловой этикет — это не только следование списку правил общения, но и понимание скрытых причин нарушения взаимодействия, а также способность каждого сотрудника быть психологически привлекательным для других.

Можно выделить три составляющих делового этикета:

- 1) психологическая привлекательность для себя и других;
- 2) качество отношений, или Кодекс корпоративной этики;
- 3) культура письменного представления информации (деловая переписка).

Важным звеном качества отношений является *психологическая привлекательность*.

Перечислим составляющие психологической привлекательности:

- ☐ вектор внимания (на себя или на другого?);
- ☐ имидж-факт;
- ☐ маятник «свой—чужой»;
- ☐ самопрезентация.

Упражнение 1

Кто я? Что я могу и умею? Что я собой представляю?	
Наиболее выигрышные факты моей биографии	
Чего ожидают от меня люди? Каким хотят меня видеть?	
В проявлении каких качеств я готов соответствовать ожиданиям других?	
Мои представления о «своих»: какие они для меня?	
Мои представления о «чужих»: какие они для меня?	
Текст самопрезентации для «своих»	
Текст самопрезентации для «чужих»	

Качество отношений задается определенными качествами, или *ценностями*.

- ☐ Какими ценностями определяется качество отношений?
- ☐ Каково содержание этих ценностей?
- ☐ Как вести себя по отношению к себе самому, чтобы данная ценность работала?
- ☐ В каком поведении проявляется данная ценность по отношению к другому?
- ☐ Каковы противопоказания: что ни при каких условиях нельзя проявлять по отношению к себе и другому?
- ☐ Каковы санкции за нарушения правила?

ЦЕННОСТЬ _____	
Как мы понимаем, что это за ценность? Как мы ее для себя определяем?	
Как вести себя по отношению к себе самому, чтобы данная ценность работала? Как развивать себя?	
В каком поведении проявляется данная ценность по отношению к другому? Как следует себя вести? Что делать? Чего не делать?	
Каковы противопоказания: что ни при каких условиях нельзя проявлять по отношению к себе и другому?	
Каковы санкции за нарушения правила?	

Письменная речь дисциплинирует нас. Деловая переписка — также важный элемент делового этикета.

Письменные документы представляют собой технически одну из самых сложных форм коммуникации. Для их составления требуются:

- ☐ специальные навыки;
- ☐ знания;
- ☐ творческий подход.

Письмо становится нашим молчаливым представителем, а также является объектом оценки нас со стороны адресата.

Достоинства письменных документов	Недостатки письменных документов
Сохраняют информацию в неизменном виде	Для составления требуются специальные навыки
Позволяют оперировать сложной информацией	Работа с письменными документами требует дополнительного времени (как для подготовки, так и для прочтения)
Дают возможность представлять одинаковую информацию многим адресатам	Не существует стандарта делового письма

Основные требования к деловому письму:

- ☐ краткость (оптимальный объем — половина листа);
- ☐ информационная емкость;
- ☐ четкость изложения;
- ☐ благожелательный тон.

Основные задачи делового письма

Информационный обмен с адресатом	Дистанционное психологическое воздействие на адресата
<ul style="list-style-type: none">• Доступно, ясно, четко и аргументировано изложить собственную позицию;• предложить адресату пути совместного решения проблемы;• создать прецедент корректных взаимоотношений	<ul style="list-style-type: none">• скрыть свои истинные мысли на фоне четко продуманной и аргументированной позиции;• сформировать у адресата мотивацию дать вам ответ;• спровоцировать у адресата желание «поделиться информацией»

Функции делового письма объединяются в композиционной формуле делового письма:

Композиционная формула делового письма

ДВ → ИО → ДВ,

где ДВ — дистанционное психологическое воздействие на адресата;

ИО — информационный обмен с адресатом.

Из композиционной формулы делового письма вытекает структура делового письма.

Структура делового письма

Часть	Название	Содержание части, требования к информации	Объем	Функция
I	Приветствие	Обращение, присоединение к адресату. Ссылка на приятные или значимые для адресата события. Compliments. Положительная реакция на информацию из прошлого письма. Информация должна располагать адресата к чтению и не вызывать у него возражения. Формулы «Присоединения»	Не более 2–3 простых предложений	ДВ
II	Изложение существа проблемы	Описание проблемы по формуле «Тезис – аргумент». Адресату должны быть хорошо понятны ваша позиция и аргументы. Описание проблемы предпочтительнее начинать с указания причины обращения к адресату (особенно, если цель письма – обращение за поддержкой или решением важного вопроса)	Не более 10 простых предложений	ИО
III	Предложения	Четкое описание путей совместного с адресатом решения проблемы по формуле «Предложение – ресурсы». Предложения (или рекомендации) могут быть сформулированы как в общем, так и в более детализированном виде	Не более 3–5 простых предложений	ИО
IV	Завершение	Приятные слова, комплименты, выражение желания дальнейшего сотрудничества. Информация должна формировать у адресата чувство перспективы взаимоотношений и желание написать ответ. Формулы «Присоединения»	Не более 2–3 простых предложений	ДВ

Важно различать цель письма и его содержание. *Цель письма — это то, чего вы хотите достичь с помощью данного письма.*

Упражнение 2

1. Чтобы ответить на вопрос о том, какая цель должна быть достигнута с помощью письма, завершите приведенное ниже предложение:

«Я хочу, чтобы мое письмо...»

Чтобы облегчить процесс ответа, выберите глагол (или глаголы) из приведенных ниже:

рекомендовало	утверждало	запрашивало
уведомляло	приглашало	предлагало
объявляло	подтверждало	запрашивало
проясняло	доказывало	классифицировало
сравнивало	планировало	информировало
объясняло	отвечало	ограничивало
выясняло	суммировало	разделяло
определяло	описывало	переносило
корректировало	предполагало	подчеркивало
повышало	очаровывало	ваш вариант
презентовало	мотивировало	ваш вариант
соответствовало	ваш вариант	ваш вариант

2. Теперь, пожалуйста, поразмышляйте над вопросом: каких действий вы хотели бы добиться от своего адресата? И закончите следующее предложение:

«Я хочу, чтобы мой адресат...» _____

Чтобы облегчить процесс ответа, выберите вариант действий адресата из приведенных ниже:

определил сферу деятельности	выполнил задание
пришел на встречу	рассмотрел мое предложение
выполнил обязательства	установил со мной связь
сделал инвестиции	исследовал проблему
согласился со мной	стал клиентом (постоянным клиентом)
выбрал одну из возможностей	ваш вариант
совершил правильное действие	ваш вариант
изменил стратегию	ваш вариант
утвердил финансирование	ваш вариант
ответил на вопросы	ваш вариант

3. Сформулируйте собственную цель с помощью утверждения:

«Я хочу, чтобы мое письмо _____ (глагол),
для того чтобы _____ (предполагаемое действие адресата)»

Пример утверждения цели: «Я хочу, чтобы мое письмо убеждало, для того чтобы адресат установил со мной связь».

Итак, какой из факторов является для адресата наиболее привлекательным? Что убедит его быстрее и точнее всего? Пожалуйста, выберите из списка ключевой для адресата убеждающий фактор, если такого в списке нет, добавьте свой вариант.

«Я думаю, что лучше всего моего адресата убедит _____»

Варианты:

- ☐ точность или неоспоримость доказательств;
- ☐ улучшение качества;
- ☐ изменение стратегии;
- ☐ сокращение затрат;
- ☐ ускорение возврата инвестиций;
- ☐ совместимость с существующими системами или процессами;
- ☐ нововведение;
- ☐ рост уровня удовлетворенности клиентов;
- ☐ повышение эффективности;
- ☐ своевременность;
- ☐ точность;
- ☐ повторяемость результатов;
- ☐ улучшение эксплуатационных качеств;
- ☐ ощущение новых перспектив и достижений;
- ☐ изменение социального статуса;
- ☐ чувство принадлежности к престижной группе;
- ☐ _____;
- ☐ _____.

Письмо должно содержать основную идею. Это самый главный элемент письма. Весь остальной текст письма иллюстрирует ее с различных сторон.

Основная идея — это простая мысль, которую вы хотите передать адресату, чтобы сообщить ему о своей цели.

Требования к основной идее письма:

- ☐ должна выражаться в форме простого предложения;
- ☐ должна содержать единственную мысль;
- ☐ должна состоять не более чем из 15 слов;
- ☐ должна быть ориентирована на практические действия.

Рекомендации для составления деловых писем

1. Средняя длина предложения не должна превышать 15–20 слов.
2. Употребляйте только те слова, которые наиболее понятны адресату.
3. Используйте ровно столько слов, сколько вам необходимо.
4. Выбирайте наиболее значимые, ясные и точные глаголы.
5. Выражайте позитивную точку зрения.
6. Избегайте стереотипов и скучных клише.
7. Соблюдайте правила орфографии и пунктуации.
8. Избегайте витиеватых нечетких формулировок.
9. Демонстрируйте максимум уверенности, излагая основную мысль.
10. Представьте, что вы не пишете, а говорите. Могли бы вы сказать об этом проще?
11. Не прячьте ваши мысли за туманными фразами.
12. Избегайте подробных и нудных описаний своих действий, связанных с составлением письма.
13. Избегайте слов, выражающих неопределенное количество (несколько, множество, немного, примерно, чрезмерно и пр.). Лучше включайте в письмо конкретные цифры.
14. Называйте в тексте конкретных людей, указывайте имена и степень ответственности.
15. Если необходимо, конкретизируйте свою мысль, приводите примеры.
16. Крайне осторожно применяйте профессиональный жаргон. Используйте его только в том случае, если уверены, что адресат лучше поймет вашу мысль через профессиональное выражение.
17. Смело пишите о ваших предложениях, о будущих действиях, о том, как можно исправить ситуацию, о том, чем вы заняты в настоящий момент.
18. Давайте определенные обещания.
19. Убеждая адресата в правоте вашей основной идеи, избегайте эмоциональных восклицаний и некорректных высказываний (особенно угроз).
20. Убедитесь в том, что предложения имеют ясную смысловую взаимосвязь.