

成功 商务写作 10 步骤

[美] 杰克·E·艾普曼 (Jack E. Appleman) 著

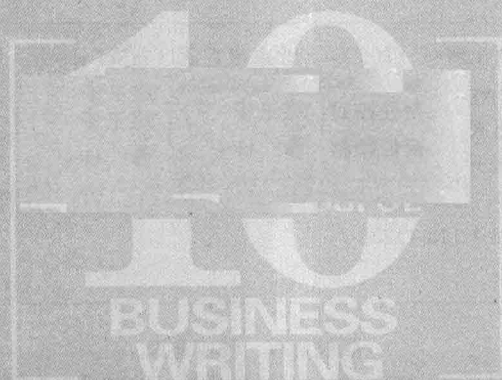
姜展伟 译

10
STEPS
TO SUCCESSFUL
BUSINESS
WRITING

成功 商务写作 10步骤

[美] 杰克·E·艾普曼 (Jack E. Appleman) ◎ 著

姜展伟 ◎ 译



中国铁道出版社

北京市版权局著作权合同登记 图字:01-2010-1005

图书在版编目(CIP)数据

成功商务写作 10 步骤/(美)艾普曼(Appleman, J. E.)著;
姜展伟译. —北京:中国铁道
出版社, 2010. 5

书名原文: 10 Steps to Successful Business Writing
ISBN 978-7-113-11238-7

I. ①成… II. ①艾… ②姜… III. ①商业—文书—写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 055835 号

10 Steps To Successful Business Writing by Jack E. Appleman
Copyright © 2008 the American Society for Training and Development
Copyright licensed by Berrett-Koehler Publishers arranged with
Andrew Nurnberg Associates International Limited

书 名: 成功商务写作 10 步骤

作 者: [美] 杰克·E·艾普曼 (Jack E. Appleman) 著

译 者: 姜展伟 译

责任编辑: 罗桂英

电话: 010-51873027

编辑助理: 马真真

封面设计: 大象工作室

责任校对: 张玉华

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社 (100054, 北京市宣武区右安门西街 8 号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

版 次: 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

开 本: 700 mm×1 000 mm 1/16 印张: 12.75 字数: 167 千

书 号: ISBN 978-7-113-11238-7

定 价: 25.80 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书, 如有缺页、倒页、脱页者, 请与本社读者服务部联系调换。

总序

迈向成功的 10 步骤

有时候,人们会发现自己正身处一个需要解决这样或那样复杂问题的环境之中,尽管解决这些问题对自己的职业发展至关重要,但由于缺乏经验往往无从下手,只能眼睁睁地看着一个个小问题变得越来越复杂,或者一个个好机会悄悄地从自己身边溜走,而您却找不到解决这些问题的办法,怎么办?美国培训与发展协会(ASTD)组织编写的“10步系列”可以帮您拨云见日化解心中的谜团,一步一步地教会您掌握解决这些纷繁复杂问题的有效方法,带您享受一趟美好的旅程。

美国实用经典“10步系列”包括:《成功展示自我 10 步骤》《成功高效团队 10 步骤》《成功项目管理 10 步骤》《成功战略规划 10 步骤》《成功商务写作 10 步骤》《成功客户服务 10 步骤》《成功引导者 10 步骤》《成功经理人 10 步骤》《成功教练 10 步骤》《成功会议 10 步骤》《成功培训 10 步骤》《成功销售 10 步骤》等。

《成功展示自我 10 步骤》一书给出了实现成功展示自我的必备要素,书中提供的行之有效的训练过程和切实的指导意见,可以帮助您了解展示自我过程中每个步骤的细节,从而提高您展示自我的水平。

《成功高效团队 10 步骤》一书是根据作者的亲身经历,以及通过建立客户团队开展调查归纳总结的经验。这些经验对希望尝试运用本书提供的有效工具来提高团队效率是非常有益的。

《成功项目管理 10 步骤》一书介绍的内容并不是那种简单的必须要遵守的条条框框,而是能够与您的企业的政策相匹配和相融合的方法。

法。这些方法汇集了许许多多客户的心声和感受。

《成功战略规划 10 步骤》一书提供了已验证过的程序和工具用来帮助您制定可行的战略规划。这种规划不仅鼓励创新,还可增加企业人员的相互了解,创造出忠实于他们的产品和服务的顾客群。

《成功商务写作 10 步骤》一书归纳总结了对于商务写作来说最为关键的技巧和方法。学会这些技巧和方法您会发现其实商务写作就是这么简单,同时您也还会惊奇地发现自己的文采和效率得到了令人惊讶的提高。

《成功客户服务 10 步骤》一书是一本从企业高层经理到后勤人员都适用的书。虽然每个人的角色不同,但让客户满意的技能是相通的。书中给出的小贴士、工作单、练习题既可以单独使用,也可以团队共用。

《成功引导者 10 步骤》一书通过一些真实案例、参考提示和一些实用工作单来帮助您成功引导一项任务或者会议的进程。当今社会,无论是任何行业或任何团队,引导者都是不可或缺的。

《成功经理人 10 步骤》一书为您简明扼要地列出了经理人最重要的那些根本原则。假如您能阅读本书并遵循其中给出的方法的话,相信您不仅不会失去所热爱的那份工作,而且会更成功、更有价值。

《成功教练 10 步骤》一书指导您将书中介绍的教练知识和技能充分地利用起来,最大程度地运用到您的工作中去。阅读后您会惊喜地发现,通过每一个教练环节的体验会更加有效地激发人的潜能。

《成功会议 10 步骤》一书将帮助您迅速确定会议议程、目标,并确定与会人员名单,制定出一份详细的会议日程安排表,进而成功引导会议向着富有成效的会议目标发展。

《成功培训 10 步骤》一书虽然没有按照传统培训顺序编写,但它展示了很多专家特别关注的内容和领域。书中纵观培训工作所需的所有因素,精选了其中对成功培训最有影响力的 10 个步骤。

《成功销售 10 步骤》一书提供了一个被证实的取得成功销售的过程、建议及工具,目的是对探索、预知和维持长期客户关系的每一个步

骤给予指导。更重要的是,本书能帮助您从普通销售人员转变为销售专家。

美国实用经典“10步系列”真正做到了手把手教会您如何成功。书中不乏鲜活的例子,各类工作单,经典的案例分析等都能够帮助大家迅速行动起来,为自己的美好未来绘制蓝图并逐步迈向成功。相信,无论是新员工还是中级管理者抑或高级管理人员,看到美国实用经典“10步系列”都会有相见恨晚的感觉。

仔细阅读美国实用经典“10步系列”后您一定会豁然开朗,知道如何才能实现自己的终极目标,因为您已经深谙这其中的奥秘,也已经掌握了有效应对职场中种种困惑的法宝。我们衷心希望您能在美国实用经典“10步系列”中享受到学习的乐趣,学到您需要了解和您必须去做的事情,最终成为一名有影响力、高效率而又受人景仰的人。

祝您成功!

前言

今天,我们都是作家。因为主管把信件都交给秘书处理的日子已经一去不复返了。我们中的绝大部分人都必须亲自写自己的文件,幸亏个人电脑和电子邮件使得写作和发送的过程变得快捷。虽然我们写的文件比过去多得多,但是,我们写得却都不好。

很多研究都指出如今商业社会写作技能的不足。尽管写作技能仍旧是雇员应该具备的软实力,但却被认为不值得为其专门投入时间和精力。现在许多公司里流行的一种观点是:如果投入金钱后不能保证得到收益,那我为什么要做呢?大多数公司更愿意向能够产生利润的技能投资,如销售、项目管理、预算安排,而不是商务写作。

但是,如今一些雇主已经开始意识到写作技能差等同于生产力低下。最新的研究表明,写作技能差的雇员浪费了大量时间,更重要的是,还有大量金钱。这些发现促使美国公司每年在写作指导上花费数十亿美元。

对于你和包括公司所有者、顶层管理者、中级管理人员、行政助理等来说,提升写作技能会受益匪浅。那些学习如何写得更好的人工作更有效率,也更能够展露自己的领导和经营能力。这就是为什么公司和非盈利组织,不管规模大小,都应该关注如何提高员工写作能力的原因。讲习班、一对一辅导、标准写作风格、常用文档模板以及印刷的和网上的资料,这些都是可以提高写作技能的途径。

无论你是决策者抑或是职员,最好的开始方法就是跟随我们的书——“成功商务写作 10 步骤”进行学习,书中总结了对于商务写作来说最关键的技巧和方法。学会这些技巧并将其应用到写作中,你会发

前 言

现自己的文采和效率得到了令人惊讶的提高。就是这么简单。

感谢我的妻子罗莎(Rosa),感谢她对我的爱和精神支持,以及在我写此书长达一年多的时间里承担起更多的家庭责任。同时感谢我的女儿吉尔(Gail)和莎拉(Sarah),感谢她们的爱和支持,她们令我和罗莎感到骄傲。

◀ 目 录 Contents

引 言	1
[第 1 步] 理解写好文章需要什么	5
文笔不好结果也不会好	7
为什么我们不喜欢动笔	8
好的文笔是可以学到的	9
文笔好会有回报的	9
轮到你了	10
下一步	11
[第 2 步] 明白文章想要读者知道什么	13
以几个简单的问题作为开始	15
跟自己进行 60 秒的谈话	16
为更长更复杂的文章写提纲	17
随性而作：你个人的头脑风暴	19
使用一种更有条理的过程	21
轮到你了	21
下一步	23
[第 3 步] 做到清楚、明确、简要	25
做到清楚、明确	27

把你的意思放到文字中去	28
语句简洁,避免古板乏味	29
不要追赶流行	31
用肯定的语气来陈述观点	33
省略不必要的话	33
轮到你了	36
下一步	37
【第 4 步】 抓住读者的心	39
由重点入手	42
释放动词的力量	46
用引人入胜的语言,使枯燥的商务文件变得生动起来	48
击中读者的触发点	50
轮到你了	51
下一步	52
【第 5 步】 文章要有文采	53
使你的句子流畅	55
用符号或数字逐条列出各项目	62
轮到你了	63
下一步	64
【第 6 步】 合理组织文章,便于读者理解	65
选择你的组织方式	67
引言段要写得十分吸引读者	74
分开阐述你的想法	75
使用小标题来突出想法	77
段落以主旨句开头	79
长的文件要使用内容纲要	80

重视文章的视觉效果	82
轮到你了	84
下一步	85
[第 7 步] 选择合适的论述语调	87
熟悉你的读者	89
用好消息来润色	95
对别人的观点也要充满激情	95
表示不同意时避免使用高人一等的口气	96
在传达坏消息时要表示同情	98
选择合适的语言	99
轮到你了	100
下一步	102
[第 8 步] 文章语法要过硬	103
基本标点用法的回顾	105
有时候可以不遵循旧规则	107
必须的语法和句法规则要遵守	108
避免常用词使用错误	119
轮到你了	123
下一步	125
[第 9 步] 文章的编辑、改写与精炼	127
在开始修改草稿前先喘口气	129
从接收者的角度来读文章	129
遵循三步走的编辑过程	130
编辑的几个例子	134
轮到你了	148
下一步	149

[第 10 步] 掌握最常用的文章类型	151
电子邮件	153
业绩回顾	155
提案	159
客户活动报告	161
审计报告	162
给顾客的信	164
幻灯片	167
新闻稿	169
轮到你了	173
后记 提高员工写作技巧的步骤	177
观察公司员工写作能力是否亟待提高	177
找出最需要帮助的员工	178
获得高级主管对这个写作培训项目的认同	179
选择最适合你的员工的学习方法	180
设计一个写作培训项目	182
接下来就是让成果最大化	184
营造一种重视写作能力的公司文化	184
把写作能力与领导能力和升职挂钩	185
制定公司的写作格式标准	186
鼓励向公司内部刊物投稿	188
对那些母语非英语的雇员,要求他们使用直白易懂的语言	188
轮到你了	189
有用的网站	189

引言

成功的商务写作始于简洁。简洁美可以更快地得到结果。

几年前，一家科技公司为自己的软件咨询服务制作了这样一条电视广告：一个男人（我们叫他鲍博）正在用复杂的专业技术词汇向另一个人（我们叫他戴夫）解释为什么他们公司应该向一个特定的软件包投资。戴夫被这些晦涩难懂的词弄得十分郁闷，他恳请鲍博把话里那些难懂的科技术语去掉，用一种经理人可以理解的方式来解释购买的原因。鲍博停下来想了一会儿说：“我们投入的每一元钱都可以得到两倍的回报。”多么简单，多么快捷，多么有说服力！

思考一下那些记忆最深刻的广告语。

- 耐克：想做就做。
- 州立农业：就如一个好邻居，州立农场一直在这里。
- 赛百味：吃得新鲜。

这些广告语是如此的简洁，但是背后的广告策划团队也许花费了好几个月和大量的金钱去创作它们。简洁并不代表容易，就像打高尔夫，一个最重要而又简单的技巧就是在摇动球杆的时候保持低头的姿势，但是却有很多玩高尔夫的人不能坚持做到这样。

一个好消息是成功的商务写作并不需要我们绞尽脑汁想出精妙的广告语或者掌握高超的手眼协调能力。我们需要的仅仅是知道自己真正想要说什么，然后遵循几个简单规则，找到一些简洁明了的词语而已。

为什么有时候想要简单竟也非常困难？为什么那些糟糕的信息不能像电视广告和流行广告语那样直接？考虑一下最近我和我的电脑“搏斗”时获得的一些信息。

1. Avsynmgr 引起 MCSCAN32DLL 进程错误。该应用程序将

关闭。

哦,我知道了。我应该关注一下我电脑的 Avsynmgr 进程。

2. 位于 OxSad715131 的指令需要调用内存单元 Ox0000019。该内存单元无法找到。

我知道了。我应该像通常那样参考一下 Ox0000019 内存单元。

3. Windows Genuine Advantage Notification 应用程序在您首次访问互联网时发生改变。您是否仍允许其访问互联网?

我仍然要访问互联网,并且我不关心 windows 是否也访问互联网了!

这些信息也许对你来说十分清楚明白——如果你是个信息技术专家——但是对我却不是。写这本书的漫长时间里我在线收听爵士音乐广播,但我甚至连下载音乐都遇到问题。当然,我不是很笨,因为我最终解决了那些问题。但是,我还是很渴望有简单一点的指导说明。

令人高兴的是,科技和软件公司已经开始意识到我们这些普通人需要简单的指导说明,而不是使人困惑的信息。微软已经成功构想出一个直接的信息提示并显示在我的电脑屏幕上。当我把所有的应用程序都关闭的时候,电脑提示:现在你可以安全地关闭电脑了。哈利路亚! 这就是使用简洁英语的魅力。



你将会在本书中发现什么

不管你之前的写作基础如何,本书均适用,即便你还在高中或者大学英语中苦苦挣扎。其实,没有丰富的词汇量反而会帮助你成为一个更好的商务文章写作者,因为这样你会自觉地使用简单英语。这是很有利的。

我把我所认为能够使文章写得好的最重要的 10 个步骤,用一种最简洁的方式汇总到一起,同时我还在此书的后记中解释了公司和组织如何提高员工的写作技巧。

如果你寻找的是泛泛地介绍写作哲学、观众心理分析、可读性矩

阵、句子图解和那数不清的语法规则,那么,本书不是你的选择。我没有耐心深入讲解这些细节——我觉得你也没有耐心去读这些。我所写的,是简短而实用,并且可以帮助你文章写得更好的指导手册。

因为提高写作技巧的最好方法就是实际动手练习——而不是学习理论——我选择的是通过例子讲解的方式。纵观这 10 个步骤,读者会发现很多地方我都用两种方式来传达同一种信息——其中一种方式明显更好。关于简洁原则,下面是一个例子。

冗长版:昨天上午 11 点钟的会议上讨论了很多主题。在这些最紧迫的话题中,有一个是关于销售人员的高额旅行开支的,这已经越来越成为一个问题。执行总裁明确说明我们部门必须和销售人员采用电话会议的形式。这意味着我们必须取消之前就安排好的下一次地区销售人员会议。总裁和其他高级领导觉得这将会缩减逐渐增长的旅行开支。

简洁版:为了减少旅行开销,总裁指示我们取消下一次的地区销售人员会议,而采用电话会议的形式代替。

书中我教给读者的许多小技巧都是我从过去几年自己的商务写作讲习班里收集得来的。我之前的讲习班和一对一辅导的学生的反馈信息帮助我精炼出最值得强调的重点,以及在第 10 步中所包括的最关键的文章类型。

如果你对自己公司员工的写作能力有兴趣或者感到有责任的话,本书的后记中介绍了很多针对提高所有层次员工的写作水平的技巧,同时还告诉你该如何针对自己员工的特点,设计和组织专门的培训。

下面是我认为可以帮助你成为成功的商务公文作者的 10 个步骤。

第 1 步 理解写好文章需要什么——如果文章写得不好,最后得到的结果也不会好到哪儿去。商业生活的节奏和强度要求我们用简洁明了的方式沟通——这么做也是一个可以得到丰厚回报的高深技巧。

第 2 步 明白文章想要读者知道什么——有的放矢通常要容易得多。确定你想要让读者知道什么,然后在自己的观点和读者之间架设一座桥梁。

第3步 清楚、明确、简要——呈现在读者面前的不能是由模糊的词语、术语、流行语、呆板的短语堆砌成的令人混乱的文章。要做到准确、简洁。

第4步 抓住读者的心——以最重要的东西开场，充分发挥主动词的力量，抓住读者的心。

第5步 文章要有文采——如果文章句子通顺平滑，主旨过渡自然，读者就更容易读懂你的主旨观点。

第6步 合理组织文章，便于读者理解——遵循最适合你所写的文件结构的组织方式可以帮助读者领会你的观点。按照逻辑顺序排列观点，配合介绍性的图表，并将文章用子标题的形式分块将会使你的文章可读性强、便于理解。

第7步 选择合适的论述语调——就算读者千差万别，也要选择适合于每个读者的语言和态度。这是和读者沟通的很好的方式。

第8步 文章语法要过硬——语法其实并不可怕，它只是一些简单规则的集合。学会它，应用它，甚至可以自己改变一些旧的语法。

第9步 文章的编辑、改写与精炼——在写文章时，从读者的角度想想问题。仔细审查文章是否清晰，组织与结构是否合理，直到你觉得文章可以放心大胆地公之于众。

第10步 掌握最常用的文章类型——如果你对平常使用的写作类型——包括电子邮件、项目申请、顾客来信、给媒体发表的文章或者是幻灯片的讲解——非常熟练，你就可以用更少的时间精力得到更大的回报，同时承受的精神压力还很小。

好好享受本书带给你的乐趣，让你的写作水平在它的帮助下再上一个台阶！



理解写好文章需要什么

- 文笔不好结果也不会好
- 为什么我们不喜欢动笔
- 好的文笔是可以学到的
- 文笔好会有回报的