



7
Successful
Communication

沟通力丛书

EFFECTIVE BUSINESS WRITING



商务写作课

[英] 马丁·曼瑟 (Martin Manser) 著
余悦 译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

Successful Communication

沟通力丛书

Effective Business Writing

商务写作课

[英] 马丁·曼瑟 (Martin Manser) 著

余悦 译



图书在版编目(CIP)数据

商务写作课 / (英) 马丁·曼瑟著; 余悦译. —杭州: 浙江大学出版社, 2017. 9

书名原文: Effective Business Writing

ISBN 978-7-308-17065-9

I. ①商… II. ①马… ②余… III. ①商务—应用文—写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第154816号

EFFECTIVE BUSINESS WRITING IN A WEEK

First published in Great Britain in 2013 by Hodder & Stoughton, An Hachette UK company.

Copyright © Martin Manser 2013

The moral rights of the author have been asserted.

Simplified Chinese edition copyright © 2017 by Zhejiang University Press

All rights reserved.



“企鹅”及其相关标识是企鹅图书有限公司已经注册或尚未注册的商标。

未经允许，不得擅用。

封底凡无企鹅防伪标识者均属未经授权之非法版本。

浙江省版权局著作权合同登记图字：11-2016-293

商务写作课

[英] 马丁·曼瑟 著 余悦 译

责任编辑 张一弛

特约编辑 王怡翊 赵轩

责任校对 杨利军 陈思佳

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路148号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 杭州林智广告有限公司

印刷 嘉兴华源印刷厂

开本 787mm×1092mm 1/32

印张 6

字数 76千

版印次 2017年9月第1版 2017年9月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-308-17065-9

定价 28.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcsb.tmall.com>

前言 Introduction

日常工作中，大多数人会花费大量时间写作邮件和各类文书，但是有多少人接受过写作技巧的培训？结果就是，我们写的邮件和报告主题不够清晰，宝贵的时间被花费在同事与我们一再确认文件的确切意思上。

尽管我们可以使用许多交流方式（如短信、推特、脸书、领英等），但写出清晰有效的商务邮件和报告还是会让我们受益匪浅。或许，几天后你就要做一个业务汇报，却不知道从何下手；或许你需要写一份广告文案或者新闻稿，却不知道写作它们的基本要点。许多公司或机构想要通过建立和维护网站、有效利用社交媒体（如博客、推特、脸书、领英等）来进行成功的互联网营销，但是你知道应该从何处入手以及关键点是什么吗？

上述情况都需要实用的写作技巧，而我也希望这本

书对你而言是可靠的向导。如果你自认已经掌握了基础技能，那么我希望为你提供高级技巧，帮助你成为更完美的写手。

这星期的学习内容包括：

星期日：做充分的写作准备。千万不要直接开始写作，写作之前应该仔细地构思。

星期一：通篇编审你的文本。抵住按下“发送”键的诱惑，仔细通读、检查和更正你的文本。

星期二：写作有效的邮件和报告。确保文档的内容和语气都是合适的。

星期三：做精彩的汇报，全面准备所需信息并自我调适。

星期四：以新颖的方式有说服力地写作广告文案和文本。

星期五：建立一个成功的网站，面向目标受众/用户，充分实现你所计划的目标。

星期六：有效地利用社交媒体建立和发展商业联系，共享资讯并探讨观点。

这一周，每一天都会涉及不同领域的知识，我将首先介绍这一天的主要内容，然后通过注释、案例分析等方法阐释重要原理。每一天结尾，我们都会有总结、跟进练习和小测试，希望加深大家对知识点的印象。

书中所列的方法是我三十多年来的业务成果，尤其是在商业写作以及十多年的商务交流授课领域的经验。当我回顾参与者们在我主讲的研习班上的反应时，我发现有两类评论经常出现：“你给了我更多的自信”，以及“这个研习班是一个新颖的课程”。因此，我希望你在阅读和实践本书的内容时，得到的不仅仅是一个新颖的课程，同时也被赋予更多的自信，以助你在工作中成为一名更高效的沟通者。

目录 Contents

星期日

精心准备写作	1
--------------	---

星期一

全面地编辑文本	25
---------------	----

星期二

写作有效的邮件和报告	59
------------------	----

星期三

做精彩的汇报	85
--------------	----

星期四

写作要有说服力	115
---------------	-----

星期五

建立一个成功的网站143

星期六

有效使用社交媒体159

逆境生存法则179

小测试答案183

Sunday

星期日



► 精心准备写作

**Plan
Your
Writing
Well**

写作绝对不仅仅是在键盘上敲击字符和按下“发送”键。今天我们学习的主要内容是：在向电脑中输入内容之前，计划和准备你想写的内容。

这和装修房子一样。你急不可待地想要刷上一层新油漆，但你该知道，除非你已经提前刷好了底漆，否则新刷的油漆很快就会剥落。因此，今天学习的内容是如何全面细致地构思和准备写作：

沟通的基本目标：比起毫无目的地四处闲逛，如果你明确目标，成功抵达目的地的可能性会更大。

写作过程：注意“过程”这个词语。在写作中有几个独立的步骤：斟酌和组织材料，撰写初稿，然后检查和更正文稿。

在我们探讨特定类型文件的写作技巧之前，今天（和星期一）的内容都是关于写作的普遍原则。如果你掌握了基本步骤，就为今后各种文体的写作打下了坚实的基础，在处理各种写作任务时便能游刃有余。从星期二起，我们将探讨不同类型的写作。

沟通的基本目标

通常，我会用“AIR”的记忆提示来开始商务写作技巧的课程。

- 受众 (Audience)
- 目的 (Intention)
- 回应 (Response)

小贴士

商务写作绝对不仅仅是在键盘上敲击字符和按下“发送”键。

受众

“受众”就是你要与之沟通的人，所以很重要。你关注的焦点应该是你所要沟通的目标群体，而不是你自己。这就意味着，你常常反问自己的问题不应该是“我应该说些或者写些什么”，而是“我的受众们想要听些什么”。为了完美解答这个问题，你需要弄明白你的受众是谁，他们对这番沟通的反应会是什么。

你需要受众的哪些信息？

- 年龄和性别
- 教育水平和语种（比如是否以英语为母语）
- 在群体中的地位
- 背景信息 / 个人喜好（你可以进一步细化，比如喜欢的网站、电视节目、广播电台、杂志等）
- 优缺点
- 对交流内容的既有知识和兴趣程度
- 对你的文本或邮件可能给出的回应

当然，以上信息并不都和你要做的每一次沟通紧密相关，但是有关键信息作为知识储备可以帮助你成功地进行沟通。

写作对象在很大的程度上决定你的写作方式和风格。比如，你是写给你的上司，还是回复一位向你们公司或组织投诉的客户呢？在每一个案例中，你用以表达自己的方式应该是不同的。

给你的上司写邮件时，你只需要清晰明了地把他 / 她所需要的信息呈现给他 / 她：

萨利：

你好！

《项目管理学导论》这本书的销售额在 2012 年上升了 10%。到目前为止，我们卖出了超过 3000 册。我们上个月又加印了 1000 册。

哈利

你的上司希望以最快的速度得到信息，不需要其他附加信息。但是如果你回复的是一起投诉，行文风格则应不同：

亲爱的布朗夫人：

首先，感谢您在百忙之中抽出时间给我们写信，向我们反映最近一次餐厅服务中存在的问题。对您所表达的不满，我们致以诚挚的歉意。

我核实了您来信中的细节，事情是这样的：10 月 3 日在格兰彻斯特餐馆负责接待您的员工是临时雇用的。他对于我们要求所有员工必须提供高质量服务的公司政策不是很熟悉。

我已经采取了一些必要措施来确保这样的情况不会再次发生。

再次感谢您的来信。我也再次向您保证，我们公司
永远致力于向客户提供尽可能高质量的服务。

诚挚的，

约翰·达科沃斯

你感受到个中差异了吗？给上司的邮件是简洁切题的。而后面这封处理投诉的信件篇幅比较长，关键是语气更加柔和。



所以，你需要知道你的受众是谁。准备会谈时，我通常会从一个或两个我了解的受众入手，猜想他们对我所说内容的接受程度，他们现阶段的水平，以及在对话之后我希望他们达到的水平。

倾听的重要性

怎样才能更好地了解受众呢？通过倾听。

注意以下内容：

- 关注他人。通常，当别人发表观点的时候，我们总是思考接下来怎么回复他们。

- 每一个个体都是独立的，尊重你正在倾听的发言者以及他的观点，从而理解他的出发点，他这样做或者这样说的原因。

- 倾听帮助你了解你的受众。比如，如果你正在努力地向客户推销一件产品，那么你的目的是要与客户建立良好的人际关系。通过倾听，你可以区分对于你推销的产品，谁是感兴趣的，谁是不感兴趣的。这样，你就可以更高效地利用时间，把主要精力集中在成交可能性较高的潜在客户身上。

- 倾听帮助你提出正确的问题。介于你的关注点是他人（而不是自身），自然而然，你会想要知道得更多。我们可以这样区分：

——封闭式问题：这一类问题可以直接用简单的“是”或“否”来回答。“项目延迟了吗？”“是。”“下午五点之前你可以把数据交给我吗？”“不能。”

——开放式问题：这一类问题可以带动大家展开讨论。开放式问题以“为什么(why)、怎么样(how)、何人(who)、何时(when)、何地(where)、何事(what)”来开头。“你认为这个项目为什么延期了？”“因为我们的计划中没有预留出足够的时间来满足客户的额外需求。”作为一个管理者，你的大部分问题应该是开放式的问题。

- 倾听意味着你不仅要听你的同事说了什么，还要敏锐地观察他们的肢体语言和语气语调，感知他们对这些内容的反应。

- 倾听可以帮助你捕捉言外之意，不放过任何隐藏在字里行间的意义。比如，你的回复可能是：“我猜想你的意思是，为了按时完成这项任务，你还需要另一个人的协助。”

- 倾听可以帮助你区分事实和观点。你将会听到这两者，接着你可以辨别哪些是客观信息，哪些是基于这些客观信息的主观想法。这样一来，你将会处于一个能够对陈述内容进行评估的有利位置。

- 倾听帮助你收集更多的信息，以促进决策的正确制定和问题的有效解决。

- 倾听可以帮助你建立人与人之间的信任关系。你向受众展示你对他们的持续关心，情感一定要真挚。这是你能够与他们建立融洽的合作关系的基础所在。倾听总是能够改善人际关系，避免让一个人默默地压制着怒火以致越来越焦躁，而是让愤怒的人坦率地说出他/她的困难，你的细心聆听会为他/她提供一个很好的释放。

推销功能而不是特色

奈杰尔是一名聪明的销售员。对于产品的所有信息，他了解得十分详细。他并非仅仅简单地将新产品的科技特色介绍给客户（比如新产品得到了设计升级且具有更快的处理速度），而是设身处地地为客户考虑，常常反问自己，客户能从新产品中获得哪些帮助，比如说客户从每一个新特色中能够得到什么，答案可能是从更快的信息处理速度