

● Great Business Letters

in a week

上帝用七天创造世界 · 你将用七天平步青云

7日掀起信函革命



chartered

management

institute

inspiring leaders

英国皇家管理学会举荐

[英] 斯迪夫·莫里斯 格雷汉姆·威尔科克斯◎著
李燕鸿◎译

管理服务界旗舰英国皇家管理学会
联手520家明星企业

91,000名业界精英共同精心打造的职业管理典藏
中国广播电视出版社



in a week

7日掀起信函革命

[英] 斯迪夫·莫里斯 格雷汉姆·威尔科克斯◎著

李燕鸿◎译

中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

七日掀起: 信函革命 / (英) 莫里斯, (英) 威尔科克斯著; 李燕鸿译. — 北京: 中国广播电视出版社, 2005.5

(七日职场炼金术丛书)

ISBN 7-5043-4608-X

I. 七... II. ①莫... ②威... ③李... III. 商务—信函—写作 IV. H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 023069 号
北京市版权局著作权合同登记号 图字: 01-2005-2555 号

GREAT BUSINESS LETTERS IN A WEEK

Copyright©2000,2002 Steve Morris and Graham Willcocks

First edition published by Hodder & Stoughton 2000

Simplified Chinese edition Copyright©2005 China Radio & Television Press through Andrew Nurnberg Associates International Ltd. All rights reserved.

七日掀起: 信函革命

作 者	[英] 斯迪夫·莫里斯 格雷汉姆·威尔科克斯
译 者	李燕鸿
责任编辑	李亚明 高子如
文字编辑	曹焕伟
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京瑞达方舟印务有限公司
开 本	880 × 1230 毫米 1/32
字 数	30 千字
印 张	4.75
版 次	2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5043-4608-X/H · 211
定 价	15.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

引言



introduction

大多数介绍商业信函的书总是向读者罗列一条又一条的写作规则和一些写作模式，使得所有的商业信函几乎像一个模子里刻出来的。

这些书似乎觉得，用中性、冷冰冰的语气写出的商业信函才是合乎规范的。你可能也收到过这种由银行寄来的旧式信函：

今致函阁下，我行已拟批准阁下关于延长透支之申请，但我行必先递交保险手续方可执行。

对这种写信的方式，我们不敢苟同。我们曾经帮助许多企业培训员工的信函写作技巧，从这些经验中，我们得出一个一致的结论：这种刻板的写作方式该结

束了。

我们的观点很简单，信函的内容应让客户一目了然。顾客可不喜欢以上那种空洞的老式信件，他们希望这些商业信件专业、准确，也希望信中带一点人情味，温和又友好。比如，这封信也可以这么写：

我已收到您申请延期支付的来信，我很愿意批准您的申请。一旦我们完成担保手续，您就可以启用该功能了。

这封改写的信说的是同一件事，但让收、寄信的双方都感觉良好，既让顾客高兴又保持着公司职业的规范。不过分随意也不过分亲热，这才是21世纪的商业信函法则，要做到这一点，我们还有待努力。也只有这样，企业与人之间的交流才能够开放、友好且具有建设性。

这就是我们在这本书中要倡导的观念。

由于我们认为商业信函极其重要，值得专门写一本书，因此本书只详细介绍了商业信函而不包括电子邮件。

目 录



contents

引 言

星期天 商业信函与人际关系 1

星期一 打破一般规则 18

星期二 破除陈规 40

星期三 建立良好的书信结构 58

星期四 处理投诉 80

星期五 直接邮件不一定是

垃圾邮件 104

星期六 这封信的用意是…… 121

*think about it ... and
think relationship*



星期天

商业信函与人际关系

正如人们常说的：“熟视无睹”，也就是说，对于太习以为常的东西，我们往往视而不见。每天，我们总是不断地、机械地重复着一些东西，一次又一次，我们从未想过我们该不该做，为什么做，有没有用……

为了获得最佳的工作成果，我们应该以全新的、挑剔的眼光看看自己是否有所进步，并审查每天的工作内容。今天，我们首先要搞清楚，为什么写作商业信函如此重要。

反思老习惯

正如人们常说的“熟视无睹”，也就是说，对于太习以为常的东西，我们往往视而不见。每天，我们总是不断地、机械地重复着一些东西，从未想过这么做是否有用，是否能有更完美的做法，甚至根本不知道自己为何这么做。

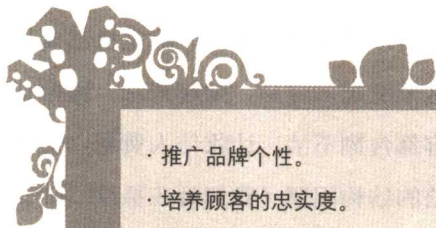
几乎所有的人都是这样，我们每天不假思索地做着同样的事。比如开车，我们坐上驾驶座，系上安全带，然后操起方向盘开车。很少有人会坐在车内思考“现在我该换到四档……现在我要踩刹车，我得与车道中心线保持34公分的距离”。这些都太习以为常了，因此我们从不会刻意地去思考，几乎成了下意识的动作。尤其在走过一段常走的路后，你根本就不再记得自己刚才在路上看到过什么。

可是如果换成是一级方程式赛车手就不同了。他们开车时不会走马看花，更不会遗忘沿途的环境。他们总是在思考自己所做的每个动作，并时时做出调整，以提高驾驶的成绩与技术。

写作现代商业信函就像驾驶一级方程式赛车，你必须认真思考细节。而旧式商业信函就像老爷车，总是重复使用旧零件。

只要掌握住要诀，每个人都能写出一封优秀的商业信函。重点在于你必须改掉过去的习惯，用全新的方式来思考。你的思考方式决定了写作风格，因此也决定了收信人对你的和你的来信的看法。忽视写信的方式就是忽视收信的人。

一封以现代方式写作且合乎规范的商业信函将有助于以下几个方面的发展：

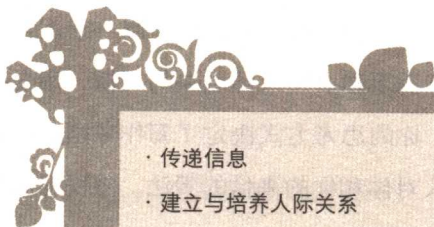


- 推广品牌个性。
- 培养顾客的忠实度。
- 树立诚恳的形象。

我们希望通过这一周的课程帮助你写出一级方程式赛车似的商业信函,并且让你扔掉那些影响交际的、老爷车似的、旧的写信习惯。

写信的目的

写信主要有以下两个目的:

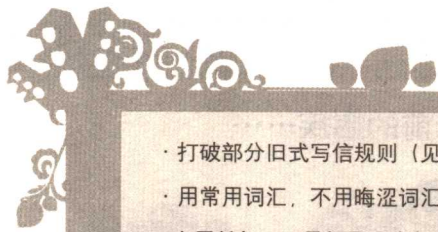


传递信息

首先,写信人必须理清思路,确定自己要传达些什么信息,这个说起来容易,做起来难。通常很多商业信件的内容都含糊不清,让收信人费解,这其中很大的原因是信的结构问题(我们将在星期二的课程中详细分析),另一个重要原因就是信中的语句太长、太复杂,以致含糊不清。

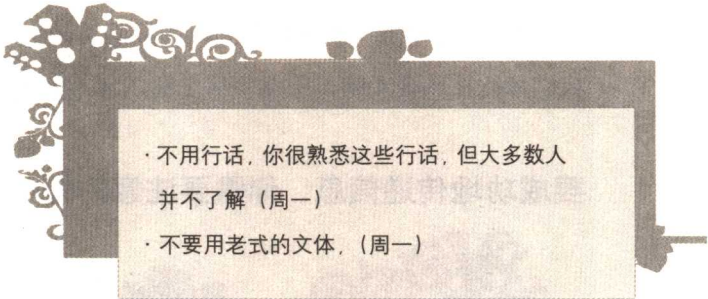
在这七天的课程中，我们每天都会提供一些写作方式与语言的建议，你可以由下面的表格中预先了解课程重点，我们将会逐一详细讲解这些内容。这些建议都相当清楚、直接，容易理解。然而虽然看起来浅显，我们却往往熟视无睹，所以写信之前常常不假思索。

要成功地传递信息，你需要注意的有……

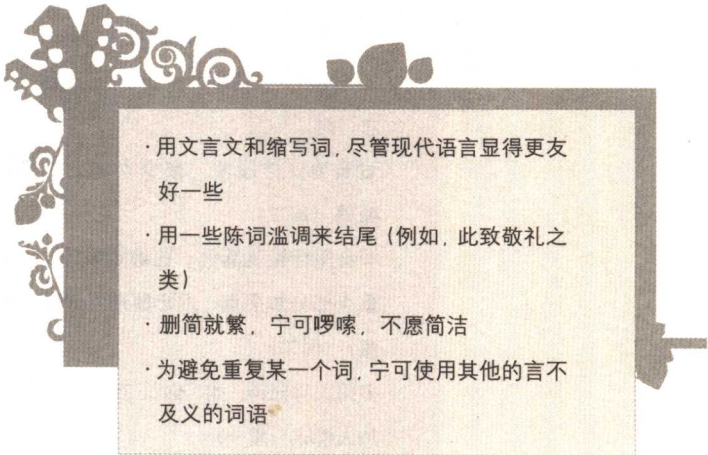


- 打破部分旧式写信规则（见周一课程）
- 用常用词汇，不用晦涩词汇（周一）
- 少用长句——最好是一个句子只表达一个观念（周二）
- 适当地安排段落，减少收信人阅读时的障碍（周二）
- 学会用标题及其他一些编辑技巧（比如在重点部分加黑点，用标题来提醒收信者注意）（周二）
- 多用人称代词，如“你”“我”“我们”以增加人情味（周一）

……写信时应避免……

- 
- 不用行话，你很熟悉这些行话，但大多数人并不了解（周一）
 - 不要用老式的文体，（周一）

……想想以前的痼疾……

- 
- 用文言文和缩写词，尽管现代语言显得更友好一些
 - 用一些陈词滥调来结尾（例如，此致敬礼之类）
 - 删简就繁，宁可啰嗦，不愿简洁
 - 为避免重复某一个词，宁可使用其他的言不及义的词语

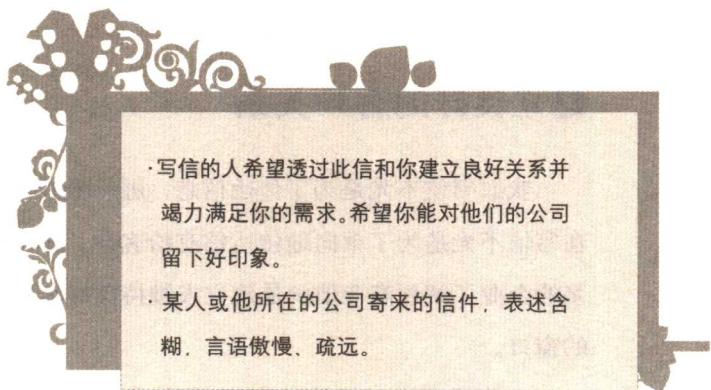
建立良好的客户关系

我们写信不光是为了传达信息，进一步来说，现在写信不光是为了单向地传达信息给客户。有越来越多的企业了解到商业信函是建立或维持良好客户关系的窗口。

企业希望通过这些给顾客的信，发展与顾客之间友好的关系，希望他们读信时感到轻松、没有任何顾虑，知道这只是银行写信向他们提供某种优惠的服务，或是超市回复他们的问题，或者是航空公司寄来的订位确认函，这种遵守熟客与新顾客同样重要的商业信条的方式才是正确的经商之道。

现在，很多公司从信用卡的交易记录上就可以知道你的钱花在哪儿，并且直接了解你的购物习惯。因此商家可以直接通过电话、语音信箱、传真或电子邮件传送商业讯息，因此当收到正式的商业信函时，人们可不会认为这是什么令人轻松的事。

别担心，这不是什么大问题，如果你是顾客，你很清楚自己希望收到以下哪一封信函：



以下是本周我们所要学习的关于如何建立良好客户关系的方法。

说话的方式与内容同样重要

研究清楚地表明，人们更关注说话的方式，而不是说话的内容。当话语以一种客观、随和、谦恭的方式传达时，这样的语气才能给人深刻的印象。

例如，我们看一看以下就“延迟付款”这同一件事写的三封信。一般来说，当一方催另一方还欠款时，双方是很难保持良好关系的，所以我们在这里选择“欠款”这一话题，看一看怎样写信才能达到“还钱”的目的。

1 I notice with some concern that you have failed to make yet another due payment. You are aware from our earlier communication that we now have the right to take legal action at this point. We shall do so unless, as a matter of urgency, you make satisfactory representations as to why we should not do so. You have until Friday to contact me.

我注意到，这次您仍无法偿付到期的欠款。上一次会晤时，我们已经知会您，在此种情况下，我们是诉诸法律采取强制措施的，除非您有其他正当的理由，否则请在周五前与我联络。

2 I do apologise for troubling you again, but we have no record of your last payment reaching us. We did speak about it before and I wonder if there is a problem we could help you with, even at this late stage, so that we can avoid unnecessary legal issues. If there is anything we can do to help please ring me before Friday, and I am looking forward very much to hearing from you. 很抱歉再一次打扰了您，但是，到目前为止，我们还没有您付清上一次欠款的记录。在上一次的见面中，我已经告诉您，这样做可能产生的严重后果。虽然现在事情已经拖得很久了，我想我们还是可以找到一些解决办法的。我很想知道您是否有什么麻烦可以让我们帮忙解决，这样，我们可以避免不必要的法律纠纷。如果我们有什么可以帮助您，请在周五前与我联络，我殷切地期待着您的来信。

3 I was sorry to see that you did not make your June payment, and you are now 3 months behind. When we spoke in May I explained what happens if you missed any more payments. We now do have the right to pass the matter to our solicitors,

although I would much rather sort it out between ourselves. if you ring me by this Friday we may still be able to avoid legal proceedings.

很遗憾，我发现您还是没有偿付六月份的欠款，您已经拖欠三个月了。五月份见面时，我已经向您解释了再次拖欠的可能后果。现在，虽然我们确实有权让我们的律师来处理这件事情，但是，我还是衷心地希望，你我之间能自己解决这件事情。请务必在周五之前给我打电话，这样我们就可以避免法律上的不必要的纠纷。

第一种写法很常见，显得很正式。就陈述的事实看，它所表达的内容是准确的，但语气中透着一股衙门味，带着威胁、傲慢与对收信人的蔑视，摆出一副纯粹就事论事、冷冰冰的样子。

第二封信显然出自一位不愿造成冲突的人之手。写信的人为了求对方履行按时付款的协议而道歉，语气却显得过分谦卑乃至有些谄媚，这不是写这类信件应有的语气。

第三封信也是在催欠款、催对方立刻还钱，但是表现出的是人与人之间平等的交流。在三封信中，这封信最有可能让收信者在周五前打电话，它向收信人表明了他现在的处境，而且，让双方处于平等的地位，

保持了对对方人格的尊严。在这种可能让人尴尬的情境下，这封信的语气恰到好处，既不过分亲昵，又不至于疏远。

而且第三封信从现实上看来最有效，信的内容表达出对客户尊重，但又不会显得软弱，这样才能让客户严肃认真地对待自己的责任与义务。威胁性的语气虽然会迫使客户口头上答应偿付，但这并不意味着他们真的会来还钱，那些随口答应的承诺只是为了缓解燃眉之急。但是，如果语气过分软弱也不能产生应有的效果，客户不会认识到问题的严重性，因此，欠债人可能抱着一种侥幸的心理，以为只要按兵不动、静观其变即可。

了解顾客的需要

在以下的几条建议中，对顾客的研究显得不像上述建议那么突出，这些建议着重在写信时的情感表达，对写作一封完美的商业信函大有帮助。

在本周的课程中我们还会详细介绍。

为了建立并保持良好的客户关系，你应该……