

TCS三级跳

解析商务英语写作经典案例

不会写，
怎敢拼外企

● 戴愆 著



上海译文出版社

TCS三级跳

解析商务英语写作经典案例

不会写，
怎敢拼外企

● 戴憐 著



上海译文出版社

图书在版编目(CIP)数据

不会写,怎敢拼外企——TCS 三级跳:解析商务英语写作经典案例 / 戴
愆著. —上海:上海译文出版社, 2014. 1
ISBN 978-7-5327-6433-4

I. ①不… II. ①戴… III. ①商务—英语—写作
IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 254308 号

不会写,怎敢拼外企

——TCS 三级跳 解析商务英语写作经典案例

戴愆 著

策划编辑/徐 玲 责任编辑/陆亚平 装帧设计/柴昊洲

上海世纪出版股份有限公司

译文出版社出版

网址: www.yiwen.com.cn

上海世纪出版股份有限公司发行中心发行

200001 上海福建中路193号 www.ewen.cc

上海颀辉印刷厂印刷

开本 787×960 1/16 印张 13.25 字数 177,000

2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

印数: 0,001—5,000册

ISBN 978-7-5327-6433-4/H·1161

定价: 35.00 元

本书专有版权归本社独家所有,非经本社同意不得转载、摘编或复制。
如有质量问题,请与承印厂联系调换。T: 021-57602918

前言

您是职场里的那位杜拉拉吗？

每年都有成千上万个“您”涌入外企，带着玫瑰色的梦想，揣着昂扬的斗志，手脚并用地在职业阶梯上一步步奋力往上攀爬。

杜拉拉们每天的工作中约有70%的时间用在笔头交流上，包括发电子邮件、写工作进度报告、提案、意向书等。于是，杜拉拉们发现，要想平步青云蒸蒸日上，自己不但要会做，更得会写。仅靠埋头苦干便能获得认可的时代早已过去了。现今，写作习惯形成写作性格，写作性格决定一个白领的职业命运。

为了获得在职场上的成功，杜拉拉们可能早已读过教科书里严谨的理论、微博里的励志教训、热销书中的心灵鸡汤、关于成功的正野史故事，并学习过各种职场上可以使用的工具软件。但是，当要撰写重要邮件或报告时，她们还是没法摆脱“Blank-page/screen syndrome”（白页/白屏综合征）——面对空白的稿纸或屏幕，脑子里一片混沌。

袋鼠老师知道，您就是那位杜拉拉！

其实，这时候您不需要着急写，第一句话或第一段往往是最难写的，因为它要提纲挈领。如果您还没有想明白整篇文章该如何写，又怎能写出合适的开头呢？记住，“To fail to plan is to plan to fail.”（不做任何计划等同于计划着失败。）

所以您该做的是，仔细思考读者是谁，您要达成的目标是什么（这决定了邮件的语气“Tone”），您需要提供什么信息来达成这个目标（这决定了邮件的内容“Content”），以及这些内容应该按什么样的逻辑组织起来（这决定了邮件的结构“Structure”）。做完这一番思考，完成文书的工作就已经做完一半了。当您最终将草拟出来的金字塔结构摆在面前，开始撰写文书的时候，会发现自己下笔如神。

这就是 TCS 三级跳——Tone, Content, Structure

第一跳：语气 Tone

以下两个因素决定了您的邮件应该采用何种语气：

1. 对方的身份（也就是你们的关系）
2. 你们正在沟通的这件事情的性质

相较于其他形式的写作，商务写作对语气的要求尤为严苛。小说家在创作的时候，是将读者假定为普通大众，普通大众没有固定的性格特征。而商务文书的读者却具有明显的性格特征。您的读者经常是：上司（supervisors）、经理（managers）、助理（assistants）、员工（employees）、技工（technicians）、学员（trainees）、客户（clients）等等。商务文书语言中所渗透的语气，就像您身上穿的外衣——您不能在打球的时候穿晚礼服，也不能在香槟酒会上着比基尼。为了正确把握语气，在写作的时候，您脑子里浮现的不仅仅是对方的一张脸，而是一个鲜活的人。想象一下，如果此刻您正在与他/她面对面交谈，您会采用什么样的语气呢？如果读者不是一个人，而是一群人，那么您可以从这群人中挑出一个最典型、最能代表这群读者特征的人，假设和他/她面对面交谈。语气恰当与否、语气中应该透露何种情感，将直接决定您的职业形象和沟通效果。

第二跳：内容 Content

当您决定邮件里该写什么，不该写什么时，以下三个方面是核心：

1. 您为什么写这封邮件
2. 您想让对方做什么
3. 对方为什么应该做

在构思的时候，所有与这三个方面相关的内容，都应该罗列出来。在初始阶段您可以无序地罗列，每个要点用小气泡（bubble）圈起来。这是您发散思维的过程。

第三跳：结构 Structure

找出这些小气泡（bubble）之间的逻辑关系，用Barbara Minto女士的金字塔结构画出大纲。在用金字塔结构时，您会很容易发现自己知道什么信息，不知道什么信息，以及还需要找到什么信息。

TCS三级跳帮您养成“先想后写”的习惯，您的写作技能将得以快速提升。“Writing is a skill, not a talent.”（与其说写作是一种天分，不如说是一门技能。）写作，就是用有效的技能来整理、组织、提炼思维的过程。写作前您花在思维上的时间最终会缩短您完成全稿的时间，会精简文章的长度，提高文章的条理性。所以，“先想后写”会帮您节约大量的沟通时间。

下面请看袋鼠老师如何带着杜拉拉们做TCS三级跳，混迹拼杀于职场，浴火沐风，将她们从清新唯美的小文艺调教成成熟“邪恶”的老江湖。

最后，感谢袋鼠老师的朋友Mike Oswell先生，他丰富的管理和沟通经验也给袋鼠老师带来不少灵感和启发。

使用指南

目前市面上关于商务英语写作的书分为两大类：工具书类和写作语言教科书类。

工具书类提供各式模版，让读者套用，不免机械呆板。而且白领在日常工作中需要用到模版的时候很少，大多数时候是解决具体的沟通事例，这些是没有模版可循的。

写作语言教科书类则泛泛地谈商务英语写作应该遵循的标准和原则。很多白领认真学习过这些标准和原则，可一旦磨枪上阵，要么用不上，要么不记得用，要么不知道该怎么用。

所以，毫不夸张地说，现在市面上还没有出现一本“介绍方法”的书。所谓方法，即每次在进行商务写作时，都能用得上的“实际操作步骤”。TCS三级跳的方法，就是能适用于不同的职场笔头沟通场景的实际操作步骤。具体来看，这本书给出了近三十个商务沟通的实例，一遍一遍地带读者使用TCS三级跳，读完本书后，读者自身就已形成了TCS三级跳的写作习惯。

同时，为了让本书的可读性更强，袋鼠老师部分借用了李可的职场小说《杜拉拉升职记》（最早出版于2007年）中的故事背景，生动有趣。写作就是一种人与人的沟通，只不过这种沟通表现在书面上，所以书中不可避免地传授了职场沟通的规则和潜规则。

本书分为三章，沿着杜拉拉的职业发展道路，与她共同经历这三个阶段：小兵（基本技能篇）、初级主管（沟通执行篇）、中高级主管（高效管理篇）。每个阶段分别应对九个职场沟通的挑战。

推荐您按照以下步骤来阅读此书：

在看完每节的背景（Background）后，您可以合上书，假设自己是杜拉拉，在如此背景下，会怎样从语气（Tone）、内容（Content）和结构（Structure）这三方面来构思邮件，完成有效沟通。

之后打开书，看看袋鼠老师怎样带领您做TCS三级跳。这时再次合上书，自己试着按照指导来实际撰写这篇邮件。

写完后打开范文对照。在范文的右侧一栏里有经典点评。范文的下方是短语解释（Phrases）。这些短语都是职场英语上经常会用到的短语。

最后再看学习要点（Learning Point）。这些学习要点是从范文中提炼出来的，适合所有商务写作的一般规则。因为与范文紧紧相扣，所以会让您印象深刻。

书中会穿插两种小标签：“Do you know?”和“Tip”，建议您在看完整本书后，可以自己用黄色便签纸做出同样的小标签，贴在每天办公能看见的地方，时时提醒自己。

另外，这本书是专门针对中国的杜拉拉们撰写的，因为他们有着中国人的写作思维惯性和中国式英语的表达特点。本书帮助他们理解并学会英语母语人士对商务文书的写法，彻底摆脱“made in China”的英语。

目录

*** 前言	I
*** 使用指南	IV

第一章 基本技能篇

*** 挑战一003	*** 挑战二010	*** 挑战三019
*** 挑战四026	*** 挑战五035	*** 挑战六042
*** 挑战七049	*** 挑战八055	*** 挑战九062

第二章 沟通执行篇

*** 挑战一073	*** 挑战二079	*** 挑战三086
*** 挑战四091	*** 挑战五097	*** 挑战六104
*** 挑战七112	*** 挑战八120	*** 挑战九129

第三章 高效管理篇

*** 挑战一139	*** 挑战二146	*** 挑战三153
*** 挑战四160	*** 挑战五166	*** 挑战六172
*** 挑战七180	*** 挑战八188	*** 挑战九195

基本技能 篇

挑战一

完美笔下的细节——不是因为粗心，而是因为您不知道

在这万恶的周一早晨，与温暖的被窝斗争了二十分钟后，拉拉终于起床了。

打开邮箱，她眼前一亮，世界500强的DB公司给她发工作邀请啦！邮件来自人事部门的李文华。拉拉的职位是华南地区销售助理，月薪四千，下个月一号报到。

拉拉激动得站都站不稳了，这可是欢天喜地的好消息！她轻盈地洗漱完毕，正襟危坐于电脑前，准备写邮件正式接受这个工作邀请，这封邮件标志着她新的职业生涯的开端。

Tone

直接相关人：人事部门的李文华

间接相关人：杜拉拉的顶头上司玫瑰

表达“兴奋”和“感谢”是这封邮件的主基调。“兴奋”传达年轻人的激情，“感谢”的是贵公司对自己的赏识。

Content

必须包括的内容：

感谢公司的赏识，表示愿意接受工作邀请，对未来工作的期待

还可以写进的内容：

提条件——不要被飘飘欲仙的幸福感冲昏了头，这个时候是自己提条件的最好时机，否则就要等到很久以后了。DB公司投入了大量时间寻找合适的人才，一旦他们发出工作邀请，他们希望对方会接受。对于拉拉这个步入职场不久的年轻人来说，提的条件不应拘泥于金钱，而是学习和发展的机会。

强调自己和职位很相称（match）——这是与新雇主建立亲近关系（bonding）的开端，招聘经理李文华努力为DB公司找到拉拉来担任销售助理一职，如果拉拉适合这个岗位，说明招聘经理的工作是出色的。如果拉拉不适合这个岗位，她拍拍屁股走人了，倒是轻松；但是对招聘经理会造成不小的、长久的负面影响，他需要重新招人，他本年度的工作业绩报告也会很不好看。所以拉拉在这封邮件里，需要强调自己和这个职位非常相称，算是给公司、给招聘经理一颗定心丸。

Structure



To: Wenhua Li

Cc: Rose

From: Lala Du

Subject: Accepting Job Offer

Dear Mr. Li,

I was delighted to receive your job offer. I am pleased to accept your offer of the position of Sales Assistant for Southern China area at DB.

Being a part of DB has been my goal from the beginning. I am so looking forward to tracking, investigating, and reporting sales information for the twelve sales managers in Southern China.

收到了工作邀请并高兴地接受。

拉拉期待的这项具体工作内容，正是销售助理的首要职责。如此表明拉拉对这个职位有透彻的理解。

After checking out on the literature you sent over, I did not find the information of training/mentoring system and career advancement opportunities at DB. Would you mind explaining them to me a little bit?

I believe this will be a mutually rewarding and long-lasting relationship. Thank you again for acknowledging my skills and experiences. It will be a great match!

以询问的方式委婉地提出条件。这个条件的内容是和自己未来发展相关的，雇主会欣赏这种有想法和目标的职员。

不卑不亢地感激贵公司的赏识，公司的决定是正确的。

Phrases

... has been my goal from the beginning: ……是我的夙愿（这是与雇主开始建立纽带的一个很好的表达方式。）

check out on: 仔细阅读

literature: 材料

mutually rewarding and long-lasting relationship: 互利而持久的关系（这是每一位雇主都希望与雇员建立的关系。）

Learning Point

完美邮件的细节

在历经民营企业和港台企业的洗礼后，拉拉终于如愿以偿地进入了通讯行业的著名美资500强企业DB公司。拉拉，您可知道，未来您将有超过一半的工作时间会

花在笔头沟通上，您的才能将第一时间展现在这些笔头沟通中，其中做得最多的就是电子邮件。在您上班报到之前，赶紧来袋鼠老师这儿上一堂商务英语电子邮件的速成课吧。

写邮件前

想想这封邮件该不该写？或者，在当前情况下，发邮件是不是最好的沟通方式。以下情形请您不要选择邮件来沟通：

- * 当您处在激烈的情绪中时（不仅不要写邮件，也不要做出任何重要决定）。
- * 当公司里政治气候敏感，邮件又涉及到您的立场时（可以口头沟通，或者简单地推迟邮件沟通的时间）。
- * 当此话题需要多方在一起讨论时（电子邮件非常方便使用，因此正在被渐渐滥用。很多情况下，会议或电话会议仍是最有效的沟通方式）。
- * 当涉及个人隐私时（邮件有可能被永久保存和不可控地传播）。
- * 当事情紧急，您需要立刻回复时（请拿起电话吧）。

Tip:

在不适合写邮件的情况下，电话或直接面谈需要沟通者付出更多的勇气和精力，但也会给沟通者带来更大的价值。

写邮件中

附件大小控制在3兆以内，避免被对方公司的服务器系统屏蔽，同时不会占据对方邮箱太多的容量。如果一定有大附件，可以放在网络上让对方下载。

能不带附件尽量不带附件，可以将附件的内容编辑一下粘贴到正文中。这样的邮件是适合手机阅读的（smartphone friendly）。

就像球要一个垒一个垒地打，每封邮件只专注解决一个问题。

如果在邮件里发网页链接，请将地址写全。有的软件可以识别“www”开头的网址，有的软件只能识别“http://”开头的网址。

使用留白（white space）让自己的邮件清晰。有三个技巧：

1. 每个段落只表达一个意思点（idea），可以有单个句子形成的段落（one-sentence paragraph）；

2. 如果有某个段落超过了六行文字，请尽量把它分成两段；

3. 使用小标题（heading）和清单（list）。

哪怕这些方法会让您的邮件看上去更长，但对方会更乐意读到这样的邮件。

使用段首顶格（block style），不需右缩进，使用文本左对齐（ragged right margins），使用单倍行距，段与段之间空一行（single spaced with a double space between paragraphs）。这样的格式更适合对方阅读。

写完邮件后

检查、检查、再检查，不要犯拼写和文法的低级错误。不管您的英语水平多么高超，所谓“To err is human.”（犯错是人性。）下笔的时候难免有失误。笔头沟通与口头沟通最大的差异在于，笔头沟通会将您犯的小错误扩大、定格。

不要忘记发附件。有人统计过，在职场上，几乎每个人平均每个月要犯一次的错误是，忘记在邮件里加附件。

定期将重要邮件保存在硬盘上，或刻盘保存，尤其是涉及到有合同或约定的邮件。

邮件中永远不要碰的禁区

不要使用太多的大写字母表示强调，似乎您在邮件里对人大呼小叫。

不要用公司邮箱发送私人邮件。您每次发邮件，都是代表公司的公务行为，您发出的每一封邮件理论上都是公司的财产，在服务器上都会存有复件，不管您有没