# Эту книгу хорошо дополняют:

**Настольная книга копирайтера**
Элина Слободянюк

**Камасутра для оратора**
Радислав Гандапас

**К выступлению готов!**
Радислав Гандапас

**Принцип пирамиды Минто**
Барбара Минто

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Саша Карепина

# Искусство делового письма

## Законы, хитрости, инструменты

4-е издание

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»
Москва, 2013

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

УДК 005.92
ББК 65.050.2
К22

С иллюстрациями автора

**Карепина, А. В.**

К22 Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты / Саша Карепина. — 4-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 248 с.

ISBN 978-5-91657-576-7

Как влиять на людей словом на расстоянии? Как передать суть сообщения и свои эмоции без искажений? Как добиться желаемой реакции? Как отказать не обидев, оправдаться не разозлив, потребовать или попросить — и получить желаемое? На все эти вопросы отвечает бизнес-тренер по деловому письму Саша Карепина. Правила и приемы убедительного делового письма, техника создания работающих текстов проиллюстрированы примерами не только из бизнеса, но также из истории и литературы. Не запомнить их невозможно.

Книга будет большим подспорьем всем, кто хоть иногда составляет коммерческие предложения, ведет переписку с клиентами и партнерами, пишет резюме, наполняет информацией корпоративный сайт, готовит пресс-релизы, отчитывается письменно о проделанной работе и просто общается в эпистолярном жанре.

УДК 005.92
ББК 65.050.2

Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.
Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

ISBN 978-5-91657-576-7

© Карепина А. В., 2010
© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

# Оглавление

**Письменная речь: дар, ремесло, искусство** . . . . . 11

**От автора** . . . . . 14

**Вводная глава.**
**Сам себе запорожец. Факты, образ, оформление** . . . . . 17

**ФАКТЫ.**
**ЧЕМ КРЫТЬ — И В КАКОМ ПОРЯДКЕ**

**Глава 1. Посадить дерево.**
**Организация фактов, структура письма** . . . . . 25

Простые деревья . . . . . 28

Сложные деревья . . . . . 32

Как показать структуру . . . . . 36

Как выращивать деревья . . . . . 37

Деревья для убеждающих писем . . . . . 39

Деревья для информирующих писем . . . . . 41

**Глава 2. «Медный грош».**
**Подача фактов с учетом потребностей адресата** . . . . . 45

«Грош» в заглавных фразах . . . . . 48

«Грош» в начале письма . . . . . 49

Желание, проблема или возможность? . . . . . 53

Как быть, если «гроша» нет? . . . . . 56

«Гроши» и бизнес-класс . . . . . 58

«Гроши» и HR . . . . . 60

«Гроши» и добрые дела . . . . . 63

**Глава 3. Нужные ненужности.**
**Факты во вступлении и заключении** . . . . . 65

Как сесть на коня? . . . . . 67

Как слезть с коня? . . . . . 71

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

**Глава 4. Лампочка Фишлока.**
**Факты в продающих письмах** ..... 79
Обещаем ..... 81
Обосновываем обещания ..... 82
Приводим доказательства ..... 83
Называем цену ..... 84
Помещаем цену в контекст ..... 86
Дожимаем покупателя ..... 88
Придаем финальное ускорение ..... 90
Собираем шаблон ..... 93

**Глава 5. Факт наличия и наличие фактов.**
**Построение эффективных фраз** ..... 95
Чему подлежит подлежащее? ..... 97
Кто тут первый? ..... 102
Про попа и про собаку ..... 102

**ОБРАЗ.**
**КАКИМ ЛИЦОМ ПОВЕРНУТЬСЯ К АДРЕСАТУ?**

**Глава 6. «Любовники» и «чиновники».**
**Стиль письма и образ автора** ..... 109
Давление или разговор по душам? ..... 113
Факты или отношение? ..... 115
Похвала или критика? ..... 118
Шкала стилей ..... 119
Коварный «чиновник» ..... 121
Стиль в деле ..... 123

**Глава 7. «Но я не создан для блаженства…»**
**Образ в письмах-отказах** ..... 129
Показываем, что читали ..... 133
Понимаем, сочувствуем ..... 134
Ссылаемся на обстоятельства ..... 135
Отмечаем достоинства ..... 136
Помогаем сохранить лицо ..... 137

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Предлагаем альтернативу . . . . . 138
Оставляем дверь открытой . . . . . 139
Собираем шаблон . . . . . 140

**Глава 8. «Стыд поимей, поимей совесть!»**
**Образ в письмах-претензиях** . . . . . 143
Критикуем действия, а не адресата . . . . . 147
Критикуем компанию, а не адресата . . . . . 148
Понимаем, сочувствуем . . . . . 149
Помогаем сохранить лицо . . . . . 150
Обосновываем требования . . . . . 151
Вместе ищем выход . . . . . 152
Надеемся на лучшее . . . . . 153
И снова собираем шаблон . . . . . 153

**Глава 9. «Вот тут я дал, в натуре, маху…»**
**Образ в письмах-признаниях** . . . . . 155
Мыслим позитивно . . . . . 157
Говорим о достижениях . . . . . 158
Не ищем причину не делать . . . . . 160
Понимаем масштабы бедствия . . . . . 161
Исправляемся . . . . . 161
Предлагаем выход . . . . . 162
Готовы идти до конца . . . . . 163
Строим очередной шаблон . . . . . 163

**Глава 10. «Помилуйте, мне от роду нет году…»**
**Образ в письмах-оправданиях** . . . . . 167
Защищаемся, но не спорим . . . . . 170
Сожалеем конкретно . . . . . 172
Не преуменьшаем проблему . . . . . 173
Доказываем правоту фактами . . . . . 173
Не стремимся «отмазаться» . . . . . 175
Хотим помириться . . . . . 176
И опять собираем шаблон . . . . . 177

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

**Глава 11. «Сто к одному». Образ во вступлении** ..... 179
Записываемся во влиятельные ..... 182
Записываемся в близкие и знакомые ..... 185
Стараемся понравиться ..... 187
Убеждаем, что пропадем без адресата ..... 189
Заинтересовываем и интригуем ..... 191
Избегаем предсказуемости ..... 194
Не жадничаем ..... 195

## ОФОРМЛЕНИЕ. КАК НАВЕСТИ ЛОСК?

**Глава 12. Кофейные тайны. Оформление и форматирование текста** ..... 201
Воздушные абзацы ..... 205
Меткие буллеты ..... 209

**Глава 13. Занимательная шрифтология. Выбор шрифта** ..... 213
Путеводный шрифт ..... 214
Шрифт как «зеркало души» ..... 217
Форматирование на практике ..... 221

**Заключительная глава** ..... 223

**«Остаюсь искренне ваш…»** ..... 223

**Об авторе** ..... 226

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

# Письменная речь: дар, ремесло, искусство

Буквы, слова, фразы, предложения, письма, письма, письма. Каждый день мы их пишем и читаем, читаем и пишем. Впрочем, какие-то отправляем в корзину, какие-то оставляем не дочитав, на какие-то отвечаем. Какие куда — зависит не только от отправителя, но и от самого текста. Один «цепляет» нас, и мы читаем до конца; другой отталкивает с самого начала.

Искусству составления писем, как и ораторскому искусству, тысячи лет. И искусство это всегда так ценилось, что сильные мира сего нанимали людей, владеющих им, на службу. И ставили свои подписи и печати под текстами, сочиненными безымянными составителями.

Прошли времена, грамотных людей стало больше. Стало больше текстов по разным поводам. Сегодня мы не посылаем гонцов за сотни километров со свитком и не привязываем записку к голубиной лапке. Достаточно взять телефон и набрать SMS, открыть крышку ноутбука и отправить сообщение через Skype. Письменная речь стала доступнее и обыденнее. Но письмо как искусство не стало цениться меньше. В армии и местах не столь отдаленных это хорошо заметно: там всегда находится «писарь», которого просят написать письмо в особо щепетильных случаях: когда нужно попросить прощения у матери, сделать предложение

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

любимой или попросить о помощи старого друга. Такой «писарь» пользуется особым покровительством и никогда не испытывает в чем-либо нужды. В обычной повседневности человек, виртуозно владеющий письменным словом, тоже обладает активом, который может помочь ему, его близким, его организации решить многие вопросы. Решить красиво и сэкономив при этом другие активы.

Лично мне, как и многим, лучше удается говорить, чем писать. Но вот воспринимаю я лучше, как и большинство, письменный текст. Когда мы выступаем с презентацией, нас мало заботит красота слога: мы хотим эффекта, результата, нас беспокоит прикладной характер наших слов. Письмо — это та же презентация, но без оратора, без жеста и мимики, без слайдов и микрофона. И поэтому адресат может сосредоточиться именно на тексте. Это и плохо и хорошо одновременно. Плохо тем, что мы не можем воздействовать на его органы чувств всем арсеналом наших приемов. И хорошо тем, что грамотно составленный текст не оставит шансов на отказ.

Интересно написанная, богатая примерами из разных эпох и разных областей жизни книга Саши Карепиной «Искусство делового письма» — сама по себе блестящий пример того, как нужно писать любой текст. А кроме этого — очень своевременное и современное пособие для всякого, кто овладел ремеслом письменной речи и уже готов овладеть искусством.

*Радислав Гандапас,*
*тренер по ораторскому мастерству,*
*мотивации и мастерству влияния,*
*совладелец тренинговой компании «Ораторика»*

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

*Первым сварил чашку эспрессо Луиджи Беццеро.*

*Первым позвонил с мобильного телефона Мартин Купер.*

***Первыми прочли эту книгу и помогли сделать ее лучше*** *Алексей Бояршинов (в ЖЖ cybrat), Галина Попова (galina_vl), Ли Д (lee-der), Мария Кузнецова (kumanica), а еще Наталья Рудина, Ольга Мухина, Сергей Соломонов, Татьяна Агафонова и Татьяна Бадя. Огромное им спасибо!*

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

# От автора

5 июля 1871 года портной из Невады Якоб Дэвис написал письмо, навсегда изменившее… наш гардероб. Мы все каждый день пишем, чтобы что-нибудь изменить: свою клиентскую базу, доходы, условия работы — да, наконец, репутацию. Мы составляем коммерческие предложения, ведем переписку с клиентами и партнерами, пишем сопроводительные письма и резюме, наполняем информацией корпоративный сайт, готовим пресс-релизы. Иногда наши тексты «выстреливают», но случается, что они барахлят, как неправильно собранный механизм.

Впрочем, почему «как»? Каждый текст и есть механизм — механизм для воздействия на адресата. Если он не работает, значит, мы нарушили правила сборки: выбрали не тот чертеж, взяли неправильные детали, не так скомпоновали их между собой. То есть ошиблись в структуре, неэффективно построили фразы, подобрали неподходящие слова или промахнулись с оформлением.

Конечно, можно собирать механизм по наитию, но гораздо удобнее иметь для этой цели инструкцию. Когда современный человек сталкивается со сложностями при написании делового письма, он хочет взять соответствующую книгу и найти в ней ясный ответ. По крайней мере этого захотелось мне, когда пришлось заняться темой переписки

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

вплотную. Каково же было мое удивление, когда выяснилось, что таких книг на полках магазинов практически нет! Есть книги по делопроизводству, копирайтингу, стилистике, аргументации, но целостной инструкции для желающих использовать деловое письмо как инструмент днем с огнем не найти!

Мне как бизнес-тренеру по коммуникациям это показалось неправильным. Я принялась за составление недостающей инструкции, и через три года она появилась на свет. Результат перед вами. В книгу вошли практические наблюдения — мои и других авторов, а также многочисленные примеры: деловые, исторические и литературные. И письмо Якоба Дэвиса, конечно, тоже вошло — не зря же мы начали с него разговор…

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

# Вводная глава

## Сам себе запорожец. Факты, образ, оформление

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

В Санкт-Петербурге в Государственном Русском музее…

Впрочем, не будем издалека: стоит сказать «письмо турецкому султану», и любой вспомнит знаменитых репинских «Запорожцев». Все мы из названия картины знаем, что запорожцы пишут письмо турецкому султану — но какое и по какому поводу? И существовало ли это письмо на самом деле?

На последний вопрос ответа нет до сих пор. Бытует легенда, что в 1676 году турецкий султан направил запорожцам весьма категоричное предложение перейти без всякого сопротивления под его власть. Лихим казакам это предложение не понравилось, и они ответили султану знаменитым письмом. Оригинальная переписка не сохранилась, но в конце XIX века историки обнаружили столетней давности копии. Если, конечно, это были действительно копии: вполне могло оказаться, что какой-то изобретательный автор века XVIII просто сфальсифицировал документ. Но даже если и так, его творение для нас весьма поучительно.

Ведь для чего мы пишем деловые письма? Какова наша цель? Чаще всего мы чего-то добиваемся от получателя письма, нашего адресата. Чтобы он приобрел наш товар, профинансировал наш проект, дал на что-то согласие. Даже если на первый взгляд нам ничего не нужно (например, письмо представляет собой просто отчет о проделанной работе), мы все равно чего-то хотим. Хотим, чтобы адресат оценил эту самую работу. Чтобы подумал: а работник-то — золото! Чтобы повысил зарплату — ну или хотя бы не увольнял…

Что же воздействует на адресата, что увеличивает наши шансы добиться своего? Разобраться в этом нам как раз и помогут «Запорожцы».

Представьте, что вы один из персонажей знаменитой картины. Под занавес XVII века вам приходит от правителя Турции письмо следующего содержания:

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

> Я, султан, сын Мухаммеда, брат Солнца и Луны, внук и наместник Бога, владелец царств Македонского, Вавилонского, Иерусалимского, Великого и Малого Египта, царь над царями, властитель над властелинами, необыкновенный рыцарь, никем непобедимый воин, неотступный хранитель гроба Господня, попечитель самого Бога, надежда и утешение мусульман, смущение и великий защитник христиан, повелеваю вам, запорожским казакам, сдаться мне добровольно безо всякого сопротивления и меня вашими нападками не заставлять беспокоиться.

Что хочется ответить? Думаю, примерно то же, что ответили запорожцы. Самая цензурная редакция их ответа выглядит так:

> Ты, шайтан турецкий, проклятого черта брат и товарищ и самого Люцеперя секретарь, якой ты в черта лыцарь? Чорт выкидае, а твое вийско пожирае. Не будешь ты годен сыны христианские пид собой маты, твоего вийска не боимось, землею и водою будем биться с тобою. Вавилонский ты кухарь, македонский колесник, иерусалимский броварник, александрийский козолуп, Великого и Малого Египта свинарь, <…> каменецкий кат, самого гаспида внук и всего свету блазень, и нашего Бога дурень, свиняча морда, кобыляча срака, разницка собака, нехрешений лоб, хай бы взял тебе чорт. От так тоби казаки видказали, плюгавче. Невгоден еси свиней христианских пасти! Числа не знаем, бо календаря не маем, месяц у неба, год у князя, а день такой у нас, як и у вас, поцелуй за то в сраку нас!

В Интернете встречаются и более цветистые варианты. На всякий случай приведу краткий словарь: броварник — это пивовар, сагайдак — козел, блазень — шут, кухарь — повар, гаспид — черт, кат — палач, а «видказали» значит «отказали».

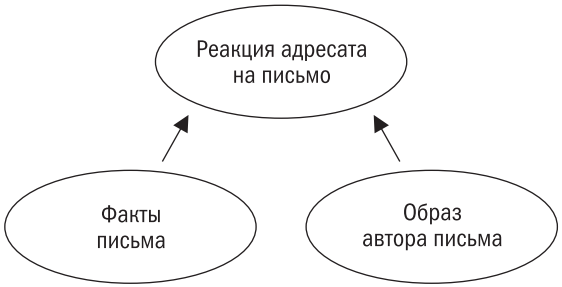
Но что же ваш ответ — и ответ запорожцев — означает с точки зрения воздействия на получателя письма?

Начнем с того, что предложение султана ни вас, ни запорожцев не заинтересовало. В самом деле, какой вам интерес становиться турецкоподданным? Каковы гарантии, что ваши права не будут ущемлены? В письме султана об этом ни слова. Не хватает *фактов*, которые могли бы нас убедить. Но только ли в фактах дело?

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

Вспомните, что именно вам захотелось ответить султану. «Спасибо, как-нибудь в другой раз»? Ой ли… Скорее что-то про упомянутый запорожцами поцелуй в определенное место… Выходит, вас не просто не устроили факты — вы обиделись, вы рассердились! «Конечно, — часто говорят мне на тренингах, — а зачем султан такие слова выбирает? И что у него за манера письма? Как будто мы, казаки, ему должны! Как будто он нас уже победил!» И вот здесь кроется еще одна важная вещь: мы обижаемся на манеру и слова. Но они не нравятся нам не сами по себе, а потому, что создают определенное представление о султане. Рисуют его заносчивым, высокомерным, бесцеремонным — таким, к которому не хочется идти в подданные. То есть создают *образ*, который мешает убеждать адресата.

Таким образом, реакция на письмо — ваша, запорожцев, чья угодно — зависит от двух вещей: от того, какие *факты* сообщает автор письма, и от того, с каким лицом, в каком *образе* он это делает.




Чтобы добиться от адресата своего, нам нужно подобрать правильные факты, правильно их изложить и сделать это «с правильным лицом» — с таким, которое вызовет у получателя письма желание принять ваше предложение. Как это сделать? С этим мы и будем разбираться.

Правильному изложению фактов в письме я посвятила первый раздел книги. Речь в нем пойдет о том, как эти

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

факты систематизировать, по какому плану изложить, под каким соусом подать и как облечь в слова, чтобы текст письма получился ясным и удобным для адресата.

Созданию правильного лица, то есть образа, посвящен второй раздел. В нем мы разбираемся, как выбрать верный стиль и тон, как не испортить приятное сообщение и подсластить неприятное, как в сложных ситуациях «втереться в доверие» к адресату и изложить просьбу так, чтобы он просто не смог нам отказать.

Есть еще и третий раздел, посвященный оформлению текста: отступам, шрифтам, абзацам и прочему «наведению красоты». Один из первых читателей книги, узнав о фактах и образе, написал мне: «А как же внешний вид письма? Запорожцы небось получили от султана свиток с золоченым обрезом и изящной каллиграфией. И то вон как среагировали. А если бы им принесли измятую, нацарапанную кое-как “цедулю”?» Тему оформления текста и впрямь нужно было рассматривать — но сразу же встал вопрос, в каком разделе. Она просилась к фактам: ведь грамотное оформление помогает эти факты воспринимать. Но и от образа ее было не отделить: ведь оформление письма создает впечатление о его авторе. Рвать тему на части не хотелось, поэтому для нее был создан особый раздел.

Теперь все три раздела перед вами. Пожалуй, начать следует с фактов.

Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа

**Почитать описание и заказать в МИФе**

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги: Проза: Детские книги:

МИФ