



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

POSLOVNO PISNO SPORAZUMEVANJE


Janez Dekleva





Operacijo sofinancira Evropska unija, in sicer iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa za izvajanje Evropske kohezijske politike v obdobju 2014-2020, prednostne osi: 10. Znanje, spretnosti in vseživljenjsko učenje za boljšo zaposljivost; prednostne naložbe: 10. 1. Krepitev enake dostopnosti vseživljenjskega učenja za vse starostne skupine v formalnem, neformalnem in priložnostnem okolju, izpopolnjevanje znanj, spretnosti in kompetenc delovne sile ter spodbujanje prožnih možnosti učenja, vključno prek poklicnega usmerjanja in validiranja pridobljenih kompetenc; specifičnega cilja: 10. 1. 1. Izboljšanje kompetenc manj vključenih v vseživljenjsko učenje.



PISNO SPOROČANJE

NAMEN IN CILJI PISNEGA SPOROČANJA

-  Osnovni cilj pisnega komuniciranja je vplivati na prejemnika, da bi ravnal v skladu s cilji in interesi pošiljatelja. Poslovno dopisovanje se razlikuje od družabnega po tem, da streže ciljem organizacije.

-  Splošni cilji pisnega komuniciranja so lahko:
 -  **informiranje:** prejemnik sprejme in dojame sporočilo, se z njim strinja ali pa tudi ne, vendar k vsebini sporočila ne prispeva; sporočilo je v celoti stvar pošiljatelja.
 -  **Prepričevanje:** sporočilo skuša predvsem vplivati na prejemnika, da bi ravnal v skladu z namerami pošiljatelja; prejemnik torej sodeluje v sporočilu, pošiljatelj pa le deloma določa, kaj bo dosegel.
 -  **Sodelovanje:** sporočilo je sestavina sodelovanja med pošiljateljem in prejemnikom; prejemnik odloča ali bo sodeloval, pošiljatelj pa lahko nanj le deloma vpliva.



POSLOVNO DOPISOVANJE

- ✉ Pri snovanju poslovnih pisem se kaže vprašati predvsem o tem:
- ☰ - **kakšne so želje prejemnikov**, kaj želijo izvedeti; včasih so želje očitne, včasih pa je treba prejemnika pozvati, naj svoje želje natančneje opredeli
- ☰ - **neizrečene želje** - koristno je v sporočilo vključiti tudi dodatne informacije, ki bi utegnile biti koristne
- ☰ - **popolnost informacij** - pošiljatelj naj preveri ali bo dal prejemniku odgovore na "petero K-jev in vprašaj" (5K+?): KDO, KAJ KDAJ, KJE, KAKO in ZAKAJ.
- ☰ - **resničnost informacij** – zaupanje v organizacijo je težko zgraditi, porušiti pa zelo lahko; zato naj pošiljatelj preveri ne le točnost danih informacij pač pa tudi pripravljenost in zmožnost svoje organizacije, da bo dane obljube zares izpolnila.
- ☰ - **bistvo informacije** – osredotočiti se gre na najbolj zanimive sestavine informacij.



OBLIKA SPOROČILA

✉ Oblik pisnih sporočil je nešteto. Pisno sporočilo je lahko nakraćano na iztrganem koščku papirja ali pa v obliki obširnega elaborata na 200 straneh. Oblika sporočila je predvsem odvisna od smotra sporočila in od odnosa pošiljatelja do prejemnika.

✉ 4 koraki do **DOBRO UREJENEGA** pisnega sporočila

- ✉ 1. smoter in osnovna tema sporočila naj bosta popolnoma jasna
- ✉ 2. vsebina sporočila naj izhaja iz smotra in osnovne teme sporočila
- ✉ 3. posamezne misli in trditve naj bodo logično urejene v skupine in v logičnem zaporedju
- ✉ 4. sporočilo naj vsebuje vse potrebne informacije – in nič več.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

OBLIKA SPOROČILA

✉ **SESTAVINE SPOROČIL**

- ✉ **temeljna misel** – jedro, okrog katerega snujemo sporočilo
- ✉ **razlogi** – podpirajo temeljno misel, najmanj trije, največ pet
- ✉ **dokazi** – utemeljujejo razloge

✉ **2 KONCEPTA ZA SNOVANJE ZAPOREDJA SESTAVIN**

- ✉ **NEPOSREDNI** – prva je temeljna misel, ki ji sledijo in utemeljujejo razlogi in dokazi. Ta pristop je krajši in učinkovitejši, vendar primeren za naklonjenega bralca.
- ✉ **POSREDNI** – prvi so dokazi, sledijo razlogi in nazadnje temeljna misel. To je bolj sistematičen pristop, rabi več časa in dela. Primeren je za manj zaupljivega bralca. Ta pristop je edini primeren za zadržane ali celo sovražne prejemnike.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

VSEBINA SPOROČILA

✉ Vsebina sporočila sovпада z njegovim namenom in ciljem. Le ta je odvisen tudi od tega, komu je namenjeno: dobavitelju, stranki, banki, državnim organom, zaposlenim znotraj podjetja, širši okolici,...

” “Prejemniki poslovnih sporočil so ponavadi managerji – in pošiljatelj naj upošteva, da managerji nimajo časa na pretek, da jih bo marsikaj motilo pri čitanju in da bodo sporočilu naklonili prav malo pozornosti. – Takšen je značaj poslovnega dela – spomnimo se raziskave, ki pravi, da se vršni manager vsak dan ukvarja z vsaj **200 zadevami**, da ima za vsako povprečno **48 sekund** časa, da utegne zdržema delati za mizo le po **10 do 15 minut**, da posveča prebiranju pošte zelo malo pozornosti in kvečjemu **5 %** časa ter da odgovori največ na **30 %** prejetih pisnih sporočil”



KRAJŠA PISNA SPOROČILA

NAROČILA

- V uvodnem delu je potrebno nedvoumno napisati "naročam" ali "pošljite mi", in ne "rad bi imel", "želel bi" ipd..
- Za naročanje je priporočljiva uporaba preglednic ali obrazcev, ki olajšujejo obdelovanje in pregledovanje.

ZAHTEVKI IN PROŠNJE

- Uvod naj izraža prepričanje, da bo naslovnikov odziv naklonjen zahtevku, ton pisanja naj ne zahteva,
- ton naj bo vljuden in oseben,
- Pisec vljudno predlaga prejemniku kaj naj stori – in mu dejavnost olajša (priložena kuverta z znamko),
- že vnaprej se mu zahvali.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

KRAJŠA PISNA SPOROČILA

REKLAMACIJE

- Pismo z reklamacijo je potrebno napisati takoj, ko ugotovimo napako.
- Držimo se stvarnega, trdnega, nečustvenega tona.
- Da bi si pridobil naklonjenost bralca, pisec pohvali kakšen drug vidik proizvajalčevih izdelkov ali storitev.
- Pošiljatelj reklamacije naj se izogiba očitkom in pritisku,
- sam naj predlaga pošteno in zmerno ureditev zadeve.

POVABILA

- Pisec naj že v prvih besedah nakaže, da gre za povabilo in v osrednjem delu pojasni, zakaj vabi prav prejemnika pisma.
- Konec naj bo spodbuden in prikupen.



RUTINSKA, UGODNA IN NAKLONJENA SPOROČILA

✉ Pisma s tako vsebino so priložnost za izpopolnjevanje dobrega mnenja, ki naj ga ima okolje o organizaciji

✉ **POZITIVNI ODGOVORI NA PISMA**

✉ Tu imam v mislih predvsem različne potrditve naročil, posredovanje zahtevanih dodatnih informacij po izdelkih, pospeševanje prodaje, pisma sodelavcem,...

- Na predlog ali zahtevek se odzovemo brez odlašanja.
- ☞ Ne uporabljamo puhlic: "V odgovor na vaš dopis...", "Soglasno z dogovorom.....".
- Ton naj bo prisrčen, vljuden, učinkovit.
- Negativne vsebine vložimo med pozitivne ali jih z njimi vsaj uravnotežimo.
- ☞ Na koncu prav tako ne uporabljamo puhlic: "Z izrazi iskrenega spoštovanja....",
- bralcu predlagamo, kaj naj stori – "Prosimo, sporočite nam, če vam te informacije ne zadoščajo..."ipd.
- Izrazimo svojo naklonjenost in vero v uspešno sodelovanje.



RUTINSKA, UGODNA IN NAKLONJENA SPOROČILA

UGODNA REŠITEV REKLAMACIJE

- Takoj na začetku napišemo, da bomo ustregli zahtevi ali predlogu.
- Primeren je razumevajoč in vljuden ton
- 🖱️ Izogibajmo se obrambnemu, obtožujočemu, pokroviteljskemu tonu.
- Celo na neumestno reklamacijo odgovarjamo korektno in vljudno.
- 🖱️ Izogibajmo se opravičilom, razen v skrajnih primerih, ko to naredimo jedrnato in brez pretiravanja.
- Priznajmo napake, ki jih je naredila naša organizacija;
- če moremo, priznamo reklamacijo v celoti, brez pridržkov.
- 🖱️ Izogibamo se negativnim izjavam in vsebinam.









REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

RUTINSKA, UGODNA IN NAKLONJENA SPOROČILA

IZRAZI NAKLONJENOSTI

-  Sem sodijo predvsem čestitke, pisna priznanja, zahvale, pisni pozdravi, pa tudi sožalja.
-  V teh primerih je pisno sporočilo boljše od ustnega, saj ga prejemnik večkrat prebere.
-  Ljudje cenijo tudi skromen izraz osebne pozornosti.
-  Bolj kočljiva pisma te vrste so sožalja, saj sožalja ne smemo zasnovati preohlapno in tudi ne pretirano čustveno.
-  Prejemnik – in ne pisec – mora biti v središču pozornosti.
-  Nekaterne organizacije za sporočila te vrste uporabljajo poseben papir in ovojnice.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

SPOROČILA Z NEUGODNO VSEBINO

✉ **Neugodna sporočila naj bodo zasnovana iz štirih sestavin:**

✉ **blažilec,**

✉ **dejstva,**

✉ **jedrnato temeljno sporočilo,**

✉ **uslužen, prijazen, pozitiven konec.**

✉ **Blažilci pomagajo prejemniku, da sporočilo lažje sprejme.**

- **Med značilne blažilce tako sodi recimo soglasje npr. "Oba veva, kako težko je danes..."**.

🖱 **Izogibamo se trdih nikalnic in gostobesednih puhlic, ki so bralcu še posebej odveč.**

- **Nadvse pomembna je utemeljitev, ki dokazuje, da je za bralca sicer neugodna odločitev racionalna in poštena.**

🖱 **Narobe je, če pisec odgovornost za neugodno odločitev prevali na svojo organizacijo;**

🖱 **prav tako narobe je, če se na vso moč opravičuje, saj tako iz majhnega spodrsnjaka naredi slona.**



SPOROČILA Z NEUGODNO VSEBINO

NEUGODNO O NAROČILIH

 Obravnavamo lahko nejasna naročila, zakasnele dobave, zahtevo po zamenjavi ipd.. Tu se najbolj obnese

- posreden, induktivni odnos- od dejstev k ugotovitvam.
- Zapišemo, da cenimo novo naročilo (besede o velikem veselju so odveč)
- Poudarimo, kaj naša firma počne in ne, česa ne počne;
- poudarimo dobre lastnosti in ne slabosti.
- ✓ Izogibamo se neugodnim osebnim sporočilom npr. "Prezrli ste...", "Niste dobro razumeli...".
- ✓ Za zakasnele dobave ne napišemo "nimamo" ali "zmanjkalo nam je",
 - sklicujemo se na veliko povpraševanje.
 - Iz pisanja naj sledi, da imamo zadeve trdno v rokah in da bomo v prihodnje osebno skrbeli za odjemalčeva naročila.



SPOROČILA Z NEUGODNO VSEBINO



ZAVRNITEV REKLAMACIJE

☰ Je skrajni ukrep, ki se ga izogibamo, če le ni neizbežen. Zavedati se moramo, da je bralec slabe volje in bo še bolj, ko ugotovi, da je bil ves njegov trud in čas, ki ga je porabil za reklamacijo, zaman. Indirektni koncept je tu primernejši od direktnega.

- Za začetek navedemo dejstva, glede katerih se z bralcem strinjamo.
- ☞ Izogibamo se spornim točkam in ne izdamo takoj končne odločitve.
- V nadaljevanju navedemo dejstva o opravljenem poslu.
- Ne pridigamo, ne očitamo, ne valimo krivde na bralca.
- Ko bralcu previdno povemo, da ne priznamo reklamacije, ne dovolimo niti sence dvoma, da odločitev ni dokončna.
- V sklepnih besedah naj ne bo sledi o tem, da smo reklamacijo zavrnil.
- Nikar se ne opravičujemo.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

PREPRIČEVALNA SPOROČILA

✉ Namen sporočil te narave je v tem, da vplivajo na bralca in njegova stališča ter prihodnja dejanja. V vsakem pismu, s katerim želimo prepričati, svoje možnosti za uspeh seveda bistveno izboljšamo, če vemo, kaj motivira bralca.

✉ **J. Hamilton Jones** v tem primeru predlaga pristop **AIDA**:

☐ Attention (pridobimo pozornost bralca),

☐ Interest (vzbudimo zanimanje bralca),

☐ Desire (ustvari se želja bralca),

☐ Action ali Agreement (vzpodbudimo akcijo ali soglasje bralca).

V to skupino nedvomno v prvi vrsti spadajo prodajne ponudbe.



KORISTNI NAPOTKI

Otresimo se zastarele tradicije formalnih pozdravov in zaključkov:

- ☞ Namesto "Spoštovani g. Novak" ali "Dragi gospod"
- Uporabimo raje "DOBRO JUTRO, G. NOVAK" ali "DOBER DAN, TOMAŽ"

 Ne le, da predlaga drugačno nagovarjanje, začetni stavek naj pišemo z velikimi tiskanimi črkami.

 Tudi namesto formalnega zaključnega pozdrava avtor postreže s svežimi idejami:

- ☞ Namesto "S spoštovanjem, vaš...." ali "Z najboljšimi željami...."
- Uporabimo raje "ŽELIM VAM SIJAJNO POSLOVNO LETO"



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT




EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

KORISTNI NAPOTKI



Izogibajmo se negativnemu tonu:

 Namesto "Ne moremo vam povedati, kako zelo obžalujemo, da ste ravno v naši trgovini naleteli na dva neprijazna uslužbenca. Zagotavljamo vam, da v prihodnje ne bo več prihajalo do takšnih nevšečnosti".

- Uporabimo raje "Popolnoma prav imate. Kadarkoli nas obiščete, si vsekakor zaslužite takojšnjo in vljudno postrežbo. Zahvaljujemo se vam, da ste nas opozorili na raven naših storitev. S tem ste nam pravzaprav naredili uslugo".



KORISTNI NAPOTKI

Izogibajmo se besedama "nikakor ne"

- ☞ NAPAČNO: "Naše podjetje nikakor ne more ustreči vašemu zahtevku"
- PRAVILNO: "Žal smo morali vaš zahtevek odkloniti"

Zloraba zahvale v sklepnem stavku:

- ☞ NAPAČNO: "Zahvaljujem se vam vnaprej, da ste si vzeli čas"
- PRAVILNO: "Upam, da si boste vzeli čas"

☰ Nikoli se ne zahvaljujmo vnaprej. Takšno zahvaljevanje je domišljavo in nepotrebno.

- ☞ NAPAČNO: "Vnaprej se zahvaljujem za vaše naročilo"
- PRAVILNO: "Upam, da boste naročili"



KORISTNI NAPOTKI

Rokopis

- Z roko napisane opombe v poslovnem pismu pritegnejo veliko pozornost. Zaradi rokopisa je dopis bolj oseben.

Dolžina stavka

- Stavki naj bodo kratki in jedrnati, da obdržimo zanimanje bralca. Najbolj učinkovita je dolžina desetih besed.

Sklepni del pisma

 Za različna pisma so potrebni različni sklepni deli.


| | | |
|---------------|--|---------------|
| Pismo "ne" | prijazen sklepni del, ki dopušča upanje | |
| Pismo "da" | sklepni del, ki še enkrat spominja na vzpodbudno mnenje in je usmerjen | v prihodnost. |
| Prepričevalno | sklepni del naj vsebuje poziv k akciji | |



KORISTNI NAPOTKI

Podpis

 Večinoma sploh ne pomislimo na to, kako podpisujemo pisma, vendar je tudi to vredno pozornosti.

 črna barva (avtoritativna, namiguje na moč in oblast)

- modra (zaupanje) ali rdeča (vzbuja pozornost)
- barva, ki se ujema z glavo našega pisma
- z imenom, kajti s tem bralcu damo priložnost, da nas kliče po imenu (podobno tikanju).

Pripis ali P.S.

- Ta vedno deluje, zato ga J. Hamilton Jones priporoča. Nekatere raziskave so pokazale, da je ravno pripis tisti del pisma, ki ga najprej preberemo. Priporočljivo je, da ga uporabljamo in dodobra izkoristimo njegov učinek.







REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

ŠE ZADNJI

Ovojnice in pisemski papir

-  73 % vseh pisem razposlanih v belih ovojnicah
-  Če želimo biti drugačni in bolj zanimivi, se lahko poslužujemo drugih barv
-  najučinkovitejša barva slonokoščena;
-  Za prodajo in promocijo pridejo v poštev ovojnice živih barv, ki za običajna poslovna pisma niso praktične.



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT



EVROPSKA UNIJA
EVROPSKI
SOCIALNI SKLAD
NALOŽBA V VAŠO PRIHODNOST

ZA KONEC

 HVALA VAM ZA VAŠO POZORNOST.