

Potęga jednego e-maila



**Jak wykorzystując
e-mail zdobyć pracę,
kontakty, klientów,
partnerów...**

Niniejszy ebook jest **własnością prywatną.**

Niniejsza publikacja, ani żadna jej część, nie może być kopiowana, ani w jakikolwiek inny sposób reprodukowana, powielana, ani odczytywana w środkach publicznego przekazu bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej publicznego udostępniania w Internecie, oraz odsprzedaży zgodnie z [regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli](#).

© Copyright for Polish edition by [ZloteMysli.pl](#)

Data: 04.04.2006

Tytuł: Potęga jednego e-maila

Autor: Sebastian Schabowski

Wydanie I

ISBN: 83-7494-072-7

Projekt okładki: Marzena Osuchowicz

Korekta: Sylwia Fortuna

Skład: Anna Popis-Witkowska

Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli

Złote Myśli s.c.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: www.ZloteMysli.pl

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

Dedykuję Rodzicom

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
CZEGO MOŻNA DOKONAĆ WYSYŁAJĄC E-MAILA?	6
SPECYFIKA LISTU ELEKTRONICZNEGO	8
<u>Odbiorca znajdzie dla Ciebie czas</u>	10
<u>Wielka szansa autoprezentacyjna</u>	10
<u>Tak niewiele, a tak wiele</u>	14
PISZEMY E-MAILA	16
<u>Z jakiego adresu wysłać?</u>	18
<u>Na jaki adres?</u>	19
<u>Temat - jak uniknąć zaklasyfikowania listu do SPAMu i wyrzecz dobre wrażenie</u>	21
<u>Treść</u>	24
<u>Rozpoczynanie listu</u>	24
<u>Jak dobrać treść do odbiorcy?</u>	25
<u>Dowiedz się więcej o odbiorcy - Google.com</u>	27
<u>Emotikony i skróty - używać czy nie używać? - oto jest pytanie</u>	29
<u>Dobór języka</u>	32
<u>Długość listu, układ tekstu, załączniki</u>	34
<u>Analiza od strony odbiorcy</u>	37
<u>Nie bądź ponurakiem, czyli o potędze humoru</u>	39
<u>Unikanie sabotowania własnych wypowiedzi</u>	41
<u>Słowa zwiększające skuteczność komunikacji</u>	43
<u>Stawianie pytań</u>	50
<u>Cytowanie cudzych wypowiedzi i opowiadanie historii</u>	51
<u>Podawanie powodów i motywów swoich działań</u>	53
<u>Istota e-mailowego wywierania wpływu</u>	55
<u>Istota e-mailowego wywierania wrażenia</u>	61
<u>Zakończenie listu</u>	67
<u>Przeczytaj zanim wyślesz!</u>	68
INNE WAŻNE ASPEKTY ELEKTRONICZNEJ KORESPONDENCJI	70
<u>Błyskawiczne udzielanie odpowiedzi - powiadomienie SMSem i WAP</u>	70
<u>Ponawianie e-maili</u>	72
<u>Symulacja odpowiedzi</u>	74
<u>Wersja optymistyczna</u>	74
<u>Wersja średnia</u>	75
<u>Wersja pesymistyczna</u>	76
<u>Odpowiadanie i cytowanie</u>	77
<u>Przesyłanie dalej</u>	80
<u>Segregowanie poczty</u>	82
STARANIE SIĘ O PRACĘ, WSPÓLPRACĘ	84
E-MAILE Z POMYSŁAMI, PROPOZYCJAMI, UWAGAMI, OPINIAMI	88
BIBLIOGRAFIA	90

Wstęp

Drogi Czytelniku!

Prawdopodobnie używasz już poczty elektronicznej. Jeśli chcesz z niej korzystać z jeszcze większym powodzeniem – moja książka przeznaczona jest właśnie dla Ciebie.

Jej zadaniem jest pomóc Ci tworzyć lepsze listy elektroniczne, bez względu na to, do kogo i w jakiej sprawie piszesz.

Książka pokazuje, jak skutecznie formułować prośby, propozycje i zdalnie kreować swój wizerunek. Zawiera wiele porad dotyczących wszystkich etapów elektronicznej korespondencji. Są one, w zdecydowanej większości, wynikiem mojego doświadczenia w skutecznym pisaniu e-maili.

Mam nadzieję, że po jej przeczytaniu i zastosowaniu zawartych w niej wskazówek, odczujesz poprawę efektywności swojej elektronicznej komunikacji i odniesiesz wiele sukcesów, których początkiem będzie jeden skuteczny e-mail.

Czego można dokonać wysyłając e-maila?

Co możesz spowodować klikając „Wyślij” w swoim małym „Centrum Zarządzania Światem”, zlokalizowanym Gdziekolwiek? Otóż Ktoś, zlokalizowany również Gdziekolwiek, może podjąć zasugerowane mu działania, które będą dobre dla Ciebie i dla innych ludzi. Możesz również przekazać najcenniejszy „towar” XXI wieku, czyli *informację*. Czy to wiele? Trudno o więcej!

A teraz podam kilka przykładów pokazujących, czego można dokonać i co zyskać, wysyłając e-maila:

1. nawiązać kontakt z ważną dla Ciebie osobą,
2. zacząć współpracę z czasopismem czy serwisem internetowym,
3. otrzymać pracę,
4. wykonywać pracę – np. przeprowadzając wywiady, wysyłając swoje programy czy artykuły,
5. wywołać uśmiech i pozytywny stan emocjonalny bliskiej Ci osoby, choćby była na drugim końcu świata,
6. skłonić kogoś do zmiany zdania,
7. skutecznie zasugerować komuś poprawienie czegoś,
8. zadać pytanie i uzyskać odpowiedź, która jest dla Ciebie na wagę złota,
9. złożyć skuteczną reklamację i odzyskać to, co Ci się należy,
10. zbudować swój wizerunek w oczach odbiorcy,

Czego można dokonać wysyłając e-maila?

11.docenić czyjeś starania,

12.wywołać „trzecią wojnę światową” (jak jej nie wywołać, dowiesz się w dalszej części książki ;)

Z czasem będziesz mógł samodzielnie dopisać do tej listy wiele innych mniejszych lub większych dokonań wynikających, tym razem, z Twojej e-mailowej działalności.

Coraz częściej, czy tego chcemy czy nie, nieumiejętność pisania e-maili ograniczy nasze możliwości komunikacji. W dobie globalizacji i coraz szybszego tempa życia prawdopodobnie zacznie obowiązywać zasada: *„nie wyślesz, to stracisz, a na pewno nie zyskasz”*.

Z moich obserwacji wynika, że wciąż niewielu ludzi wie, jak łatwo można nawiązać współpracę z gazetą branżową, wortalem poświęconym ich pasji, czy też jak skuteczna może być prośba o zmianę jakiegoś irytującego Cię elementu rzeczywistości, skierowana do osoby, która ma na to wpływ.

Chciałbym, żebyś poczuł, że to naprawdę działa!

Specyfika listu elektronicznego

Zanim skupimy się na sytuacjach, w których list elektroniczny jest dobrym rozwiązaniem, omówię jego specyfikę i powiem, *kiedy nie warto go stosować*.

Przede wszystkim nie warto pisać e-maila, kiedy potrzebujesz uzyskać *natychmiastową odpowiedź*. Wtedy po prostu zadzwoń. Jeśli nie masz numeru telefonu, możesz wysłać list elektroniczny z nadanym priorytetem „Pilne”. Nie daje Ci to jednak żadnej gwarancji na uzyskanie szybkiej odpowiedzi.

Drugi rodzaj sytuacji, w których nie warto pisać e-maila, to *przekazywanie informacji poufnych*. Jeśli absolutnie nie chcesz, żeby ktokolwiek miał dostęp do informacji, którą przekazujesz, najlepiej będzie spotkać się osobiście, względnie zadzwonić. E-mail nie jest w stu procentach bezpiecznym środkiem komunikacji – zawsze istnieje ryzyko, że ktoś zajrzy odbiorcy przez ramię lub on sam prześle dalej Twój list, do osób, którym wcale nie chciałbyś przekazać danych informacji.

Poza tymi dwiema sytuacjami, **list elektroniczny jest praktycznie „dobry na wszystko”**, począwszy od życzeń noworocznych, poprzez aplikowanie o pracę, omawianie i załatwianie spraw bieżących, pozdrowienia z wakacji, aż po rozpoczynanie poważnej współpracy z wielkimi tego świata.

Dobrze napisany e-mail nie tylko przekazuje informacje, lecz także daje poczucie satysfakcji z tworzenia. **Może nawet być małym dziełem sztuki** :).

Dodatkowo, korzystanie z tego sposobu komunikacji jest wygodne dla odbiorcy – e-mail nie wymaga natychmiastowej odpowiedzi, można się zastanowić i spokojnie ją przygotować. Umożliwia również pełniejsze przedstawienie wszystkich argumentów i aspektów danej sprawy, w związku z czym decyzje podjęte pod wpływem listu elektronicznego są zwykle celniejsze niż te podejmowane na gorąco np. w rozmowie telefonicznej.

E-mail daje także pole do popisu, jeśli chodzi o wywieranie wrażenia i wpływu na innych. Omówieniem tych dwóch bardzo ciekawych aspektów zajmę się w dalszej części książki.

Teraz zaprezentuję trzy główne cechy charakterystyczne e-maila, które czynią go tak wyjątkowym środkiem komunikacji. Są to:

- *fakt, że odbiorca znajdzie dla Ciebie czas,*
- *ogromne możliwości kształtowania swojego wizerunku w jego oczach,*
- *wysłanie listu praktycznie nic nie kosztuje, a może przynieść ogromne korzyści.*