



همه ما در زمان نگارش و ارسال ایمیل‌ها دچار اشتباهاتی می‌شویم. اما بعضی مواقع اشتباهات کوچک ممکن است پیامدهای بزرگ و ناگواری به همراه داشته باشند. به گونه‌ای که نه تنها ممکن است قراردادی را از دست بدهید بلکه ممکن است شغل خود را نیز از دست بدهید.

پست الکترونیک در هر مکانی در اختیار ما قرار دارد و بسیاری از ما روزانه صدها یا شاید هزاران ایمیل را دریافت کرده یا ارسال می‌کنیم. اما در بسیاری از موارد ممکن است ایمیل‌هایی که دریافت یا ارسال می‌کنیم حاوی اشتباهاتی باشند که به اعتبار برند تجاری یا کسب‌وکار ما خدشه وارد کنند. در موارد جدی‌تر این اشتباهات ممکن است باعث از دست رفتن یک قرارداد تجاری مهم شوند. برای آن‌که اطلاع پیدا کنید چه اشتباهات فاحشی ممکن است اعتبار ما را زیر سوال ببرند به سراغ ناسی فریدمن کارشناس سرویس مشتریان رفتیم و از او درباره پنج اشتباه بزرگ و رایج ایمیلی سوال کردیم.

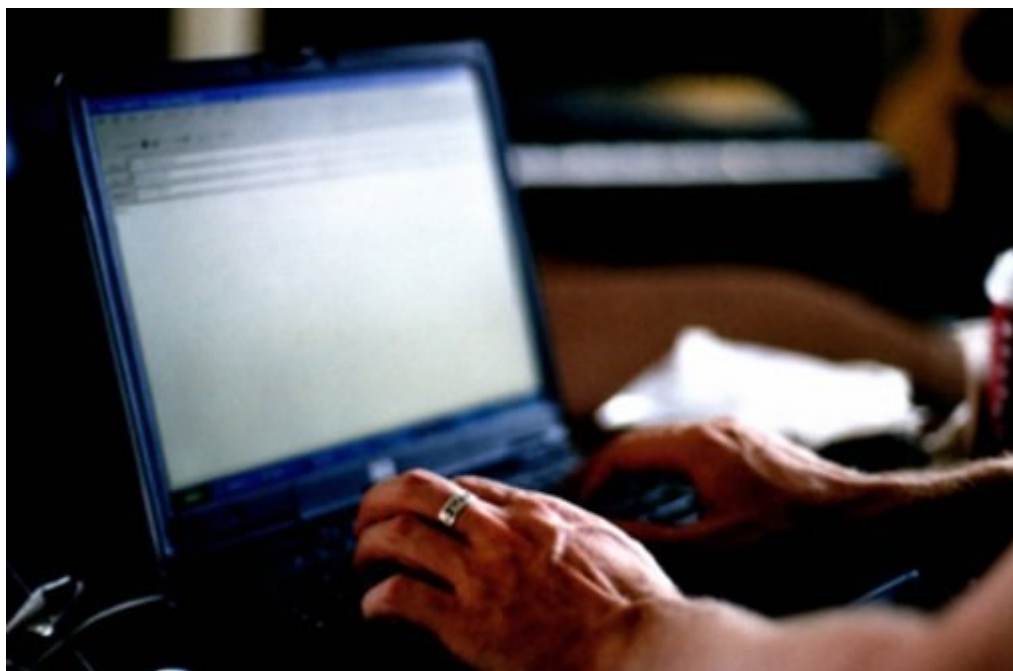
مطلب پیشنهادی



ابزارهای شناسایی مدیران ضعیف
۵ علامتی که نشان می‌دهند مدیر شما ضعیف است

گرامر و هجای ضعیف

بله ما گاه و بی‌گاه چنین اشتباهاتی را مرتکب می‌شویم. به ویژه زمان‌هایی که قصد داریم ایمیل‌ها را در آخر شب ارسال کنیم. (دلیل محکم دیگری که نشان می‌دهد ایمیل‌های حرفه‌ای و جدی را نباید هیچ‌گاه در اواخر شب ارسال کنید.) گرامر و هجای ضعیف باعث نارضایتی و شکایت گیرنده می‌شود. به دلیل این‌که به شما اعلام خواهد داشت چرا پیش از ارسال ایمیل آن‌را ویرایش نکرده‌اید و چرا کلمات را به اشتباه نوشته‌اید. مشابه چنین اشتباهاتی در زبان فارسی در ارتباط با نحوه اشتباه نوشتن کلمات و عدم رعایت اصول نگارشی در برخی موارد قابل توجه است.



در زبان انگلیسی ممکن است واژه Your را به جای you're یا their و there را به جای they're مشاهده کنید. همچنین سه واژه to, too, two در بسیاری از موارد به اشتباه به جای یکدیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند. متن درون ایمیل‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است. به ویژه زمانی که در نظر دارید احساس خوبی را به گیرنده منتقل کنید. اگر در انتقال پیام خود اطمینان ندارید بهتر است از یک متن کوتاه استفاده کنید. کوتاه بودن متن به شکل قابل توجهی زمان مطالعه ایمیل شما را کوتاه می‌کند. تغییر سریع جملات و به کارگیری کلماتی که تفاوت‌ها را به خوبی نشان می‌دهند یک هنر منحصر به فرد است. برای تسلط بر چنین شیوه نامه‌نگاری بهتر است مهارت‌های خود را در ارتباط با انتخاب درست کلمات افزایش دهید.

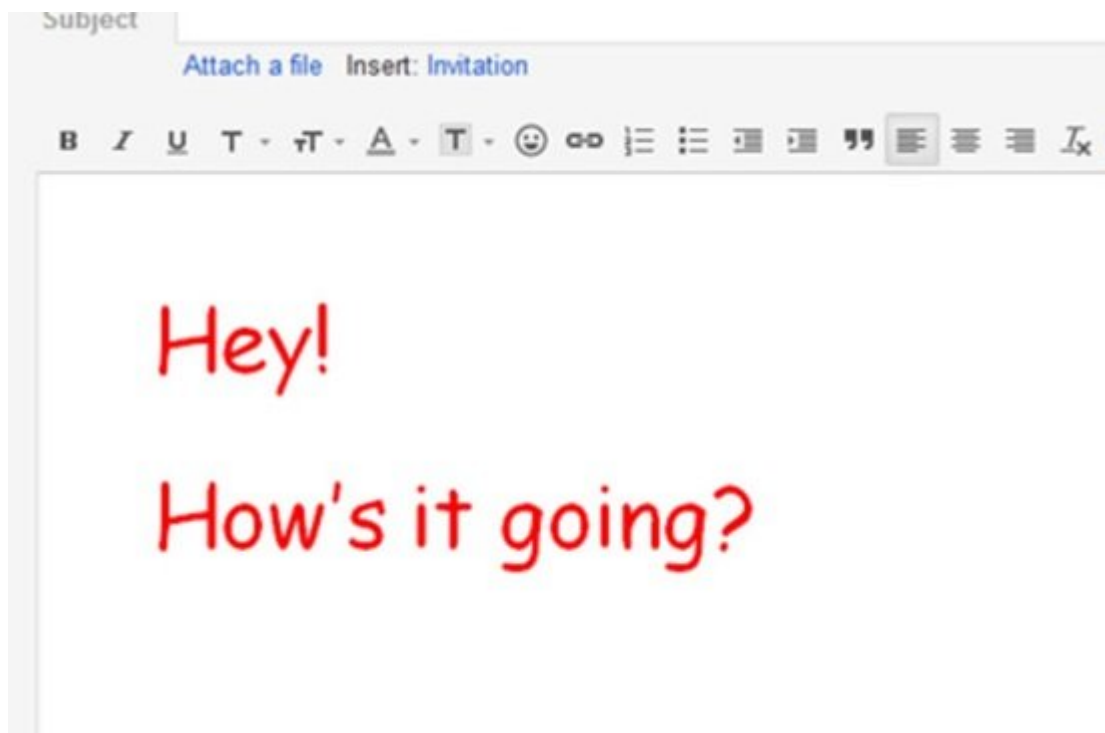
مطلب پیشنهادی



درس بزرگ موفقیتی از زبان یکی از موفق‌ترین مدیران کسب‌وکار چگونه با استفاده از استراتژی ساده استیو جابز به خواسته‌هایمان برسیم

به‌کارگیری عناوین اشتباه

بدون اغراق همه ما باید به این اشتباه خود اعتراف کنیم. عنوان درست و دقیق یک ایمیل به ویژه در ارتباطات با موضوعات جدید همانند نسیم فرح‌بخشی است که به سمت گیرنده فرستاده می‌شود، پیش از آن‌که به ایمیل شما پاسخ دهد. در زمان نگارش عنوان ایمیل سعی کنید در انتهای عنوان اشاره‌ای به محتوای ایمیل داشته باشید. این کار حسن نیت شما را نشان داده و درک پیام شما را ساده‌تر می‌کند.



اختصار و کوتاه‌نویسی یک فضیلت است

ارسال پیام‌های طولانی در یک ایمیل اگر نگوییم یک گناه است، بهتر است بگوییم یک اشتباه بزرگ است. ایمیل‌های طولانی باعث سردرد می‌شوند. برای اجتناب از بروز چنین مشکلی بهتر است متن‌های طولانی را درون یک ضمیمه قرار داده و در ایمیل خود به این موضوع اشاره کنید. یک قاعده کلی در این زمینه وجود دارد ایمیل شما باید به گونه‌ای آماده شده باشد که خط امضا شما بدون نیاز به پیمایش صفحه به خوبی قابل مشاهده باشد.

مطلب پیشنهادی



چگونه موفق شویم
چرا برای رسیدن به موفقیت باید خواندن مقالات موفقیتی را متوقف کنیم؟

ایمیل‌ها را به سرعت پاسخ ندهید (همانند سرعت نور!)

پاسخ سریع به ایمیل‌ها به خوبی نشان دهنده این موضوع است که شما تمام وقت آنلاین هستید. پاسخ سریع به ایمیل‌ها ممکن است این ذهنیت را نزد مشتریان به وجود آورد که هیچ‌گونه تاخیری را از سوی شما در پاسخ‌گویی به ایمیل‌ها قبول نکنند. در حالت کلی بهتر است ایمیل‌ها با یک روز تاخیر و با شروع زمان کاری بعدی ارسال شوند. در طول ساعات کاری بهتر است سرویس ایمیل خود را به گونه‌ای تنظیم کنید که برای مشتری پیغام "ایمیل شما دریافت شد، به زودی پاسخ خواهیم داد" را ارسال کند. به ویژه اگر ارسال‌کننده ایمیل فرد مهمی است. با استفاده از این تکنیک به دریافت‌کنندگان پیام‌های خود نشان می‌دهید که برای آن‌ها ارزش قائل هستید و در اولین فرصت به آن‌ها پاسخ خواهید داد.



پاسخ‌گویی گروهی به ایمیل‌ها

در روزهای اولیه پیدایش ایمیل، پاسخ‌گویی گروهی به ایمیل‌ها رویکرد جالبی به نظر می‌رسید. اما امروزه این رویکرد دیگر قابل قبول نیست. ارسال ایمیل همانند یک چت نیست که بتوانید ایمیل یکسانی را برای افراد متعددی ارسال کنید. به واسطه آن‌که مشکلات خاص خود را دارد. به علاوه در بسیاری از موارد دریافت کنندگان ایمیل تمایلی ندارند، آدرس و نام آن‌ها در معرض دید دیگران قرار گیرد. حتی بسیاری از شرکت‌های بزرگ و نشریات نیز همین اشتباه را مرتکب می‌شوند و ایمیل‌های عمومی را حتی برای مشتریان خاص خود نیز به این شکل ارسال می‌کنند. مشکل دیگر این رویکرد این است که ممکن است اسم فردی از قلم افتاده و ایمیل برای او ارسال نشود. در نتیجه عصبانیت این فرد را به همراه خواهد داشت.

مطلب پیشنهادی



منابع آموزشی رایگان منابع آنلاین رایگانی که شما را یک طراح وب می‌کنند

اگر در زمان نگارش ایمیل‌ها تمرکز بیشتری به خرج داده و به قوانینی این چنینی توجه کنید، اشتباهات ایمیلی شما به حداقل رسیده و پیام خود را به خوبی به مخاطب منتقل می‌کنید. همچنین در زمان ارسال پیام‌های خود به این نکته توجه داشته باشید که پیام‌های شما تا چه اندازه خصوصی هستند؟ آیا ریسک شما ایمیل‌ها را مشاهده خواهد کرد؟ ایمیل‌ها به لحاظ قانونی مشکلی ندارند؟ بهتر نیست در اولین ارتباط پیام خود را رودر منتقل کنید؟ به ویژه در این مقطع زمانی که ایمیل‌های شرکت‌ها به راحتی هک شده و ایمیل‌ها در هر مکانی حتی در ماشین‌ها نیز مطالعه می‌شوند. در نتیجه از ایمیل شما ممکن است برداشت‌های متفاوتی شکل گرفته یا حتی شایعاتی منتشر شوند. در نهایت به این موضوع فکر کنید که هدف و انگیزه شما از ارسال یک ایمیل چیست؟

تاریخ انتشار:
12 فروردین 1396

نشانی منبع: <https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/7365>