

كتابة مسوودة
رسالة بريد إلكتروني



obeikandi.com

إن إرسال رسالة بريد إلكتروني أمرٌ غايةً في السهولة، بحيث لا يبدو في بعض الأحيان أنه يمتُّ إلى الكتابة بصلةٍ على الإطلاق غير أن عليك أن تولي المراسلات الإلكترونية من الاهتمام ما توليه للرسائل والمذكرات والتقارير، وسنتناول هنا بعض المشكلات النموذجية والإجراءات التي يمكنك اتخاذها لكي تجعل رسالتك الإلكترونية أكثر فاعلية

مشكلات شائعة

غدا البريد الإلكتروني اليوم الطريقة السائدة للتواصل في الكثير من الشركات والمؤسسات، وذلك بسبب سرعته، وسهولته، وانخفاض كلفته. ومع ذلك فإن هذه المزايا سببت عدداً من المشكلات لمن يعملون في المراسلات التجارية وللشركات التي ينتمون إليها. من هذه المشكلات:

- أن الموظفين باتوا يبدؤون أوقاتهم بإرسال رسائل لا داعي لها ولا صلة لها بالعمل.
- أن كثيراً من رسائل البريد الإلكتروني تُكتب على عجل وبغير روية.
- أن البعض يسيء استعمال البريد الإلكتروني بكتابة رسائل عاطفية أو غير لائقة بالعمل التجاري الجاد.

- أن الرسائل الإلكترونية قد توجّه أحياناً إلى عناوين غير دقيقة، فتضلُّ طريقها إلى جهاتٍ غير معنيةٍ بالأمر، مع ما يترتب على ذلك من نتائج غير محمودة في بعض الحالات.
- أن بعض رسائل البريد الإلكتروني تُقرأ قراءةً سريعة، فيفوت المتلقي تفاصيل قد تكون هامة.

وبإمكان الجهات التي تتعامل برسائل البريد الإلكتروني تبادلي هذه المشكلات بالتزام المبادئ السليمة في كتابة مثل هذه الرسائل.

ابدأ ببيت القصيد (أي بصلب الموضوع)

الجملة الرئيسة هي صدر رسالتك الذي ينبغي أن يكون أخذاً يثير اهتمام القارئ وفضوله، تأنّ إذاً في كتابة الجملة الرئيسة التي تحمل الصفات الأربع التالية:

- أن تستغرق الفكرة المقصودة تماماً «عدّل موعد الاجتماع الخاص بالمبيعات إلى الساعة الثالثة من بعد ظهر يوم الجمعة».
- أن تتضمن ما يطلبه المرسل من عملٍ أو استجابة «من الضروري تسلّم ملاحظاتكم قبل الساعة الرابعة من بعد ظهر اليوم».
- أن تكون واضحةً من غير إطالة «هل الغداء غدًا؟»

- أن تتيح للقارئ حفظ رسالتك واسترجاعها بسهولة عند الحاجة
(«تقرير المشروع الشامل الخاص بـ جون»)

فإذا كانت الجملة الاستهلاكية عامة جداً أو مبهمه غفل القارئ عن إدراك المقصد، وإذا كانت جوفاء لا معنى لها حذفها وتجاوزها. واذكر دوماً أن كبار أصحاب الأعمال يتلقون ما بين 50 و 100 رسالة إلكترونية يومياً. وهذا يستدعي منك - لكي تكون على ثقة من أن رسالتك قد قُتحت وقُرئت - أن تُبرز رسالتك وتجعلها جذابةً موحية من اللمحة الأولى.

لا تضمّن رسالة إلكترونية واحدة أكثر من موضوع واحد تعامل مع كل رسالة إلكترونية باعتبارها حزمة مترابطة من المعلومات - للاستفسار، وإبداء الرأي، ونقل الأخبار إلخ، ولن تكون رسالتك مترابطة يجب أن تقتصر على تناول أمر واحد، فذلك ينطوي على ميزات:

- يكون المتلقي أكثر تمثلاً واستجابة لأمر واحد.
- يكون المتلقي أكثر استعداداً لتحويل الأمر الواحد إلى الجهة المعنية دون تكلف العنت في التعامل مع رسائل أخرى قد لا تصلح لاطلاع جميع القراء.

ماذا عساك أن تفعل

نقاط عمياء

عَهْدٌ سِنْدِي بزملائها في العمل أنهم متعاونون، إلا أنها تلاحظ الآن أنهم لا يستجيبون تماماً لما تطلبه منهم، ولا تعرف لذلك سبباً فمِنذ أسبوعين بعثت بالبريد الإلكتروني إلى أعضاء فريق العمل خلاصةً للاجتماع، وضمنته ملاحظةً تحدد صباح يوم الجمعة موعداً لاجتماع أعضاء الفريق، لكنها فوجئت يوم الجمعة بحضور شخصين فقط، وفي الأسبوع التالي بعثت سيندي من جديد رسائل إلكترونية إلى أفراد الفريق جميعاً تعلمهم هذه المرة بالتقارير الشهرية. وضمنت رسالتها ملاحظةً عن مديرين تنفيذيين زائرين يزمعون حضور اجتماعات هيئة العاملين، وبدا أعضاء الفريق مدهوشين عندما وجدوا أن نائب رئيس المؤسسة لشؤون المبيعات قد حضر الاجتماع التالي. ترى هل يتعمد زملاء سيندي تجاهلها؟ أم أنها غير قادرة على الوصول إليهم بطريقة صحيحة لا أكثر ولا أقل؟

ماذا عساك أن تفعل لو كنت مكانها؟

حدد غرض رسالتك بوضوح

انقل غرضك إلى القارئ مباشرةً في مستهل الرسالة، وأطلعته على فحواها: هل هي دعوة إلى اتخاذ إجراء، أو طلب للمعلومات، أو مشاركة في المعلومات، أو تقديم اقتراحات أو توصيات.

أوجز واستعمل المرفقات

تتطلب الرسائل الإلكترونية الطويلة من المتلقي زلق أجزاء الوثيقة على الشاشة لقراءتها، وهو عمل قد يجده المتلقي مزعجاً لذا يحسن أن تجعل رسائلك الإلكترونية قصيرة دوماً. فإن كنت لا محالة مرسلًا رسالةً طويلةً فاجعلها وثيقةً مرفقة، لا نصًّا أساسياً، واستعمل الرسالة الإلكترونية لإعلام القارئ عن موضوع المرفق باختصار، ولتوجيهه إلى ما يترتب عليه أن يفعل مثال:

مرحباً شارلين

أرفق لك مسودتي الأولى لتقرير استطلاع الزبائن.

أرجو الاطلاع وإبداء الرأي والإعادة قبل يوم الخميس،

وشكراً، هوارد

ضع من تخاطبه نصب عينيك دائماً

إذا كتبت إلى أصدقائك أو إلى صنوانك وخاصتك، فبإمكانك الابتعاد عن الخطاب الرسمي بقدر ما تشاء، أما إذا كتبت إلى شخصية رفيعة أو إلى زبون، فاجعل رسالتك الإلكترونية تبدو كمذكرة احترافية موجزة، طوع لهجتك ولغة خطابك تبعاً لمكانة القارئ الاعتبارية.

اجعل قالب الرسالة بسيطاً

ليس بإمكانك، في سياق رسائل البريد الإلكتروني، أن تتحكم في شكل الرسالة عند ظهورها على شاشة المتلقي. لذا لا تتوقع أن تحافظ رسالتك على شكلها الجميل في عملية النقل. استعمل الحروف الكبيرة للعناوين ولأغراض التوكيد (ولا تستعملها في كتابة كامل الرسالة، فذلك يُعدُّ صوتاً مرتفعاً غير مستحب). اترك فراغات بيضاء تعين القارئ على إدراك مضمون الرسالة بسرعة؛ إذ من الصعب قراءة نصوص طويلة متلاصقة.

اطّلع على سياسة شركتك في تنظيم رسائل البريد الإلكتروني

في مقابل الفوائد الجمّة لرسائل البريد الإلكتروني، فإنها ربما تجعل الشركة أو المؤسسة عرضةً للمساءلة القانونية بتهم المضايقة والتشهير، من أجل ذلك يتخذ كثير من الشركات سياسةً تحدد الخطوات العريضة لاستعمال البريد الإلكتروني في العمل، تحقق أن لدى شركتك مثل هذه السياسة.

اعرف متى لا يحسن التواصل برسالة إلكترونية

لعلّ البريد الإلكتروني هو الطريقة المفضّلة للتواصل لدى الكثير من المؤسسات، غير أنه ليس الأسلوب الأمثل في جميع الأوقات

96 _____ فن الكتابة التجارية

فإضافةً إلى ضرورة اتباع سياسات شركتك في التعامل مع البريد الإلكتروني، يحسن مراعاة المقترحات التالية:

- لا تستعمل البريد الإلكتروني لإرسال رسائل ذات صفة شخصية أو خاصة، أجز اتصالاتك الشخصية هاتفياً أو باللقاء وجهاً لوجه.

- رتب لعقد لقاءٍ شخصي وجهاً لوجه عندما يظهر لك أن التراسل بالبريد الإلكتروني لم يُجد كثيراً، فإذا عثر على أن الأخذ والرد استمر دون الوصول إلى نتيجة مثمرة، فإن من الأنفع أن ترفع سماعة الهاتف وتضرب موعداً للقاء. والقاعدة العامة في هذا المقام تقضي بالألا تتبادل أكثر من أربع رسائل.

- ألغ الرسائل المكررة التي ترد بالجملة، ولا تحوّلها.

كن حذراً، وخاصة عند التعبير في رسالتك الإلكترونية عن مشاعر عاطفية، فالاحتمال قائم في أن يساء تفسير روح الفكاهة وكذا النقد، وقد تتأجج مشاعر الغضب أكثر فأكثر، فإذا كنت غير مطمئن تمام الاطمئنان إلى حسن تقبل الفريق الآخر لمقصدك، فلا تبعث الرسالة، واستبدل بها لقاءً شخصياً أو مكالمة هاتفية، فذلك أفضل.

نصائح لكتابة رسالة إلكترونية

- اسلك رسالتك الأساسية في الجملة الاستهلاكية لكي تطمئن إلى أن المتلقي لم يصدف عن رسالتك.
- أوجز رسالتك. حاول وضع كل المعلومات ذات الصلة على الشاشة الأولى.
- لا تتناول أكثر من موضوع واحد في الرسالة الواحدة.
- نقح رسالتك قبل إرسالها.
- لا تبعث برسالة إلكترونية وأنت في حال الغضب. ومعيارك هنا أن تسأل نفسك: هل بإمكانني أن أوجه رسالتي ذاتها إلى الشخص المخاطب وجهاً لوجه؟ فإذا كان الجواب «لا»، فلا ترسلها إلكترونياً.
- عند تحويل رسالة إلى متلقٍ جديد، راجع موضوع الرسالة الأساسي، وانظر: هل سيتفهم القارئ الجديد الموضوع؟ أدخل بعض التعديلات إذا لزم الأمر.
- اختتم رسائلك بعبارات من قبيل «المخلص» أو «تحياتي» في المراسلات الخارجية، أو باتباع تعليمات مؤسستك في المراسلات الداخلية.

- اطبع عنوان المرسل إليه قبل أن تنقر أمر «إرسال» مباشرة،
فذلك أدعى إلى إرسال رسالة غير منقوصة، وعدم توجيهها
خطأً إلى شخص آخر.
- استعمل المراسلات الإلكترونية حصراً مع مَنْ هم بحاجة إليها.

ماذا يمكنك أن تفعل اضبط رسالتك

من المحتمل أن سيندي ليست على اتصالٍ دائمٍ بأعضاء فريقها لأنها تحاول دوماً إغراقهم بفيضٍ من المعلومات في رسائلها الإلكترونية، والقاعدة العامة تقضي بأن تتناول كلُّ رسالةٍ إلكترونيةٍ موضوعاً واحداً فقط، فإذا تعددت الموضوعات في رسالةٍ واحدة، ضاع القارئ في الغالب، وأعرض عن قراءة كامل الرسالة. ولتعلم سيندي أن عليها أن توضح غرضَ رسالتها في السطر الخاص بالموضوع وفي مستهل الرسالة كذلك، فإذا كان غرضها دعوة الأعضاء إلى حضور اجتماع، فلتطلب منهم ذلك مباشرةً، ولتوجز في الطلب، لأن الإيجاز مطلبٌ أساسي لجميع الأطراف.