

Как писать письма с предложением. Техника «Простое «да»».

Сейчас, когда мой блог разросся, а бизнес-проект развивается, я получаю огромное количество писем и сообщений с предложениями о сотрудничестве. Какие-то остаются без внимания, а на какие-то я с радостью отвечаю «да».

Мой отказ никогда не связан с личностью человека, написавшего предложение, но часто обусловлен тем, как составлено письмо. Грамотно написанное письмо (я имею в виду не только орфографию и пунктуацию) – залог успеха и того, что вы получите положительный ответ.

1. Сделайте «домашнюю работу»

Хочу отметить, что очень важно не «состряпать» стандартное письмо, а сначала потратить время на изучение того, к кому вы обращаетесь.

Если это организация, то часто на её официальном сайте уже заданы требования, а иногда опубликована и контактная форма с чёткими указаниями для предложений.

Если вы пишете письмо какому-то человеку, изучите его сайт и страницы в социальных сетях. Как минимум знайте его имя. Безличные письма, начинающиеся стандартным «уважаемый», как правило, остаются без ответа.

Иногда домашняя работа будет включать в себя ваше желание сначала познакомиться с потенциальным адресатом, не предлагая ему сотрудничества. Но здесь будьте осторожны, не дайте этому превратиться в «я ещё не готов» и остановить вас от движения к цели.

2. Будьте максимально конкретны в письме.

Детально опишите то, что вы предлагаете. Из письма сразу должно быть понятно, в чём ваше предложение. Для этого удобно начинать с фразы «я пишу для того, чтобы пригласить/проинформировать/предложить» и т. д.

Опустите ненужные детали и подробности. Оптимально текст письма должен быть полностью виден на мониторе компьютера.

На дополнительные материалы лучше давать ссылку, чем прикреплять файлы в приложении к письму. Это менее тяжеловесно и упрощает жизнь читателю. Ссылка может быть на сайт или на Google doc.

Проверьте себя, дав кому-то прочитать ваше письмо. Спросите, понятно ли, что вы хотите от адресата?

3. Приходите с конкретной идеей.

Берегите время и ресурсы адресата. Потратьте силы на то, чтобы прийти с конкретным предложением. Это в разы увеличит шансы на получение положительного ответа.

Потенциальному спикеру вашего мероприятия не стоит высылать информацию со словами «Всю информацию можно найти в приложении. Что думаете?». Или писать в журнал письмо с формулировкой «Хочу быть вашим автором. С удовольствием напишу текст по вашей тематике. Возможно ли писать для вашего СМИ?»

Создаётся иллюзия, что вы написали письмо с предложением. На самом деле, вы перекинули на другого человека ответственность. Получается, спикер должен сам придумывать тему выступления, а редактор – идеи для ваших публикаций. Вместо этого напишите: «Предлагаю вам выступить на конференции с коротким докладом на тему «Мифы о космосе». Основанием доклада может стать пост в вашем блоге (ссылка на пост). Продолжительность выступления с вопросами – 40 минут. Буду рад обсудить с вами, как наилучшим образом построить презентацию».

Или: «Хочу стать автором вашего журнала. Готова предложить следующие темы для рубрики «Разумное потребление»: интервью с X, обзор мероприятия Y и пять идей того, как можно производить меньше мусора. Идеи основаны на моём личном опыте».

4. Дайте адресату возможность сделать следующий лёгкий шаг, сказав вам простое «да».

Проверьте, можно ли на ваше письмо просто ответить «да»?

Например: «Напишите, интересно ли вам участие и подходит ли вам время конференции. Если да, то я свяжусь с вами, чтобы обсудить детали. Дайте знать, какой способ связи максимально удобен для вас».

Или: «Дайте знать, интересна ли вам какая-то из предложенных мною тем. Я буду рада прислать больше деталей по тому, как вижу структуру текста».