

Sujuvaa asiakaspalvelua sähköpostitse



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Vinkkejä kirjallisen asiakaspalvelun
kehittämiseen



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Marckwort Oy
Benjamin Javne
benjamin.javne@marckwort.fi

Aluksi

Onko asiakaspalvelunne välitöntä ja reipasta kasvotusten, mutta kuivaa ja virallista kirjallisesti? Haetaanko teillä uskottavuutta kapulakielestä ja ammattitermeistä? Onko sähköpostiviestintänne linjassa sen kuvan kanssa, mitä luotte muulla viestinnällänne?

Olen kouluttanut kirjallista asiakaspalveluviestintää kohta kymmenen vuotta ja nämä teemat nousevat useimmiten koulutuksissa.

Kokemukseni mukaan sähköpostiviestintä muistuttaa monessa organisaatiossa morsiuspukua. Vanhaa on virka- tai kapulakieli, uutta on tuttavallinen, puhekieltä myötäilevä tyyli ja lainausta on kirjeitä jäljittelevä tapa kirjoittaa.

Kun puhutaan asiakkaille kirjoitetuista sähköposteista, pääpaino on vuorovaikutuksessa. Virka- tai kapulakielessä on liikaa vaikeita sanoja ja merkityksettömiä fraaseja, joilla on vaikea saada aikaan ihmisten välistä jouhevaa ja ymmärrettävää kommunikaatiota.

Toisaalta liian tuttavallinen tyyli ei myöskään sovi asiakaspalvelusähköposteihin. Puhekieli ja vaikkapa hymiöt sopivat tuttujen väliseen kommunikaatioon. Sähköposti ei myöskään ole kirje, vaikka on lainannutkin siltä elementtejä.

Tässä oppaassa annan vinkkejä asiakaspalveluun sähköpostitse. Toivottavasti niistä on sinulle hyötyä!



Asenne ratkaisee – myös kirjallisessa asiakaspalvelussa

Hyvä asiakaspalvelu vaatii toki taitoa ja tekniikkaa, mutta ilman asennetta niistä ei ole paljoakaan hyötyä. Yksi tärkeä osa asiakaspalveluasennetta on kyky asettua toisen asemaan eli huomioida asiakkaan todellisuus.

Muutama vuosi sitten tiedelehdessä Journal of Cross-Cultural Psychology julkaistiin tutkimus maailman kansojen empatiakyvystä. Empaattisuudella tarkoitettiin tässä tutkimuksessa kykyä asettua toisen ihmisen asemaan ja ymmärtää toisen näkökulmia ja tunteita. Suomi sijoittui 63 maan vertailussa sijalle 57.

(Lähde: Lännen Media 14.10.2016 21:25)

Tulos ei ole meitä kovinkaan mairitteleva ja siksi asiakaspalvelussa on hyvä kiinnittää huomiota myös suhtautumiseen asiakkaisiin ja erilaisiin asiakastilanteisiin.

Varsinkin kirjallisessa asiakaspalvelussa, jossa vuorovaikutteisuus on muita palvelukanavia vähäisempi, asiakkaan todellisuuden huomioiminen saattaa kiireessä unohtua.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Alla vinkki siihen, miten voit pitää viestisi raikkaina rutiinitilanteissakin.

Voit tehdä harjoituksen yhdessä kollegoidesi kanssa.

1. Kerätkää yhdessä lista yleisimmistä asiakkaiden yhteydenotoista.
2. Listatkaa esimerkiksi pareittain omia ajatuksianne näistä yhteydenotoista, mitä ajattelette ja oletatte – kerätkää lista omasta todellisuudestanne.
3. Kerätkää sitten samalla tavalla lista asiakkaan todellisuudesta eli mitä luulette asiakkaan ajattelevan ja olettavan samasta asiasta.
4. Löydätkö ristiriitaisuuksia näiden kahden todellisuuden välillä?
5. Miettikää miten voisitte palvelutilanteissanne paremmin huomioida asiakkaan todellisuuden.

Voitte pohtia esimerkiksi seuraavia asioita:

- Oletatteko liikaa?
- Vastaatteko vain yleisellä tasolla?
- Millaisia sanoja käytätte, ovatko ne varmasti asiakkaillekin ymmärrettäviä?
- Jos käytätte mallivastauksia, niin olisiko niissä viilattavaa?
- Riittääkö pelkkä asian hoitaminen, pitäisikö hoitaa asiakastakin?

Todellinen läsnäolo ja asiakkaan asemaan asettuminen on onnistuneen asiakaskohtaamisen perusta. Se viestii kiinnostuksesta ja antaa asiakkaalle tunteen, että juuri hänen asiaansa hoidetaan. Pidä siis asiakkaan näkökulma aina jalustalla asiakaskohtaamisissa.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Hyvän sähköpostin ainekset

Hyvän sähköpostin ainekset ovat osuvuus , selkeys ja tyyli. Osuvasti kirjoittaen viesti vastaa lukijan tiedon tarpeisiin puhuttelevalla tavalla. Selkeys takaa, että lukija ymmärtää saamansa viestin. Tyyllillä puolestaan luodaan mielikuvia.

Osuvuutta ja tyyliä kannattaa testata ennen viestin lähettämistä.

Tyyliä voit testata lukemalla viestin mielissäsi ja kysymällä: sanoisinko asian samalla tavalla, jos lukija olisikin edessäni?

Jos vastaus on kyllä, niin viestisi tyyli on todennäköisesti kunnossa.

Myös osuvuutta voit testata samalla menetelmällä, lue asiakkaan viesti ja sitten kirjoittamasi vastaus.

Jos viesti ja vastaus kuulostavat keskustelulta, niin ne ovat kohdanneet.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Millainen tyyli sopii meiliin

Asiaan ei ole yksiselitteistä vastausta. Kysymys kuuluukin millainen tyyli sopii sinulle, yrityksellesi ja asiakkaillesi?

Millaisen mielikuvan haluat antaa?

Pohdi aluksi kollegoidesi kanssa millaisen kuvan haluatte yrityksestänne antaa. Listatkaa adjektiiveja, joita toivotte asiakkaidenne teihin liittävän. Keskustelkaa sitten asiakaspalvelutiimissänne millä keinoin voitte kirjoittamalla välittää asiakkaillenne tavoittelemanne mielikuvan.

Lisäksi kannattaa ottaa huomioon millaisten asioiden kanssa olette tekemisissä ja millaisia ovat asiakkaanne.

Tyylivalinta ja mukautuminen

Hieman kärjistäen sähköposti voi olla tyyliltään joko etäinen, läheinen tai tuttavallinen.

Etäinen tyyli viestii lukijalle, että hän asioi yrityksen, ei ihmisen kanssa. Läheinen tyyli puolestaan korostaa asiakkaalle, että hänen asiaa on hoitamassa ihminen. Tuttavallinen tyyli taas luo kuvaa siitä, että nyt asioidaan kaverin kanssa ja siksi se ei useimmiten sovi yritysviestintään.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Sama tyyli ei välttämättä sovi kaikkiin tilanteisiin ja kyky mukautua onkin tärkeä taito asiakaspalvelussa.

Jos esimerkiksi viestit asiakkaalle arkaluontoisista tai ikävistä asioista voi etäisyyden ottaminen olla toimiva ratkaisu. Samoin asiakkaalla ja hänen omalla kirjoitustyyllillään on merkitystä. Jos asiakkaan viesti vaikuttaa kovin viralliselta, etäinen ja virallinen tyyli on keino osoittaa kunnioitusta asiakasta kohtaan.

Useimmiten kuitenkin läheinen kirjoitustyyli on soveliain ratkaisu, varsinkin jos tavoiteltavia mielikuvia pohtiessanne nousi sellaisia sanoja kuten välittävä, asiakkaasta kiinnostunut jne.

Mikä sitten tekee viestistä etäisen tai läheisen tuntuisen? Tätäkin kannattaa harjoitella. Ottakaa porukalla 10 kappaletta esimerkkejä asiakkaittenne kanssa käydyistä sähköpostikeskusteluista ja arvioikaa tuntuuko viesti etäiseltä vai läheiseltä. Kysykää sitten mikä viestissä sai kyseisen tunteen aikaiseksi.

Ainakin seuraavia asioita kannattaa tarkastella:

- Viestien aloitukset ja lopetukset
- Miten ilmaisette tekemistä – passiivissa vai aktiivimuodossa
- Millä sanoilla viittaatte asiakkaaseen eli viestin lukijaan
- Millä sanoilla viittaatte itseenne

Olet jo varsin pitkällä tyylikkäässä sähköpostiviestinnässä jos yrityksesi kirjoitustyyli on tietoinen ja yhdessä sovittu valinta.



Alku on tärkeä

Onnistuneen viestinnän edellytys on kontaktin luominen. Luo kontakti lukijaan viestin alussa ennen kuin menet asiaan: tervehdi, puhuttele, ilmaise yhteydenottosi syy. Älä siis ajattele viestin aloitusta pelkkinä pakollisina fraaseina, vaan mahdollisuutena luoda kontakti lukijaan ja helpottaa viestisi perillemeno.

Kontaktin voit luoda esimerkiksi:

- Kiittämällä
- Positiivisella toivotuksella viestin alussa
- Asiakasta nostamalla

Kiittää voit hyvästä kysymyksestä, nopeasta vastauksesta tai vaikkapa tärkeästä palautteesta. Kiitoksen ei tarvitse olla aina samanlainen kiitos viestistä tai kiitos yhteydenotosta.

Asiakasta voit nostaa monella tavalla. Yleensä asiakas haluaa kuulla olevansa oikeassa, tärkeällä asialla tai että olet samaa mieltä jostakin hänen kanssaan.



Loppu jää mieleen

Samoin kuin viestin alussa kiität viestistä, niin hyviin sähköpostitapoihin kuuluu päättää viesti tervehdykseen.

Varmista kuitenkin lopputervehdyksen osuvuus asiakkaan viestiin. Vastaa ystävällisellä tervehdyksellä ystävälliseen tervehdykseen.

Monesti viestien lopussa näkee sellaisia tervehdyksiä tai toivotuksia, kuten ”yst.terv.”, ”terv.”, ”t.”, tai jopa ”brgd”.

Lopputervehdyksen lyhentäminen korostaa sen kaavamaisuutta. Samalla tervehdyksestä katoavat viimeisetkin rippeet sen uskottavuudesta, eli että viestin kirjoittaja todella tervehtii ystävällisesti.

Viestiin voi lisätä hieman persoonallisuutta ja samalla ehkä piristää viestin lukijan päivää, kun viestin lopuksi toivottaa lukijalle jotakin positiivista.

Lopputoivotus voi olla perinteinen ajankohtaan liittyvä, kuten esim. ”Hyvää joulua!” tai ”Rentouttavaa viikonloppua!”.

Lopputoivotus voi olla myös persoonallinen asiakkaan tilanteeseen tai viestiin liittyvä.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Sanavalinnoilla on merkitystä

Sanavalintojen merkitys korostuu sähköposteissa, koska ei ole muuta keinoa ilmaista asiaa kuin sanat.

Silloin kun hallitsemme jonkin kielen, ymmärrämme myös sanojen välisiä vivahteita. Tuotteesta syntyy erilainen mielikuva, jos kirjoitamme että se on *edullinen* tai se on *halpa*. Mies voi luoda erilaisen mielikuvan aviopuolisostaan käyttämällä sanaa *rouva*, *vaimo*, *eukko* tai *muija*. Jopa pääte saattaa muuttaa merkityksen. Lukijalle syntyy eri mielikuva, kun kirjoitan että olen **suossa** tai olen **suolla**. Ensimmäinen kertoo että olen pulassa ja jälkimmäinen paikasta, jossa olen vaikkapa keräämässä hilloja, lakkoja tai suomuuraimia.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Motivoi lukijaa

Jos haluat toiselta jotain, niin mieti kumpi motivoi häntä enemmän: Mitä sinä tarvitset vai mitä hän saa?

Sanassa *tarvita* ei ole sinänsä mitään vikaa, mutta se korostaa asiakaspalvelijan näkökulmaa. Motivoivampi tapa on kertoa asiakkaalle, mitä hän hyötyy, kun hän tekee jotakin.

Vältä seuraavanlaisia pyyntöjä:

- Tarvitsen, jotta
- Tarvitsen, että
- Tarvitsen jotakin varten

Kerro sen sijaan, mitä teet tai mitä asiakas saa, kun hän toimii pyytämälläsi tavalla.

Muista positiivisuus

Jostakin syystä ilmaisemme monia asioita kielteisesti, vaikka myönteinen vaihtoehto on lyhyempi ja ehdottomasti parempi.

Saatamme esimerkiksi ilmoittaa: ”ei ole aikaa ennen kuin”, ”emme voi vaihtaa ilman kuittia” tai ”hän ei ole vielä tullut lomalta”. Eikö olisi mukavampi tapa kirjoittaa: ”ensimmäinen vapaa aika on”, ”vaihdamme kuittia vastaan” ja ”hän tulee lomalta 30. elokuuta”.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Kiinnitä sanavalinnoissasi huomiota siihen, että kerrot mikä on mahdollista sen sijaan, että kerrot mikä ei ole mahdollista.

Älä pakota

Pakkoa ilmaisevat ja käskeviä sanat antavat viestille ikävän sävyn. Verot on pakko maksaa, mutta muuten asiakkaan on harvemmin pakko tehdä yhtään mitään. Korvaa pakkoa ilmaisevat ja käskevät sanat muilla ilmaisuilla.

Mieti vaihtoehtoja ainakin sanoille:

- Täytyy
- Pitää
- Tulee
- On tehtävä

Yleensä kehotus, pyyntö tai ilmoitus ajaa saman asian, mutta hieman miellyttävämmällä sävyllä.

Väljiä vai tiukkoja sanoja?

Vertaa miten sanat kansallinen hyvinvointi ja bruttokansantuote eroavat toisistaan. Kansallinen hyvinvointi synnyttää erilaisia mielikuvia eri ihmisille. Mielikuvat saattavat poiketa suurestikin toisistaan. Sen sijaan bruttokansantuotteen luomat mielikuvat ovat rajallisempia ja hyvinkin samanlaisia.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Kielessä on sekä väljiä että tiukkoja sanoja. Väljät sanat kuten esimerkiksi onni, ilo, vapaus, yhteisymmärrys, viihtyvyys tai palvelu synnyttävät eri ihmisille erilaisia mielikuvia. Niitä ei koeta tyrmäviksi eivätkä ne yleensä aiheuta vastustusta, koska jokainen kokee ne omalla tavallaan. Silloin on helppo olla samaa mieltä. Väljillä sanoilla on helppo motivoida ja luoda kontakti.

Tiukkoja sanoja ovat esimerkiksi laiva, lippu, toimitusaika, eräpäivä, korko tai saldo. Tiukat sanat kuvaavat asiaa mahdollisimman yksiselitteisesti. Ammattikielen terminologia on usein tiukkaa kieltä. Tiukoilla sanoilla voi helpommin pysyä asiassa ja rajata toisen mielikuvia.

Molemmille sekä tiukoille että väljille sanoille on paikkansa sähköpostiviesteissä. Käytä väljiä sanoja silloin, kun haluat motivoida tai välttää yhteen törmäyksiä. Tiukat sanat sen sijaan sopivat ohjeisiin, ehtoihin, sopimuksiin tai selvityksiin.

Mieti mitä kaikkea viisailla sanavalinnoilla voit saada aikaiseksi.



Viesti selkeästi

Koulutuksissamme jokainen asiakasyrityksemme on kertonut, että he pyrkivät luomaan asiakkailleen ammattitaitoisen mielikuvan asiakaspalvelustaan.

Haluammepä tai emme, kyky kirjoittaa selkeää tekstiä vaikuttaa asiakkaiden mielikuvaan asiakaspalvelun ammattitaidosta. Juuri tämän takia oikeinkirjoitus ja välimerkkien käyttö kuuluvat hyvän asiakaspalvelijan taitovalikoimaan.

Kiinnitä huomiota oikeinkirjoitukseen

Oikeinkirjoituksen sääntöjen noudattaminen antaa luotettavan kuvan sekä kirjoittajasta että yrityksestä. Siksi siihen kannattaa panostaa.

Viestin tarkistaminen auttaa karsimaan huolimattomuusvirheitä. Jos olet epävarma oikeinkirjoituksesta, käytä sähköpostiohjelmasi oikolukua apuvälineenä tai voit kierrättää viestisi wordin kautta ja käyttää sen oikolukua apuna.

Netissä on myös runsaasti itseopiskelumateriaalia oikeinkirjoituksesta.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Varmista viestisi silmäiltävyys

Olet ehkä joskus saanut pitkän viestin, jossa koko teksti on kirjoitettu yhteen pötköön ilman kappalejakoja. Muistatko, oliko viestiä helppo lukea?

Hyvä kappalejako nopeuttaa tekstin lukemista ja ymmärtämistä. Erotta viestissä asiat omiksi kappaleiksi ja käsittele kussakin kappaleessa vain yhtä asiaa.

Viestin selkeyteen, luettavuuteen ja silmäiltävyyteen vaikuttaa suuresti se, kuinka lyhyitä tai pitkiä kappaleet ovat. Kappaleen ihannepituus on 2-4 riviä. Mikäli huomaat kirjoittavasi jo kuudetta riviä samaa kappaletta, harkitse kappalejakoja.

Yleensä kappaleet saa pidettyä lyhyinä, kun käsittelee yhden asian per kappale.

Älä pakene passiivin taakse

Tekijä esiin! Passiivi ja kasvoton tyyli nakertavat henkilökohtaisuuden tunnetta viestiä lukiessa. Lisäksi passiivi saattaa vaikeuttaa viestin ymmärtämistä: kuka tekee kenelle?

Tästä esimerkkinä eräs iltapäivälehtiinkin päätynyt tapaus, jossa asiakasta kehoitettiin menemään verikokeisiin, koska ”toimenpiteessä tapahtui pistotapaturma, on otettava hiv- ja hepatiittikokeet”. Viestin saaja oli ymmärrettävästi kauhuissaan, koska viestistä ei käynyt ilmi, että hoitaja oli pistänyt itseään ja halusi varmistaa, ettei hän itse ollut saanut tartuntaa. Asiakkaalla ei siis ollut syytä huoleen.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Irti kapulakielestä

Pyri asiakaspalveluviestinnässä selkeään, ymmärrettävään ilmaisuun ja vuorovaikutukseen. Lukijalle vaikeat sanat ja merkityksettömät fraasit haittaavat jouhevaa ja ymmärrettävää kommunikaatiota. Tarkastele kriittisesti omia viestejäsi ja karsi niistä kapulakieliset ilmaisut, kuten abstraktit verbit, lauseenvastikkeet sekä kaavamaiset sanonnat.

Yleisimpiä abstrakteja verbejä ovat:

- Tehdä
- Suorittaa
- Tapahtua
- Esiintyä
- Toteuttaa

Ensi kerralla kun huomaat käyttäväsi jotakin yllä olevista abstrakteista verbeistä, pysähdy ja mieti mikä olisi kuvaavampi verbi. Keksit sen varmasti.

Kaavamaisia sanontoja ovat esimerkiksi koskien, johtuen, perustuen, liittyen. Näillekin kannattaa pohtia sujuvampia vaihtoehtoja.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

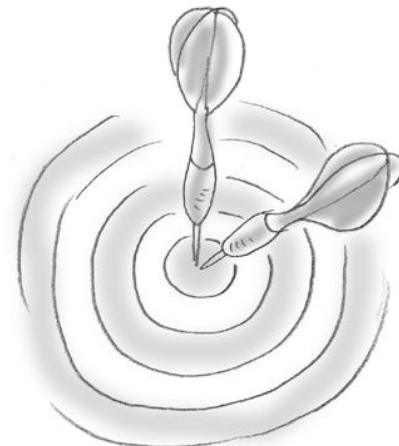
Osu napakymppiin

Kun heitetään tikkaa, yritetään osua napakymppiin. Kun kirjoitetaan sähköposti, tähdätään myös napakymppiin eli pyritään ilmaisemaan asiat osuvasti. Sitä asiakas odottaa, kun hän on nähnyt vaivaa sähköpostin kirjoittamisessa. Hän ei halua automaattivastausta. Hän odottaa, että viesti on kirjoitettu juuri hänelle ja hänen kysymyksiinsä tai tiedusteluihinsa vastataan osuvasti.

Millaista sitten on osuva viestintä sähköpostitse?

Osuvan sähköpostin tunnusmerkit:

- Viesti on kirjoitettu lukijalle
- Viesti on kirjoitettu ”asiakkaan kielellä” – ei kuitenkaan kielteisesti
- Viestissä on vastattu asiakkaan kysymyksiin



Jäsentele järkevasti

Kun vastaat viestiin, kiinnitä erityistä huomiota siihen, missä järjestyksessä esität asiat. Monesti on suuri kiusaus kirjoittaa viestin sisältö viestin lähettäjän käyttämää järjestystä peilaten.

Asiakkaiden lähettämät viestit asiakaspalveluun ovat kuitenkin usein ”tajunnan virtaa”. Asiakkaat saattavat kirjoittaa olennaisista tai epäolennaisista asioista siinä järjestyksessä, kun ne sattuvat tulemaan heidän mieleensä ilman mitään loogista järjestystä. Yleistä on myös se, että asiakkaan tärkein asia on vasta aivan viestin lopussa.

Mikäli jäsenetelet vastauksen orjallisesti asiakkaan viestin järjestyksen mukaisesti, hänen on yhtä hankalaa lukea sitä, kuin sinun hänen viestiään.

Mitä sekavampi asiakkaan viesti on, sitä tärkeämpää on, että jäsenetelet oman vastauksesi huolellisesti.

Kun suunnittelet hyvin, saat kerralla hoidettua asiat kuntoon. Käytä siis aina hetki aikaa vastauksen suunnitteluun ennen kuin aloitat sen kirjoittamisen.

Kun suunnittelet viestiäsi, käy läpi seuraavat kolme vaihetta:

1. Lue ensin asiakkaan koko viesti.
2. Mieti sitten, mitä kyseinen asiakas oikeastaan haluaa.
3. Valitse lopuksi asiakkaalle tärkein asia ja aloita viesti sillä.



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Mikä on asiakkaalle tärkein asia? Asiakaspalvelijan tehtäväksi jää löytää se asiakkaan viestistä.

Yleispätevää vastausta ei ole, mutta alla on joitakin yleisiä ohjeita:

- Mielensä pahoittanut asiakas haluaa ensisijaisesti empatiaa.
- Ongelman kohdannut asiakas haluaa ensisijaisesti ratkaisun ongelmaansa.
- Kysyvä asiakas haluaa ensisijaisesti vastauksen.
- Toimintaohjeita kysyvä asiakas haluaa ensisijaisesti tietää, miten hänen kannattaa toimia.
- Virheestä kirjoittava asiakas haluaa oikaisua, pahoittelun ja mahdollisesti korvauksen.

Mieti siis aina, mitä asiakas ensisijaisesti haluaa ja varmista, että viestin ensimmäinen kappale on vastaus tähän.

Kirjoita puhuttelevasti

Osuvan sähköpostiviestin keskeisin tunnusmerkki on se, että lukija kokee sen olevan juuri hänelle kirjoitettu.

Lukijalle kirjoittaminen tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että viestin sisältö on kirjoitettu sinä- tai te-muodossa. Osuvan viestin vastakohta on tiedote.

Tiedoteviestin ja lukijalle kirjoitetun viestin välillä on yksi keskeinen ero:

- Tiedoteviesti kertoo, miten asiat ovat yleisesti
- Lukijalle kirjoitettu viesti kertoo, miten asiakkaan asiat ovat tai mitä asiakas voi tehdä



MARCKWORT
koulutusyhtiöt

Tiedotetyyllisen viestin suurin ongelma on siinä, että se ei vastaa suoraan asiakkaan kysymykseen, vaan asiakas joutuu itse tulkitsemaan ja päättelemään, mitä yleisellä tasolla annettu tieto tarkoittaa hänen tapauksessaan.

Kärjistäen kyse on samasta asiasta kuin jos puhelinnumeroa kysyvälle asiakkaalle annettaisiin vastaukseksi puhelinluettelo. Voidaan kysyä, mihin tällaista asiakaspalvelua tarvitaan?

Mikäli asiakaspalvelija haluaa auttaa asiakasta, hän etsii ensin yleisen tason tiedoista eli ”puhelinluettelosta” asiakkaan tarvitsemat tiedot ja kirjoittaa sen jälkeen täsmällisen vastauksen asiakkaan kysymykseen.

Käytä asiakkaan kieltä

Osuvaan sähköpostiviestintään kuuluu huolellinen sanavalinta eli sellaisten sanojen käyttäminen, jotka asiakas ymmärtää.

Kiinnitä erityistä huomiota sanojen valintaan, kun vastaat kysymyksiin tai annat ohjeita. Jokainen, joka on yrittänyt saada selvää vaikeasti tajuttavista ohjeista, osaa arvostaa selkeitä ja helposti käsitettäviä ohjeita.

Kun haluat kirjoittaa ymmärrettävän vastauksen, käytä samoja sanoja kuin asiakaskin. Se vähentää väärinymmärtämistä ja virheellistä tulkintaa.



LOPUKSI

Ohjaamatonta venettä aallot kuljettavat ”minne tahansa”, jopa karille. Ohjaamattomille ja suunnittelemattomille sähköposteille saattaa käydä samalla tavalla. Molemmissa tarvitaan pätevää henkilöä ruoriin, selkeitä ohjeita ja päämäärää sekä koulutettua henkilöstöä. Kuka teillä on ruorissa ja määrää kurssin?



MARCKWORT
koulutusyhtiöt