

Sadržaj

Mentorova poruka:

Ako se u pisanju usredsredite na čitaoce, postići ćete prave rezultate IX

Pisana poslovna komunikacija: Osnove 1

Osnovni principi 3

Kao i sve drugo što je bitno, dobro pisanje se zasniva na nekim principima.

Razjasnite svoj cilj 4

Budite usredsređeni na čitaoce 5

Jasno iskažite svoju ključnu poruku 6

Neka vaša poruka bude kratka i jasna 7

Utvrđite svoju strategiju pisanja 8

Odredite opseg svog projekta 13

Pre nego što počnete da pišete, uvek treba da odredite „opseg“ svog projekta. Odrediti opseg znači utvrditi koliko je obimna vaša tema i dokle ćete ići u obradi te teme. Pravilnim određivanjem opsega uštedećete vreme i trud i sebi i svojoj publici.

Širok nasuprot ograničenom opsegu 14

Strategije za uspešan početak 17

Jedan od najtežih izazova je da počnete da pišete. U ovom odeljku ćemo opisati nekoliko strategija koje mogu da vam pomognu da prevaziđete taj problem.

Postavljanje pitanja	18
Tradicionalan koncept	19
Breinstorming	20
Slobodno pisanje	21

Organizujte tekst tako da postignete svoj cilj 25

Tekstovi koje pišete moraju da budu logično organizovani; u suprotnom, nećete ostvariti željeni cilj. Ovaj odeljak sadrži nekoliko metoda za organizaciju teksta.

Metod zasnovan na redosledu važnosti	26
Hronološki metod	26
Procesi i procedure	27
Metod prostorne organizacije	28
Poredbeni metod	29
Od pojedinačnog ka opštem ili od opšteg ka pojedinačnom	30
Analitički metod	31

Pisanje preliminarne verzije 33

Preliminarnu verziju iskoristite da sve ključne tačke zapišete na papiru ili na ekranu kompjutera. Ovaj odeljak će vam pomoći da obavite taj važan zadatak.

Počnite od onoga u šta ste najsigurniji	34
Podelite tekst u kategorije	35

Na šta treba posebno da obratite pažnju kada pišete tehnički dokument	37
---	----

Organizujte pasuse 39

Pasusi su osnovni sastavni delovi svakog dokumenta. Oni služe da se uvedu nove teme i da se čitaocu stavi do znanja da počinje nova faza u izlaganju. Ako znate kako treba da organizujete pasuse, na dobrom ste putu da napišete uspešan tekst.

Ograničite broj subjekata u svakom pasusu	40
Povežite pasuse	40

Provera sadržaja 43

Kada napišete preliminarnu verziju, morate da proverite njen sadržaj i definišete strukturu, logiku i poruku vašeg teksta.

Neka vaša poruka bude u središtu pažnje	44
Proverite da li je tekst jasan	45
Strateški izložite svoju ključnu poruku	45
Odgovorite na pitanje vaših čitalaca „zašto?“	46

Provera stila 47

U ovoj fazi redigovanja teksta, vaš zadatak je da se postarate da ono što ste napisali bude upečatljivo. To postizete tako što se starate o tome da je tekst vizuelno atraktivan, da je napisan pravim tonom i da je precizan. Tekst koji poseduje te kvalitete ostaviće utisak na čitaoca.

Vizuelni efekat teksta	48
Ton teksta prilagodite svojoj publici	49
Proverite da li je tekst sažet i jezgrovit	51
Koristite aktivni glagolski oblik	52
Proverite ispravnost teksta	52

Pisanje imejlova 55

Pisanju imejlova treba da posvetite istu pažnju kao i pisanju poslovnih pisama, dopisa i izveštaja.

Uobičajeni problemi	56
Počnite od predmeta poruke	57
Samo jedna tema u imejlu	57
Jasno opišite cilj vaše poruke	59
Budite sažeti i koristite priloge	59
Imajte u vidu svoju publiku	59
Jednostavno formatiranje	60
Proučite politiku svoje kompanije o korišćenju imejla	60
Utvrdite kada ne treba da pošaljete imejl	60

Saveti i alati 63

Alati za pisanu poslovnu komunikaciju 65

Ovi radni listovi će vam pomoći u pisanju.

Testirajte se 71

Koristan rezime svega što je izneto u ovom vodiču. Uradite test i pre i posle čitanja knjige da biste videli koliko ste naučili.

Odgovori 74

Da naučite više 79

U ovom odeljku su navedeni naslovi nekih drugih članaka i knjiga iz kojih možete da saznate još više o ovoj temi.

Korišćeni izvori za „Pisanu poslovnu komunikaciju“ 83

Beleške 85

Ovde možete da zabeležite neke svoje ideje.

Mentorova poruka: Ako se u pisanju usredsredite na čitaoce, postići ćete prave rezultate

Da bi bili uspešni, poslovni ljudi moraju da koriste najnovije i najbolje strategije. Ovaj „Džepni vodič“ će vam predstaviti efektivne metode za pisanje – od jednostavnih službenih dopisa do predloga. Videćete koliko će vaš stil pisanja biti jasniji (i efikasniji) i koliko će vaš uticaj kao menadžera biti veći ako na prvo mesto stavite potrebe čitalaca. Ova knjiga sadrži jednostavne smernice o tome kako da:

- Organizujete svoje dokumente da biste odgovorili na potrebe čitalaca.
- Izbegnute odugovlačenje i odmah otpočnete rad na svojim pismenim zaduženjima.
- Primenite principe redigovanja i oblikovanja teksta da biste čitaoce podstakli na akciju i odlučivanje.

Kada primenite ove oprobane strategije, videćete koliko ćete biti produktivniji u pisanju i koliko će se popraviti kvalitet vaših dokumenata. Zapravo, vaši čitaoci će primetiti razliku!

Srećno!