

BEST
SELLER

เขียนอีเมล ภาษาอังกฤษ แบบมือโปร

Professional
E-mail Writing



พร้อมตัวอย่าง
ประโยคภาษาอังกฤษ
ใช้งานได้ทันที!

อีเมลภาษาอังกฤษ
เรียนรู้ได้ จำง่ายนิดเดียว!

ผู้เขียน : สุริรัตน์ กองอินทร์

BizKit
Publishing

BEST
SELLER

เขียนอีเมล ภาษาอังกฤษ แบบมือโปร

Professional
E-mail Writing

พร้อมตัวอย่าง
ประโยคภาษาอังกฤษ
ใช้งานได้ทันที!

อีเมลภาษาอังกฤษ
เรียนรู้ได้ ง่ายนิดเดียว !

ผู้เขียน : สุริรัตน์ ทองอินทร์

BizKit
Publishing

เขียนอีเมลภาษาอังกฤษแบบมือโปร

ผู้เขียน สุรรัตน์ ทองอินทร์

ราคา 139 บาท

พิมพ์ครั้งที่ 6 : กรกฎาคม 2554

จัดพิมพ์โดย : สำนักพิมพ์บิสคิด (ในเครือเอ็กซ์เปอร์เน็ทบุ๊กส์)
ผลิตหนังสือดีมีคุณค่า ลิขสิทธิ์ถูกต้องจากต่างประเทศ
2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)
แฟกซ์ : 0-2718-1831, 0-2318-4809
<http://www.expernetbooks.com>
e-mail: public@expernetbooks.com

จัดจำหน่ายโดย : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
อาคารเนชั่นทาวเวอร์ ชั้นที่ 19 เลขที่ 46/87-90
ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา
กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ 0-2739-8222, 0-2739-8000
โทรสาร 0-2739-8356-9
<http://www.se-ed.com>

พิมพ์ที่ : บริษัท ออฟเซ็ทพลัส จำกัด
โทร. 0-2461-2161-4

ข้อมูลทางบรรณานุกรมหอสมุดแห่งชาติ

สุรรัตน์ ทองอินทร์.

เขียนอีเมลภาษาอังกฤษแบบมือโปร.--กรุงเทพฯ : บิสคิด, 2554.

142 หน้า.

1. ภาษาอังกฤษ--การเขียน. I. ชื่อเรื่อง.

421.1

ISBN 978-974-414-045-6

คำแนะนำเขียน

อีเมล (e-mail) หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้กลายเป็นรูปแบบการสื่อสารที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในระดับธุรกิจและระหว่างบุคคลธรรมดา เพราะรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถตัดปัญหาเรื่องเขตเวลาของโลก (time zone) ลงได้ ในปัจจุบันมีบริษัทต่างชาติที่เข้ามาก่อตั้งมากมายในประเทศไทย และใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลในการติดต่อสื่อสาร อีเมลจึงนับเป็นการติดต่อสื่อสารที่ขาดไม่ได้ในแวดวงธุรกิจ การสื่อสารทางธุรกิจผ่านทางอีเมลยังช่วยให้เราลดการเผชิญหน้ากับคู่สนทนา และมีเวลาในการตรวจทานเนื้อหาก่อนที่จะส่งอีเมลถึงผู้รับ อย่างไรก็ตามการเขียนอีเมลก็มีความสำคัญเท่ากับการเขียนเอกสารทางธุรกิจอื่นๆ เช่นกัน

หนังสือเล่มนี้เน้นการเขียนอีเมลในภาคปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงสำหรับการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจและระหว่างบุคคล หนังสือเล่มนี้แม้จะไม่ใช่มานูอัลเรียน (text book) แต่ก็สามารถเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่านได้ โดยคุณจะได้เรียนรู้ขั้นตอนง่ายๆ ในการเขียนอีเมล เทคนิคการเขียนอีเมลให้จับใจคนอ่าน ตลอดจนการใช้อีเมลในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ การเขียนและตอบอีเมลประจำวันที่ใช้กันทั่วไป การเขียนอีเมลในเชิงลบหรือแจ้งข่าวร้าย การเขียนอีเมลเพื่อการโน้มน้าวใจ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจของคุณต่อไปในภายภาคหน้า

ผู้เขียนได้รวบรวมเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ จากประสบการณ์ตรงของผู้เขียนที่เคยทำงานกับบริษัทต่างชาติ (สหรัฐอเมริกา) ซึ่งได้พบว่าการสื่อสารถือเป็นเรื่องสำคัญ หากมีวิธีถ่ายทอดที่ไม่สามารถตอบสนองของวัตถุประสงค์ได้ ก็จะทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย รวมถึงความน่าเชื่อถือของผู้สื่อความเองด้วย ซึ่งในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศเช่นนี้ มีหลายบริษัทที่ใช้วิธีการติดต่อสื่อสารทางอีเมลเป็นหลัก หากเรายังหยุดอยู่กับที่ หรือเขียนอีเมลแบบล้าหลังก็อาจแสดงถึงความไม่เป็นมืออาชีพไปโดยไม่ได้ตั้งใจ



ทั้งนี้ผู้เขียนได้ค้นคว้าจากตำราและแหล่งอ้างอิงอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือได้ ซึ่งถือว่าเป็นเทคนิคการเขียนอีเมลที่ทันสมัยที่สุดในยุคนี้ ในบางตัวอย่างที่ยกมานั้น ได้ประยุกต์จากตำราการเขียนจดหมายภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจเล่มอื่นๆ โดยผู้เขียนได้คัดกรองตัวอย่างที่เหมาะสมและน่าจะนำมาใช้ในการเขียนอีเมลในยุคนี้ เพื่อให้การเขียนอีเมลของทุกท่านมีประสิทธิภาพมากที่สุด และยังประโยชน์มาสู่แวดวงการสื่อสารต่อไป ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การสื่อสารทางอีเมลในสังคมไทยจะเป็นการสื่อสารที่ทันสมัยและเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ธุรกิจเกิดประสิทธิผล เกิดความประหยัด และเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็วและมั่นคงอีกด้วย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณสำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เนทที่ได้ให้โอกาสผู้เขียนได้เผยแพร่ความรู้ สิ่งดีดี ไปสู่สังคมไทยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุรรัตน์ ทองอินทร์

ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

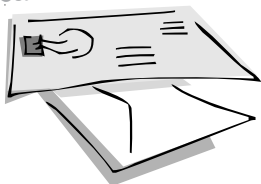
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สารบัญ

หน้า

คำแนะนำผู้เขียน	3
สารบัญ	5
บทที่ 1 ขั้นตอนในการเขียนอีเมล	7
บทที่ 2 การวางแผนในการเขียนอีเมล	11
บทที่ 3 การลงมือเขียนอีเมล	17
บทที่ 4 การตรวจทานเสร็จสมบูรณ์	55
บทที่ 5 การเขียนอีเมลและตอบอีเมลประจำวันที่ใช้กันทั่วไป	63
บทที่ 6 การตอบอีเมลในเชิงบวก	81
บทที่ 7 “เราเลิกกันเถอะ” กับ “คุณดีเกินไป” การเขียนอีเมลในเชิงลบ หรือการแจ้งข่าวร้าย	99
บทที่ 8 การเขียนอีเมลเพื่อการโน้มน้าวใจ	119
บทที่ 9 ข้อแนะนำ 10 ประการสำหรับการเขียนอีเมล	133
บรรณานุกรม	141

You have Got Mail



ขั้นตอนใน การเขียนอีเมล

การโต้ตอบอีเมลในแต่ละฉบับ เพื่อให้อีเมลของท่านสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นควรคำนึงถึงขั้นตอนการเขียนจดหมายธุรกิจทั้งสามขั้นตอนต่อไปนี้ :

ขั้นตอนการเขียนอีเมล



ขั้นที่ 1 : การวางแผนในการเขียนอีเมล

ไม่ว่าคุณจะใช้เขียนอีเมลด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม คุณจะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ก่อนว่า คุณกำลังเขียนไปให้ใครอ่าน มียศถาบรรดาศักดิ์ระดับไหน และวัตถุประสงค์ในการส่งอีเมลนั้นคืออะไร เพื่อที่คุณจะได้รวบรวม



ข้อมูลให้ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน เช่น หากคุณกำลังจะตอบข้อสงสัยเรื่อง “ทำไมสินค้าจึงขึ้นราคา” คุณก็ต้องรวบรวมเหตุผลและข้อมูลมาให้พอเพียงเสียก่อน และเรียบเรียงข้อมูลว่าส่วนไหนเกี่ยวข้อง หรือส่วนไหนไม่ควรนำมาตอบ จากนั้นคุณก็หาใจความหลักของเรื่องที่จะสื่อสารออกไป



ขั้นตอนที่ 2 : การลงมือเขียนอีเมล

หลังจากที่คุณรู้จักตัวตนของผู้อ่านแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการเลือกรูปแบบของการสื่อสารว่าควรใช้ภาษาระดับใด ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ควรเน้นที่ประโยชน์ของผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งคุณจะได้ศึกษาจากบทต่อไป นอกจากนี้คุณยังต้องใช้ภาษาที่สุภาพ เน้นข้อความเชิงบวก ใช้ภาษาที่ปราศจากอคติ พร้อมทั้งรักษาภาพลักษณ์ของบริษัทเพื่อสานสัมพันธ์อันดีทางธุรกิจต่อไปด้วย ในขณะที่ข้อความโดยรวมของอีเมลจะต้องใช้ภาษาที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย ไม่ต้องใช้ภาษาที่อลังการหรือใช้ศัพท์ยากๆ เพื่อแสดงว่าตัวเรามีภูมิความรู้ดี แต่ผู้อ่านต้องไปนั่งเปิดดิกชันนารีมาสืบเล่มเพื่อที่จะแปลความหมาย จากนั้นคุณก็ลงมือเขียนร่างครั้งที่หนึ่งดูก่อน โดยการเลือกใช้คำที่มีประสิทธิภาพ ไม่เยิ่นเย้อ เนื้อเรื่องจะต้องมีความสอดคล้อง อ่านแล้วลื่นไหล ไม่ติดขัด จากการเลือกใช้คำเชื่อมประโยคที่เหมาะสม

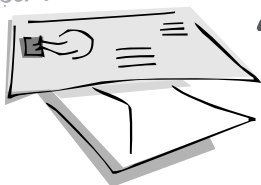


ขั้นตอนที่ 3 : การตรวจทาน เสร็จสมบูรณ์

เมื่อคุณร่างอีเมลครั้งที่หนึ่งเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจทานเนื้อหาของอีเมล โดยตรวจสอบความอ่านเข้าใจของเนื้อหาว่าสิ่งที่คุณเขียนนั้น คุณเข้าใจอยู่คนเดียวหรือไม่ ลองสมมติว่าตัวคุณเองเป็นคนอ่าน แล้วดูว่าเขารู้สึกอย่างไรเมื่ออ่านอีเมลของคุณ ข้อมูลครบถ้วนดี

หรือยัง หากยังมีข้อขาดตกบกพร่องส่วนไหน คุณจะได้เรียบเรียงหรือเขียนขึ้นใหม่ จนกระทั่งข้อความของคุณชัดเจน แจ่มแจ้ง ตัวสะกดและไวยากรณ์ถูกต้องดี เครื่องหมายวรรคตอนถูกต้อง และรูปแบบ เช่น ตัวอักษร ย่อหน้า เว้นวรรคระยะห่างระหว่างบรรทัดสวยงามดีแล้ว คุณก็พร้อมที่จะส่งอีเมลไปยังผู้รับได้แล้ว อย่างไรก็ตามคุณต้องตรวจสอบความรอบคอบก่อนจะส่งว่ามีไฟล์แนบ (attachment) หรือไม่ บางครั้งเมื่อเราเขียนอีเมลเสร็จก็มักจะดีใจจนหลงลืมแนบไฟล์ไปด้วย รวมถึงผู้รับอีเมลที่เราต้องระบุว่าส่งถึงใคร หรือ CC ถึงใคร BCC ถึงใคร ซึ่งรายละเอียดจะมีในบทต่อไป

You have Got Mail



2

การวางแผน ในการเขียนอีเมล

ขั้นตอนการวางแผนในการเขียนอีเมล

1 การวิเคราะห์สถานการณ์

โดยการตรวจสอบวัตถุประสงค์ในการเขียนอีเมลของคุณ เช่น อีเมลเพื่อปฏิเสธการรับเคลมประกันสินค้า (claim warranty refusal) อีเมลเพื่อเสนอราคาขาย (quotation) เป็นต้น ให้ตรวจสอบดูว่าผู้รับอีเมลของคุณคือใคร รวมทั้งปฏิกิริยาตอบสนองเมื่อได้อ่านอีเมลจบ พวกเขาจะรู้สึกประหลาดใจ โกรธ และผิดหวังหรือไม่ เพื่อที่เราจะได้เลือกวิธีการและนำหน้าในการเขียนได้ถูกต้อง

โดยวัตถุประสงค์ในการเขียนอีเมลนั้น มี 3 ประเภท คือ

- ✉ **แจ้งเพื่อทราบ (to inform)** เพื่อแจ้งความเคลื่อนไหวภายในองค์กร เช่น การต้อนรับพนักงานใหม่ แสดงความยินดีในการเลื่อนตำแหน่ง ประกาศกฎระเบียบ ประกาศข่าวสาร ฯลฯ
- ✉ **เพื่อโน้มน้าวใจ (to persuade)** เช่น ชักชวนให้บริจาคเงิน ชักชวนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม ฯลฯ
- ✉ **เพื่อขอความร่วมมือ (to collaborate)** เช่น ขอความร่วมมือให้ปิดไฟ ปิดแอร์ในเวลาพักกลางวัน ขอความร่วมมือให้จัดเตรียมเอกสารประกอบการประชุม ฯลฯ



วิเคราะห์ผู้รับ

การส่งอีเมลในบางครั้งมิได้ส่งถึงคนเพียงคนเดียว อาจจะมีหลายๆ คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ (loop) เดียวกัน แต่ทั้งนี้เราต้องให้ความสำคัญแก่ผู้รับปฐมภูมิ (primary audience) เป็นหลัก ซึ่งก็คือชื่อของผู้รับคนแรกที่เราระบุลงในช่อง ส่งถึง (To :)

- ✉ **วิเคราะห์จำนวนผู้รับ** เราสามารถสำเนาถึง (CC), (BCC) ผู้รับได้มากตามที่เราต้องการ ซึ่งแต่ละคนก็ย่อมมีพื้นฐานที่แตกต่างกันในการเข้าใจข้อมูลในอีเมล เช่น การส่งอีเมลถึงผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน อาจจะต้องการทราบข้อมูลในด้านที่ต่างกัน ผู้จัดการฝ่ายการตลาดอาจต้องการทราบว่า เมื่อไหร่สินค้าใหม่

จะออกวางจำหน่ายได้ ในขณะที่ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินต้องการทราบยอดขายของไตรมาสที่แล้ว เป็นต้น

- ✉ **วิเคราะห์อารมณ์ ความรู้สึกของผู้รับ** หลังจากอ่านอีเมลของคุณจบแล้ว ถ้าคุณตรวจสอบแล้วพบว่า อาจจะมีข้อมูลบางอย่างที่ยังคลุมเครือ หรือน่าสงสัย ก็ควรสรุปเนื้อเรื่องหรือค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิง

3 การรวบรวมและจัดเตรียมข้อมูล

คุณอาจจะมีข้อมูลในมือแล้ว แต่บางครั้งในเรื่องที่ซับซ้อนมาก คุณอาจจะต้องการค้นคว้าและวิเคราะห์มากขึ้น โดยเทคนิคในการจัดเตรียมข้อมูลมีดังนี้

- ✉ **พิจารณามุมมองของผู้อื่น** ลองนึกถึงคนอื่นว่าเขาต้องการอะไรจากอีเมลฉบับนี้ ซึ่งจะช่วยให้คุณเข้าใจว่าคนอื่นคิดอะไร รู้สึกอย่างไร เพื่อความครบถ้วนของข้อมูล
- ✉ **ศึกษาจากรายงานและเอกสารอื่นๆ ขององค์กร** เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อความที่คุณกำลังจะเขียนในอีเมล ซึ่งอาจค้นคว้าจากฐานข้อมูล รายงานประจำปีของบริษัท ข่าวแจก และบันทึกข้อความ
- ✉ **ปรึกษาหารือกับหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน หรือลูกค้า** ถ้าหากข้อมูลบางอย่างยังคลุมเครือ คุณก็ควรปรึกษากับผู้รู้ให้แน่ใจก่อนที่จะลงมือเขียน เพื่อความชัดเจน

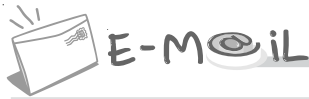


ถามผู้รับของคุณโดยตรง ก่อนจะลงมือเขียนอีเมลธุรกิจอย่างเป็นทางการ คุณสามารถสอบถามข้อมูลและรายละเอียดที่คุณไม่แน่ใจจากผู้รับให้แน่ใจก่อน ดีกว่าการคาดเดา และเข้าใจผิด ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดทางธุรกิจได้ โดยเฉพาะถ้าหากคุณติดต่อสื่อสารกับชาวตะวันตก การถามจะนับว่าเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ และการถามก็ไม่ได้แสดงว่าคุณไม่ฉลาด เช่น ตัวสะกดของชื่อบริษัทสายการบินเรือที่คุณไม่แน่ใจ ไฟล์ของเครื่องบินที่ใช้ส่งสินค้า เป็นต้น



4 การเรียบเรียงข้อมูล

ตรวจสอบอีกครั้งว่าข้อความที่คุณกำลังจะเขียนจัดอยู่ในประเภทใด เป็นการแจ้งข่าวดี บอกข่าวร้าย โน้มน้าวใจ เพื่อที่จะเลือกใช้เทคนิคการขึ้นต้นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งได้แก่ การเขียนบอกโดยตรงไปตรงมา (direct approach) สำหรับข้อความเชิงบวก หรือข่าวดี หรือการบอกโดยอ้อม (indirect approach) สำหรับข่าวร้าย หรือข้อความเชิงลบที่ผู้รับอาจเกิดความสงสัย หรือต่อต้านได้



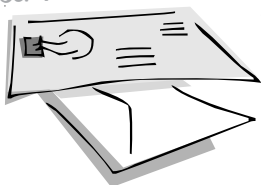
การเขียนบอกอย่างตรงไปตรงมา (Direct Approach)

เป็นการเริ่มต้นข้อความด้วยใจความสำคัญหลัก (main idea) และตามด้วยรายละเอียดย่อย หรือหลักฐานประกอบ เหมาะสำหรับข้อความที่ใช้ส่งเป็นกิจวัตรหรือข้อความเชิงบวก

การเขียนบอกโดยอ้อม หรือการเขียนเชิงอุปนัย (Indirect Approach)

เป็นการเริ่มต้นด้วยรายละเอียดปลีกย่อยก่อนที่จะเข้าเรื่อง หรือประเด็นหลัก ใช้กับข้อความเชิงลบ หรือข้อความที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการโน้มน้าวใจผู้อ่าน

You have Got Mail



3

การลงมือเขียนอีเมล

ทุกคนล้วนมีความสามารถในการเขียนหนังสือ แต่สำหรับการเขียนจดหมาย หรืออีเมลเพื่อการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ นั้นถือว่าเป็นเรื่องทีละเอียดย่อย ซึ่งบางครั้งถึงขนาดต้องกุมขมับกันเลยทีเดียว โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งไม่ใช่ภาษาพ่อภาษาแม่ของเราคนไทย ถ้าฟังจะเขียนเรียงความภาษาอังกฤษสักเรื่องหนึ่ง ก็นับว่าเป็นเรื่องที่หนักหนาสาหัสสำหรับใครบางคน ทั้งการใช้ภาษา ไวยากรณ์ และคำศัพท์ ซึ่งกลยุทธ์ทุกอย่างที่เราเคยเรียนภาษาอังกฤษมาตั้งแต่ ป.1 ต่างต้องถูกขุดขึ้นมาใช้กันตอนนี้ ผู้เขียนเองก็เคยประสบปัญหาที่ทำให้อึ้งงง และมันดับไปชั่วคราว เมื่อตอนที่ได้อ่านอีเมลของลูกค้าที่ส่งมาจากโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ เนื้อหาในอีเมลมีความยาวเกือบ 1 หน้า A4 แต่ผู้อ่านเชื่อหรือไม่ว่าหลังจากอ่านจบไป 5 รอบ ผู้เขียนก็ยังไม่สามารถทราบได้ว่าคุณลูกค้าต้องการให้ผู้เขียน

ทำอะไร ซึ่งทำให้ผู้เขียนหมดความมั่นใจในภาษาอังกฤษของตนเอง แต่เมื่อผู้เขียนลอง forward อีเมลฉบับดังกล่าวไปให้เจ้านายฝรั่งอ่าน เจ้านายผู้เขียนเองก็ไม่สามารถตอบได้ว่า คุณลูกค้าต้องการให้เราทำอะไร เป็นเหตุให้ผู้เขียนต้องส่งอีเมลกลับไปถามที่แอฟริกาได้อีกครั้ง เพราะฝรั่งถือคติว่า **ไม่เข้าใจต้องถาม** คนที่ถามไม่ใช่คนโง่ เพราะมีแต่คนโง่เท่านั้นที่ไม่ถาม ซึ่งกว่าจะสื่อสารกันรู้เรื่องได้ก็ปาเข้าไปร่วมสองสัปดาห์ แถมยังต้องโทรไปถามย้ำกับคุณลูกค้าให้แน่ใจอีกครั้งด้วย

ผู้อ่านคงจะเห็นแล้วว่า การเขียนอีเมลนั้นไม่ใช่เรื่องกล้วยๆ บางคนคิดว่า ถ้าอ่านออก เขียนภาษาอังกฤษได้ ก็น่าจะเขียนโต้ตอบกันได้แล้ว คือเขียนตามที่เราคิด เขียนไปตามอำเภอใจ นี่ก็อยากจะเขียนอะไรก็เขียนได้เลย ซึ่งผู้เขียนเองก็เคยเขียนอีเมลไปตามอำเภอใจ และแอบจิกกัดลูกค้าด้วยอารมณ์โมโห ผลที่ตามมาคือ โดนเจ้านายเรียกไปอบรม ดังนั้นเราควรจะมาเรียนรู้ขั้นตอนการเขียนอีเมลที่ดีกันก่อนเพื่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของคุณ

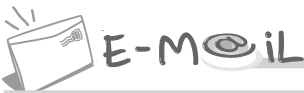
รู้จักผู้อ่าน คือกุญแจไปสู่ความสำเร็จ

“Knowing your reader is the key to success”

ก่อนที่จะลงมือเขียนอีเมล คุณจะต้องพิจารณาผู้รับหรือผู้อ่านว่า เขาต้องการจะได้รับประโยชน์อะไรจากอีเมล หรือเขามีส่วนเกี่ยวข้องกับอย่างไรกับอีเมลฉบับนั้น

เมื่อเราทราบกลุ่มเป้าหมายแล้ว เราก็ควรกำหนดความเหมาะสมของข้อความว่าควรใช้ภาษาในระดับใด เป็นทางการมากน้อยแค่ไหน ตลอด

จนการพิจารณาถึงเนื้อหาโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับเป็นหลัก (You Attitude) รวมทั้งความสุภาพในการใช้ภาษา การเขียนในเชิงบวก การใช้ภาษาที่ปราศจากอคติ และการเขียนข้อความในอีเมลโดยใช้รูปแบบการสนทนา แต่ยังคงความเป็นการสื่อสารทางธุรกิจ นั่นคือมีความกระชับ ได้ใจความ และชัดเจน



“You Attitude” คือ การเขียนข้อความโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้รับเป็นหลัก เช่น เรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้รับ, สิ่งที่คุณคาดหวัง ฯลฯ เช่น To expedite your order no. CT222, please send me the copy of your PO.no. CT222. ประโยคที่ขึ้นต้น ด้วย To จะมีความหมายว่า เพื่อ ซึ่งทำให้ผู้รับตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้มากกว่าการใช้คำว่า I เช่น I need your PO.NO.CT222 now to proceed my work !

หลักในการเขียนอีเมล



1 หลักเลี่ยงการตำหนิเตยนอีกฝ่ายหนึ่ง

โดยระบุถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแทนการกล่าวถึงตัวบุคคล เพื่อลดการเน้นย้ำถึงการกระทำที่ไม่พึงปรารถนาที่ใครบางคนทำให้เกิดขึ้น เช่น



แทนที่จะเขียนว่า

You failed to dispatch the items on time.

(ประโยคนี้ ทำให้ผู้อ่านท้อแท้ เสียกำลังใจ)

ควรเขียนว่า

The items have not been delivered according to the schedule.

(เปลี่ยนเป็นพูดถึงปัญหาที่เกิดขึ้น)



2 หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่แสดงการถูกเหยียดหยามผู้รับ เช่น

แทนที่จะเขียนว่า

Once again, your management shows you are not eligible for this position.

(ประโยคนี้ทำร้ายจิตใจผู้อ่านจนเกินไป)

ควรเขียนว่า

Let's go over what's went wrong with the 123 project so that we can find out how to improve the process.

(ประโยคนี้หลีกเลี่ยงการตำหนิตัวบุคคล แต่เปลี่ยนเป็นหาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น)

3 เน้นให้เห็นประโยชน์ของผู้รับ เช่น

แทนที่จะเขียนว่า

Please send us your invoice by Friday.

(ฟังแล้วเหมือนเป็นการสั่งการมากกว่าการขอความร่วมมือ)

ควรเขียนว่า

So that we can pay you by the end of the month, please send us your invoice by Friday.

(ในประโยคแรกเน้นประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้ หากให้ความร่วมมือดำเนินการ)

4 หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่มีอคติ ควรเลือกใช้ภาษาที่เป็นกลาง

 **อคติทางเพศ (Sexist Bias)**

สุภาพสตรีบางท่านไม่ต้องการระบุสถานภาพสมรส ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ คุณสามารถใช้ Ms. ได้ เว้นแต่บางท่านที่ยินดีให้ระบุสถานภาพได้ ก็สามารถใช้ Miss หรือ Mrs. ได้ หรือถ้าหากมีตำแหน่งทางวิชาการ ก็สามารถใช้แทนกันได้ เช่น Dr. สำหรับการเขียนอีเมลในประเทศไทยสามารถใช้คำว่า Khun แล้วตามด้วยชื่อได้ทั้งชายและหญิง



✉ **อคติทางเชื้อชาติ สีผิว (Racial and Ethnic Bias)**

หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาแบ่งบอกเอกลักษณ์ถึงชนชาติ
เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์

✉ **อคติทางด้านอายุ (Age Bias)**

หลีกเลี่ยงการใช้คำที่สื่อความหมายถึงอายุ หากไม่มี
ความเกี่ยวข้อง

✉ **อคติเกี่ยวกับความพิการ (Disability Bias)**

หลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์ที่สื่อถึงความผิดปกติทาง
ร่างกายและจิตใจ



E-MAIL

คำที่ไม่เป็นกลาง

- ✉ mankind
- ✉ man-made
- ✉ the common man
- ✉ man the stockroom

ทางเลือก

- ✉ humanity, people, human beings
- ✉ synthetic, manufactured, machine-made
- ✉ the average person
- ✉ staff the stockroom



E-MAIL

คำที่ไม่เป็นกลาง

- ☑ chairman
- ☑ businessman
- ☑ salesman
- ☑ policeman
- ☑ My **black** customer has requested for a purchasing order.
- ☑ Khun Vichai, **59** has just joined our department.
- ☑ If you must use a technical term **he** may not understand, explain it.

ทางเลือก

- ☑ coordinator (of a committee or department), moderator (of a meeting), presiding officer, head
- ☑ business executive
- ☑ salesperson
- ☑ police officer
- ☑ My customer has requested for a purchasing order.
- ☑ Khun Vichai has just joined our department.
- ☑ If you must use a technical term **he or she** may not understand, explain it.

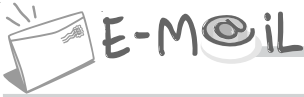


5 ใช้ภาษาอังกฤษที่เรียบง่ายในการสื่อสาร

- ✉ หลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์ที่เอิกเกริก หรือคำศัพท์โบราณคร่ำครึ ซึ่งบางคนอาจจะมองว่าดูอลังการดี ที่สามารถใช้คำศัพท์หรูได้ๆ แต่คุณต้องจำไว้ว่าคุณไม่ได้แต่งบทกวีหรือเขียนนวนิยาย แต่คุณกำลังเขียนอีเมล

ข้อควรจำ : ลองนึกดูว่า คุณจะใช้คำพูดเหล่านั้นหรือไม่ ถ้าคุณต้องสนทนาแบบเผชิญหน้ากับผู้รับจริงๆ

- ✉ หลีกเลี่ยงการใช้ข้อความที่เป็นการเทศนาสั่งสอนหรือคุยโว
- ✉ ระวังระดับของภาษา ไม่ควรใช้ภาษาที่เป็นกันเองจนเกินไป เพราะจะทำให้อีเมลของคุณดูไม่น่าเชื่อถือ
- ✉ ขำขันแต่พอประมาณ การแฉ่งมุกตลกสอดแทรกลงไป ในข้อความในอีเมลอาจส่งผลร้ายกลับมาภายหลังได้ หากผู้รับไม่ได้ขำไปกับคุณ เพราะมันแสดงให้เห็นถึงความไม่เป็นมืออาชีพ
- ✉ หลีกเลี่ยงการใช้สำนวนภาษาที่เข้าใจยาก (cliché)



คำศัพท์ที่โบราณ คร่ำครึ

- ☒ In due course
- ☒ Permit me to say that
- ☒ We are in receipt of
- ☒ Pursuant to, according to
- ☒ In closing, I'd like to say
- ☒ Kindly advise
- ☒ We wish to inform you
- ☒ Please be recommended that
- ☒ Attached please find
- ☒ In lieu of
- ☒ Fabricate

คำศัพท์ที่ใช้ในปัจจุบัน

- ☒ Today, tomorrow
- ☒ ไม่จำเป็นต้องขออนุญาต
- ☒ We have received
- ☒ ใช้ per หรืออะไรก็ได้
- ☒ อะไรก็ได้
- ☒ Please let us know
- ☒ อะไรก็ได้ และพูดออกไปเลย
- ☒ อะไรก็ได้
- ☒ Enclosed is, attached is
- ☒ In stead of
- ☒ Make



E-MAIL

ภาษาที่เขียนย่อ ตูรู้ แต่เข้าใจยาก

- ☑ Upon procurement of additional supplies, I will initiate fulfillment of your order
- ☑ Forwarded under separate cover

ภาษาที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา

- ☑ I will fill your order when I receive more supplies.
- ☑ Sent separately



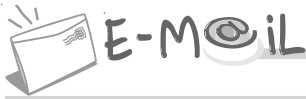
E-MAIL

สำนวนภาษาที่เข้าใจยาก

- ☑ jack-of-all-trades
- ☑ fish out of water
- ☑ dog-eat-dog world

เปลี่ยนให้เข้าใจง่าย

- ☑ dynamic, adaptable
- ☑ a stranger
- ☑ struggle



ภาษาที่คลุมเครือ

- ☒ sometimes this spring
- ☒ a substantial saving
- ☒ a large number of attended
- ☒ increased efficiency
- ☒ expanded the work area

เปลี่ยนเป็นระบุให้ชัดเจน

- ☒ April 22
- ☒ 20 percent of retail
- ☒ 50 people came
- ☒ saved 19 minutes
- ☒ add 12sq feet to the shop

เริ่มเขียนอีเมล

1 เตรียมข้อมูลให้ครบถ้วน

คุณจะต้องเตรียมข้อมูลที่ผู้อ่านต้องการให้ครบถ้วน เช่น หากลูกค้ามีข้อสอบถามโดยเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับสินค้า คุณก็จะต้องตอบให้ตรงประเด็นและไม่นอกเรื่อง รวมทั้งพยายามนึกถึงข้อมูลที่ได้รับอาจจะมองข้ามไป เช่น ในอีเมลต้อนรับพนักงานใหม่ คุณควรจะมีชี้แจงเกี่ยวกับระเบียบหรือข้อตกลงในการโอนย้ายตำแหน่ง เป็นต้น

2 ประยุกต์หลักการเขียนข่าว W₅H

คุณสามารถใช้หลักการเขียนข่าว W₅H ซึ่งเป็นเทคนิคในการเขียนข่าวของนักข่าว ที่ประกอบด้วย ใคร (who) อะไร (what) เมื่อไหร่ (when) ที่ไหน (where) ทำไม (why) และ อย่างไร (how) เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อความในอีเมลของคุณได้

EXAMPLE

ข้อความที่ไม่ครบองค์ประกอบข่าว

Dear Mr. Smith:

I just got back from a wonderful vacation in Tahiti. Unfortunately, this morning I found that my favorite sunglasses are missing. Because I wore them in Tahiti, I guess I left them at Tahiti Hotel. Please help me check my sunglasses in your “lost and found” and let me know whether you have the missing sunglasses.

Thanks,

Natalie

ข้อความนี้ มีสเตอร์สมิทคงต้องใช้เวลาในการตามหาแว่นตากันแดดของคุณนาตาลี หรืออาจจะต้องส่งอีเมลถามข้อมูลเพิ่มเติมอีก เพราะคุณนาตาลีไม่ได้ระบุนายละเอียดของแว่นตากันแดด และองค์ประกอบอื่นๆ ที่จำเป็น ดังนั้นคุณจึงควรตรวจสอบประเด็นของข้อความของคุณว่า ครบถ้วนหรือไม่ ได้แก่

- Who = Miss Natalie Verbourge (ชื่อผู้เข้าพัก)
- What = Pink sunglasses, Evita Peroni year 2000
(ลักษณะของแว่นตาที่ลืมไว้)
- When = July 10, 2007 - July 20, 2007 (วันที่เข้าพัก)
- Where = Room 1156 (ห้องที่พัก)
- Why = Just forget (เหตุผลคือ ลืม)
- How = Return by mailing to address (วิธีให้จัดส่งพัสดุ
คืน) PO. BOX 11 Sesami Street Washington
D.C. USA.

3 การใช้ศัพท์เทคนิค

ศัพท์เทคนิคคือ คำที่ถูกใช้เฉพาะกลุ่มอาชีพ หรือวงการ ถ้าคุณเขียนอีเมลส่งถึงผู้อ่านในกลุ่มอาชีพเดียวกันกับคุณ ศัพท์เทคนิคก็นับว่ามีประโยชน์ในการอธิบายความได้อย่างชัดเจนและกระชับ และยังช่วยสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อ่านในกลุ่มอาชีพเดียวกันกับคุณได้ เช่น คำว่า “*iterative*” ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในแวดวงวิศวกรรม หมายถึงการพัฒนาแบบวนรอบ แต่เมื่อเปิดพจนานุกรมทั่วๆ ไปจะหมายความว่า “ซ้ำซาก”

ดังนั้นถ้าหากนำไปใช้กับกลุ่มผู้อ่านกลุ่มอื่นที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มอาชีพวิศวกรรมก็จะก่อให้เกิดความสับสนได้ เช่นเดียวกับ คำว่า “*efficacy*” หมายถึงการรักษาที่มีประสิทธิผล ซึ่งเป็นศัพท์เฉพาะในกลุ่มผู้มีอาชีพทางด้านดูแลสุขภาพ แต่ผู้อ่านทั่วๆ ไปอาจจะต้องส่ายหน้าด้วยความงง ว่าทำไมจึงไม่ใช่คำว่า “*effectiveness*”



เขียนอีเมลภาษาอังกฤษแบบมือโปร

ดังนั้น คุณจึงควรพิจารณากลุ่มผู้รับและความเหมาะสมของการใช้ศัพท์เทคนิค เพื่อป้องกันความผิดพลาดของการสื่อสารด้วย



4 ไม่ควรใช้คำฟุ่มเฟือย

คุณควรเลือกใช้คำที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน และกระชับในการสื่อสารทางธุรกิจ

EXAMPLE

In addition, we are also sending you our latest brochure.

แก้ไขเป็น

In addition, we are sending you our latest brochure.

EXAMPLE

In my past experience...

(คำว่า experience มีนัยว่าอดีตในตัวเองอยู่แล้ว)

แก้ไขเป็น

In my experience...

นอกจากนี้คำเชื่อม *that* ก็ไม่ได้แปลว่า “นั่น” แต่เป็น *connector* หรือตัวเชื่อมประโยค มีความหมายว่า “ว่า” เช่น He said *that* he is handsome = เขาบอกว่าเขาหล่อ ซึ่งคำว่า *that* นี้ก็ถูกใช้ในการเขียนอีเมลบ่อยครั้ง ให้คุณลองตรวจสอบอีกครั้งว่าข้อความของคุณมีคำว่า *that* มากเกินไปหรือไม่ ซึ่งคุณสามารถละ *that* ได้ โดยความหมายไม่เปลี่ยนแปลง

EXAMPLE

I understand that you are looking for a new account manager.

แก้ไขเป็น

I understand you need a new account manager.

5 การใช้กริยาวิเศษณ์บางตัว (Adverb)

โดยกริยาวิเศษณ์ที่มีความหมายว่า *อย่างมาก, อย่างยิ่ง* เช่น *very, highly, greatly* และ *extremely* อาจทำให้ความเป็นมืออาชีพของคุณลดลงได้ และเนื่องจากคำเหล่านี้แสดงถึงการกล่าวอ้างเกินจริง และเนื่องจากมาตรฐานของแต่ละคนไม่เหมือนกัน คำว่า “อย่างมาก” ของแต่ละคนจึงไม่สามารถวัดได้ว่าระดับไหน

EXAMPLE

I was very pleased to talk with you last week regarding...

แก้ไขเป็น

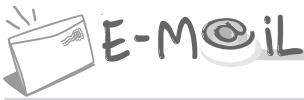
I was pleased to talk with you last week regarding...



6 การใช้คำสันธาน หรือ วลีสันธาน (Connecting Words or Phrases)

คำสันธานหรือวลีสันธานเป็นสิ่งที่ใช้เชื่อมข้อความของคุณให้อ่านได้อย่างลื่นไหล ราบรื่น อ่านง่ายขึ้น เช่นคำว่า *however*, *in addition* หรือ *to summarize* หากขาดซึ่งคำเชื่อมก็จะทำให้ข้อความของคุณไม่ต่อเนื่องกัน ผู้เขียนขอแนะนำให้เพิ่มคำเชื่อมในทุกๆ ประโยคที่สามของข้อความของคุณ ทั้งนี้คำเชื่อมประโยคจะมีสองระดับได้แก่ ระดับเป็นทางการ (formal) และระดับไม่เป็นทางการ (informal)

ตัวอย่าง การใช้คำสันธาน หรือวลีสันธาน



จุดประสงค์	ทางการ	ไม่เป็นทางการ
☒ เปรียบเทียบ (comparison)	similarly, in comparison	again, likewise, still
☒ บอกเวลา ลำดับของเหตุการณ์ (time)	eventually, formerly, subsequently	then, next, after, later, since, while
☒ นอกจากนั้น, มากกว่านั้น (same direction)	furthermore, moreover, in addition	and, first, second, third, besides. also
☒ ขัดแย้ง (contrast)	however, nevertheless, on the contrary	but, still, yet, meanwhile, on the other hand
☒ ให้ตัวอย่าง, เพื่อให้เห็นภาพ (illustration)	to illustrate, in other words	for example
☒ สรุปเรื่อง (conclusion)	therefore, accordingly, in conclusion	so, as a result, to sum up, in short
☒ เน้นย้ำ (emphasis)	in any event, to be sure	of course, naturally, obviously



เลือกใช้กริยาสื่อความหมายอย่างตรงพล้ง

บ่อยครั้งที่ผู้เขียนอีเมลใช้คำนาม (noun) แทนที่จะใช้คำกริยาที่สื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ซึ่งทำให้ประโยคขาดความหนักแน่น นอกจากนี้ยังเป็นการใช้คำที่ไม่จำเป็นด้วย

วิธีแก้ไข พยายามเปลี่ยนคำนามประเภทที่ลงท้ายด้วย *-ance*, *-ment*, และ *-ion* ให้เป็นคำกริยาเท่าที่จะทำได้

EXAMPLE

This email is a confirmation of the details of our meeting last Tuesday.

แก้ไขเป็น

This email confirms the details of last Tuesday's meeting.

EXAMPLE

Preparation of an agenda should be done before a meeting.

แก้ไขเป็น

Please prepare an agenda before the meeting.

8 กริยาช่วย ไม่ช่วยอะไร

โดยปกติกริยาช่วย (helping verb) จะมีบทบาทอย่างมากในทุกประโยคของภาษาอังกฤษ เช่นการผัน tense, การเปลี่ยนประโยคเป็น passive voice, การทำประโยคให้สุภาพ เป็นต้น แต่ในบางครั้งมันก็อาจจะทำให้ประโยคของคุณดูไม่หนักแน่น ดังนั้นคุณจึงควรตัดกริยาช่วยเหล่านี้ออก และเปลี่ยนคำใหม่ตามความเหมาะสม

ตัวอย่างของกริยาช่วย ได้แก่

- ✉ be (am, is, are, was, were, been)
- ✉ have (has, had)
- ✉ do (does, did)
- ✉ shall
- ✉ should
- ✉ would

EXAMPLE

I will have (กริยาช่วย) completed the project by Friday.

แก้ไขเป็น

I will complete the project by Friday.



ตรวจสอบเขตเวลาของโลก (Time Zone)

ในการติดต่อสื่อสารทางอีเมล

เนื่องจากอีเมลไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา คุณสามารถเลือกเวลาการเขียนและส่งอีเมลได้ 24 ชั่วโมง แต่ทั้งนี้คุณต้องเข้าใจเวลาที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศด้วย ถ้าคุณส่งอีเมลไปถึงปลายทางที่สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ เมื่อเวลา 9.00 น. คุณอาจจะต้องรอถึงบ่ายสามโมง กว่าที่ผู้รับปลายทางของคุณจะเปิดอีเมลของคุณอ่าน เนื่องจากเวลาในประเทศไทยเร็วกว่าสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ประมาณ 5 ชั่วโมง โดยคุณสามารถตรวจสอบเวลาในแต่ละพื้นที่ของโลกได้ที่ <http://www.timeanddate.com/worldclock/> ซึ่งจะแสดงเป็นแบบ realtime

การใช้อีเมลแอดเดรสของบริษัท

เมื่อคุณเขียนอีเมลในนามอีเมลแอดเดรสของบริษัท เช่น

sureerat@expernetbooks.com ผู้รับผิดชอบในเนื้อหา ก็คือผู้เขียนอีเมล โดยการใช้อีเมลของบริษัทมีข้อควรคำนึงถึงดังนี้



1 จำกัดเนื้อหาในอีเมลให้เหมาะสม

วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ ในการเขียนอีเมล คือ การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร เช่น ตารางงาน, ผลการวิจัย, ข่าวของบริษัท คุณไม่ควรจะส่งข่าว

ศีกษากฎกรรม หรือคำก่นด่าใครบางคน และควรควบคุมเนื้อหาของอีเมลของคุณ ให้มีความยาวไม่เกิน 1 หน้า A4

2 **อย่าส่งอีเมลส่วนตัวในที่ทำงาน**

โปรดระมัดระวังข้อความที่วิพากษ์วิจารณ์บริษัท การเสวนาเกี่ยวกับธุรกิจอื่น การวิจารณ์ตำแหน่งใหม่ของคนใดคนหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นภัยสู่ตัวคุณได้ เพราะปัจจุบันมีเทคโนโลยีในการสืบค้นข้อมูลในอีเมลของพนักงานได้

3 **เคารพในสายการบังคับบัญชาการทำงาน**

คุณสามารถส่งอีเมลถึงใครก็ได้บนโลกนี้ ไม่ว่าจะเป็น CEO หรือประธานบริษัท แต่ทั้งนี้คุณควรพิจารณาลำดับสายงานของคุณด้วยว่า คุณควรรายงานให้หัวหน้างาน (supervisor) ของคุณตรวจทานข้อความในอีเมลก่อนหรือไม่

4 **จัดระเบียบอีเมล**

หมั่นตรวจสอบอีเมลขยะ (junk mail, spam mail หรือ bulk mail) และจัดระเบียบอีเมลของคุณให้เรียบร้อย เพื่อความสะดวกในการสืบค้น หากจำเป็นต้องใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง คุณสามารถปรึกษาแผนก IT ของบริษัทเพื่อป้องกันอีเมลขยะ และติดตั้งโปรแกรมกำจัดไวรัสด้วย รวมถึงการส่งอีเมลชำรุด รูปภาพ และคลิปวิดีโอให้แก่ผู้อื่น คุณก็ต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนว่าจะก่อปัญหา หรือทำให้เปลืองเนื้อที่ในการเก็บข้อมูลหรือไม่



5 อย่าใช้อารมณ์ในการเขียนอีเมล

อีเมลที่เขียนด้วยอารมณ์โกรธ เสียใจ น้อยใจ คุณถูก หรือวิพากษ์วิจารณ์ผู้อื่นอย่างรุนแรง อาจก่อให้เกิดเรื่องวุ่นวาย และการทะเลาะเบาะแว้งตามมาภายหลัง ดังนั้น คุณควรรวบรวมสมาธิ ทำจิตใจให้สงบก่อนที่จะเขียนอีเมล และเขียนอีเมลด้วยจิตใจที่เป็นกลาง หรือถ้าคุณอยากจะเขียนระบาย จงเขียนมันและเก็บไว้ในอีเมลฉบับร่าง (draft) สักสอง-สามวัน แล้วจึงกลับมาอ่านทบทวนดูอีกครั้ง และถามตัวเองว่า “ฉันจะกล้าพูดถ้อยคำเหล่านี้ต่อหน้าผู้รับหรือไม่” เพราะอีเมลที่คุณเขียนจะแสดงถึงตัวตนที่แท้จริงของคุณ และปลายทางก็คือคนที่มีชีวิตจิตใจ ที่สำคัญคือข้อความเหล่านี้สามารถถูกส่งต่อ (forward หรือ Fwd) ได้ง่าย และจารึกไว้ชั่วนิรันดร์

เมื่อต้องตอบคำถามหรือตั้งคำถาม

เทคนิคบางอย่างในการเขียนตอบคำถาม หรือตั้งคำถามในอีเมลอย่างมืออาชีพ 2 ข้อต่อไปนี้ เป็นสิ่งสำคัญที่คุณควรกระทำทุกครั้งในการเขียนอีเมล

1. ถ้าคุณตอบคำถามหรือข้อมูล คุณจะต้องไม่ลืมทวนคำถามจากอีเมลเดิม โดยการแทรกคำถามเดิมเข้าไปด้วย ซึ่งโปรแกรมการเขียนอีเมลในปัจจุบันสามารถตั้งค่าในการแทรก sender's original message ได้เพื่อให้ข้อความเดิมจากผู้ส่งยังคงอยู่ ทั้งในการตอบ (reply) และส่งต่อ (fwd) หรือจะใช้วิธีตัด (cut) และ วาง (paste) ก็ได้

2. ถ้าต้องการถามคำถามหรือขอข้อมูล คุณควรระบุลงไป หัวข้อ (subject) ให้ชัดเจน และถามคำถามหรือระบุสิ่งที่ ต้องการในส่วนเนื้อหาของเนื้อเรื่อง (body) ทั้งนี้คำถามจะต้อง ไม่เยิ่นเย้อ แต่ต้องเรียบง่าย โดยเรียงคำถามจากข้อที่มีความ สำคัญมากที่สุดไปอย่างน้อยสุด

ดัดแปลงอีเมลของคุณ

การเขียนอีเมลสามารถเขียนได้ทั้งรูปแบบที่ไม่เป็นทางการและรูปแบบที่เป็นทางการ เราสามารถใช้อีเมลส่งถึงเพื่อนได้จนกระทั่งถึงประธานบริษัท การจะใช้ความเป็นทางการในการสื่อสารมากหรือน้อยนั้น ก็ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้อ่านและวัตถุประสงค์ของคุณ อย่างไรก็ตามไม่ว่าอีเมลของคุณจะเป็นทางการมากน้อยเพียงใดก็ตาม คุณจะต้องแน่ใจว่าหัวข้อ (subject) ของอีเมลนั้นสามารถสื่อถึงเนื้อหาในอีเมล และสิ่งที่คุณต้องการได้อย่างครบคลุม

การเขียนหัวข้อเรื่องอีเมลที่มีประสิทธิภาพ

หัวข้อเรื่องอีเมลเป็นสิ่งที่สำคัญในการเขียนอีเมล เนื่องจากเราไม่สามารถรู้ได้เลยว่าในแต่ละวัน ผู้รับอีกฝ่ายของคุณมีอีเมลเข้ามากี่ฉบับ หัวข้อเรื่องจึงมีบทบาทต่อการตัดสินใจอ่านของผู้รับว่าควรจะอ่านฉบับใดก่อน โดยปกติเราจะสำรวจหัวข้อเรื่องและคัดเลือกเรื่องที่มีความสำคัญเปิดอ่านก่อน อีเมลที่ไม่มีหัวข้อเรื่อง (No subject) หรือหัวข้อเรื่องทั่วๆ ไป เช่น Hello, Question อาจเสี่ยงต่อการไม่ถูกเปิดอ่านได้ และท้ายที่สุดก็จะถูก ลบไปโดยที่คุณไม่รู้ตัว



เพื่อที่จะแน่ใจให้ผู้รับเปิดอีเมลของคุณขึ้นมาอ่านก่อน หัวข้อเรื่อง (subject) ของคุณจะต้องมีข้อมูลที่สื่อถึงวัตถุประสงค์ได้ โดยคุณสามารถใช้คำสำคัญ หรือเขียนเป็นคำถามก็ได้



E-MAIL

ตัวอย่างของหัวข้อเรื่อง ที่ไม่มีประสิทธิภาพ

1 st Quarter's Revenue
Report

Office Relocating

Harry Potter

ตัวอย่างของหัวข้อเรื่อง ที่มีประสิทธิภาพ

Need Pie Chart in 1 st
Quarter's Revenue Report

Revised Schedule for Office
Relocating

How Harry Potter Ends in
Episode 7

ในกรณีที่คุณได้ตอบอีเมล (responding) กลับไปกลับมาหลายรอบในหัวข้อเดียวกัน คุณควรจะแก้ไขหัวข้อของอีเมลให้สอดคล้องกับเนื้อหาในอีเมลที่แก้ไขใหม่ของคุณด้วย ซึ่งโปรแกรมในอีเมลส่วนใหญ่มักจะคัดลอกหัวข้อเดิมที่ผู้ส่งสร้างไว้เมื่อคุณคลิก reply ดังนั้น คุณจึงแค่เพียงแก้ไขหัวข้อใหม่ โดยไม่จำเป็นต้องพิมพ์ใหม่ทั้งหมด ซึ่งจะช่วยให้คุณประหยัดเวลาและทราบถึงความคืบหน้าของงานได้เร็วขึ้น นอกจากนี้คุณอาจจะ

ใช้คำว่า Re: หน้าหัวข้อของคุณ เพื่อให้ทราบว่าคำตอบอีเมลกลับ อย่างไรก็ตาม ก็ดีโปรแกรมการโต้ตอบอีเมลในปัจจุบันมักจะปรากฏ Re: ขึ้นมาโดยอัตโนมัติอยู่แล้วเมื่อคุณตอบอีเมลกลับ เช่น

Subject (ส่งครั้งแรก) : Please send the forecast of Model C307 for next quarter.

Subject (ตอบกลับ) RE : The detail of forecast of Model C307 for next quarter.

การใช้คำบ่งชี้ความสำคัญของอีเมล

คุณสามารถระบุค่าบ่งชี้ระดับความสำคัญของอีเมลได้ในหัวข้อดังต่อไปนี้

- ✉ RE: (I am responding to your question หมายถึง คุณกำลังตอบคำถาม หรือตอบอีเมลของผู้รับ ซึ่งส่วนใหญ่จะปรากฏขึ้นมาในอีเมลโดยอัตโนมัติ)
- ✉ URGENT: (หมายถึง ข้อความในอีเมลเป็นเรื่องด่วน เรื่องสำคัญมาก)
- ✉ FYI: (For your information หมายถึง อ่านเพื่อทราบเท่านั้น)
- ✉ REQ: (Please read, as action is required หมายถึง กรุณาอ่านและโปรดดำเนินการ)



EXAMPLE

Subject : FYI : *Your car lights have been left on*

Subject : URGENT : *Computer problem is impacting customers.*

สำหรับเรื่องที่มีความเร่งด่วน และมีความสำคัญมากๆ นั้น คุณก็สามารถระบุไว้ได้ในทั้งหัวข้อเรื่องและเนื้อเรื่อง

EXAMPLE

Subject : REQ : *Information for Alliance Contract req'd Sept. 6*

เนื้อเรื่อง

The Alliance proposal is due next week. I would appreciate it if you could send me your input by Sept. 6, so that I can include it.

การใช้คำขึ้นต้น

การเขียนอีเมลนั้นมีความเป็นทางการน้อยกว่าการเขียนจดหมายธรรมดา ดังนั้น ระดับของการใช้ภาษาจึงถูกพิจารณาให้เทียบเท่ากับการสื่อสารทางโทรศัพท์หรือการประชุม

คำขึ้นต้นในอีเมลของคุณนั้น สามารถแสดงถึงความรู้สึกคุ้นเคยใกล้ชิดของผู้ส่งและผู้รับข้อความได้ ซึ่งสำหรับในประเทศไทยเรานิยมใช้คำทักทาย หรือคำขึ้นต้นอย่างเป็นทางการและสุภาพ ได้แก่

Dear + คำนำหน้า (Mr., Mrs. Miss, Ms.) + นามสกุล :
หรือ
Dear + Khun + ชื่อ :

Dear Mr. Mulligan:

Dear Miss Brown:

Dear Sir or Madame: (ในกรณีที่คุณไม่ทราบชื่อของผู้รับ)

สำหรับการติดต่อสื่อสารในแวดวงธุรกิจของประเทศไทย การใช้คำนำหน้า Khun (คุณ) และตามด้วยชื่อทั้งชาวต่างชาติหรือชาวไทย ถือว่าสุภาพและเป็นการให้เกิดความรู้สึกสนิทสนมทั้งการสื่อสารทางการพูด หรือการเขียน เช่น Dear Khun Somsri:, Dear Khun Alan:

หากคุณติดต่อกับชาวอเมริกัน โดยเฉพาะอเมริกาเหนือ มักจะไม่ค่อยนิยมใช้ Dear แต่จะใช้ Hi, Hello หรือใช้ชื่อของผู้รับไปเลย ในขณะที่ชาวยุโรปและเอเชียยังคงนิยมใช้ Dear กันอยู่



เขียนอีเมลภาษาอังกฤษแบบมือโปร

หรือในกรณีที่เขียนอีเมลแบบไม่เป็นทางการ คุณสามารถใช้ Hi, Hello + ชื่อได้ เช่น Hi Joe, Hi Jack

คำแนะนำสำหรับคำขึ้นต้นในการเขียนอีเมล



E-MAIL

ทางการ	ไม่เป็นทางการ	ส่วนตัว
Dear Khun Juree Jaidee Greetings	Hi Everyone Good day	ชื่อของผู้รับ

แต่ถ้าหากคุณไม่มั่นใจในเรื่องของกรอบเวลาที่ผู้รับจะเปิดอีเมลอ่าน ควรหลีกเลี่ยงการใช้ Good day หรือ Good Morning

การใช้คำลงท้าย

โดยทั่วไปในอีเมลนิยมใช้ คำว่า *Thanks, Regards, Best Regards, Kind Regards, Yours, All the best* มากกว่าการใช้คำลงท้ายด้วย *Sincerely Yours* ที่เหมาะสำหรับจดหมายธุรกิจที่เป็นทางการ

 การลงชื่อในอีเมล

คุณสามารถพิมพ์ชื่อของคุณได้คำลงท้าย หรือใช้ Signature Profile ในการประดิษฐ์ ชื่อ นามสกุล, ชื่อบริษัท, ที่อยู่, เบอร์โทรศัพท์, อีเมลแอดเดรส หรือแม้แต่สโลแกนของบริษัท คุณสามารถตั้งค่านี้ได้โปรแกรมสำเร็จรูป เช่น Microsoft Outlook และมันจะปรากฏขึ้นเองโดยอัตโนมัติทุกครั้งที่คุณเขียนอีเมล หรือคุณสามารถประดิษฐ์ลายมือชื่อของคุณโดยทำเป็นสำเนาดีจิตอล ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในวงการธุรกิจ อย่างไรก็ตามไม่ควรมีความยาวเกิน 5 บรรทัด

EXAMPLE

*Brant Tymko, Director of Traffic Flow
Universal Securities Inc.
2345 Second Street
Halifax NS B3L 1G2
(902) 325-6489 Fax (902) 325-6401*

สำหรับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร คุณสามารถลงท้ายแค่เพียงชื่อ และหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อก็น่าจะเพียงพอ

EXAMPLE

*Brant Tymko
(02) 325-6489*



การใช้คำสงวนสิทธิ์

คำสงวนสิทธิ์ (Disclaimer) เป็นข้อความที่อยู่ท้ายสุดของอีเมล เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ของข้อความในอีเมลของผู้ส่งและองค์กร เช่น การแอบอ้างข้อมูลจากเนื้อหาในอีเมล, การละเมิดข้อมูลในสัญญา, การส่งอีเมลผิดผู้รับ เป็นต้น หากเราประกาศ Disclaimer ไว้ก่อนก็จะช่วยลดความเสี่ยงลงได้ มีหลายๆ องค์กร โดยเฉพาะสถาบันทางการเงิน เช่น ธนาคารจะตั้ง Disclaimer โดยอัตโนมัติทุกครั้งเมื่อมีการส่งอีเมลโดยพนักงาน ถ้าหากคุณไม่แน่ใจว่าอีเมลของบริษัทคุณมี Disclaimer หรือไม่ ให้คุณลองส่งอีเมลบริษัทถึงตัวเองดูเพื่อตรวจสอบข้อมูลดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม Disclaimer ก็ไม่ได้เป็นกฎหมายตัวว่าทุกอีเมลจำเป็นต้องมี แต่หากคุณไม่แน่ใจ และเพื่อกันไว้ดีกว่าแก้ คุณก็สามารถใช้ Disclaimer ได้ หรือถ้าคุณเกรงว่าจะมีผลกระทบทางกฎหมาย คุณก็น่าจะปรึกษากับฝ่ายกฎหมาย หรือทนายความของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม Disclaimer เป็นเพียงคำเตือนในเบื้องต้น มันไม่สามารถปกป้องคุณได้ 100 เปอร์เซ็นต์ คุณควรจะมีมาตรการวางสิ่งที่คุณเขียนลงในอีเมลของคุณจะดีที่สุด

ตัวอย่างของ Disclaimer

1. *This email is intended for the original recipient only.*
2. *This email is confidential and is only intended for the individuals authorized to receive it. If you are not the intended recipient, please notify the sender and do not read, copy, use or disclose the contents, but instead, please delete the message and any copies.*
3. *The contents of this email may be privileged and confidential. It may not be disclosed to or used by anyone other than the addressee(s), nor copied in any way. If received in error, please advise the sender, and then delete it from your system.*
4. *This email is private and confidential to the named recipients. Any information provided is given in good faith. However, unless specifically stated to the contrary, STARBRIGHT accepts no liability for the content of the email, or of the consequences of any actions taken on the basis of the information provided, unless that*

ตัวอย่างของ Disclaimer

information is subsequently confirmed in writing. The unauthorized copying of any information contained in this email to persons other than the named recipients is strictly forbidden.

- 5. The information in this email is confidential, privileged and is subject to copyright. It is intended solely for the addressess(s) named. Access to this email by anyone else is unauthorized. If you are not the intended recipient, any disclosure, copying or distribution is prohibited and may be unlawful. When addressed to our clients, any information contained in this email is subject to the terms and conditions expressed in any applicable agreement governing the use of STARBRIGHT services.*
- 6. This email is intended only for the person or entity to which it is addressed and may contain information that is confidential. If you are not the addressee indicated in this message or responsible for delivery this message to anyone. Please destroy this message and notify me by email.*

ตัวอย่างของ Disclaimer

Please advise immediately if you or your employer does not consent to email for messages of this kind. Opinions, conclusions and other information in this message that do not relate to the official business of STARBRIGHT shall be understood as neither given nor endorsed by it.

รูปแบบการเขียนอีเมล

ระบบการเขียนอีเมลในปัจจุบันมีวิวัฒนาการมากกว่าการส่งตัวหนังสือธรรมดา คุณสามารถกำหนดสีสัน ขนาด และรูปแบบให้กับตัวอักษรของคุณได้ บางชนิดคุณสามารถเขียนในรูปแบบ HTML ได้ เพื่อที่คุณจะส่งในรูปแบบ web page ซึ่งมีประโยชน์สำหรับวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น การส่งจดหมายข่าว

หากเป็นการส่งอีเมลเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ควรใช้รูปแบบพื้นฐานธรรมดาก็พอ โดยใช้ bullet หรือตัวเลขในการแบ่งหัวข้อย่อย เพื่อความเป็นระเบียบชัดเจน ใช้ตัวหนาเพื่อเน้นหัวข้อหลัก และตัวเอียงเพื่อเน้นหัวข้อย่อย แต่ไม่ควรออกแบบอีเมลของคุณให้อลังการจนเกินไปอย่าลืมว่าผู้รับต้องการอ่านข้อมูลอย่างรวดเร็วและง่าย และคงไม่สนใจในทักษะการออกแบบความสวยงามของอีเมลของคุณ



นอกจากนี้คุณควรตรวจสอบงานตัวสะกด และไวยากรณ์ให้ถูกต้อง ทุกครั้งก่อนส่ง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับคุณและองค์กรของคุณ

ความหมายบางประการของรูปแบบใน ข้อความที่ปรากฏในอีเมล



1 ใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ เช่น

PLEASE LET US KNOW ASAP

URGENTLY

THE STOCK IS RUNNING OUT

การใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่เช่นนี้ หมายถึงการเน้นย้ำ และประกาศให้รู้ถึงความเป็นมือใหม่ของคุณ ดังนั้น ถ้าหากไม่จำเป็นก็ไม่ควรใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ในการเขียนอีเมลมากเกินไป นอกจากนี้ การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ยังทำให้อีเมลของคุณดูไม่เป็นทางการอีกด้วย



2 การใช้คำย่อจากพยัญชนะตัวแรกของ คำศัพท์ (Acronym)

คนในองค์กรหรือเพื่อนร่วมงานคุณอาจทราบความหมายของคำย่อที่คุณเขียนลงไปในอีเมลได้ เช่น RPP ว่าเป็น Repair Product Planning แต่ลูกค้าคนสำคัญของคุณอาจจะไม่เข้าใจ ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้คำย่อในการเขียนอีเมล อย่างไรก็ตาม ถ้าคุณเป็นฝ่ายได้รับอีเมลที่มีการใช้คำย่อ คุณอาจจะใช้ Acronym Dictionary ช่วย หรือสืบค้นจากเว็บ Search Engine ต่างๆ ก็ได้ ทั้งนี้บางบริษัทใหญ่ๆ ก็ได้จัดทำระบบฐานข้อมูลเพื่อช่วยสืบค้นคำย่อเอาไว้ด้วย

3 การใช้สัญลักษณ์แทนอารมณ์ (emoticon)

การใช้สัญลักษณ์แทนอารมณ์ เช่น หน้ายิ้ม สีเหลือง บางครั้งอาจทำให้อีเมลของคุณดูไม่เป็นมืออาชีพได้ แต่คุณอาจใช้ส่งถึงเพื่อนร่วมงาน หรือคนใกล้ชิดได้

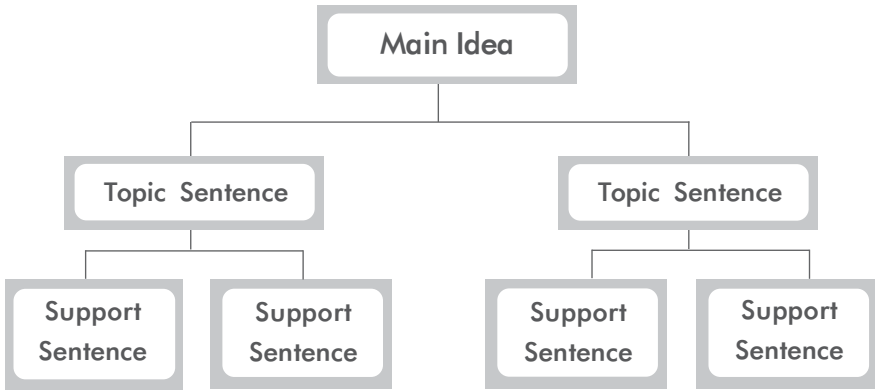
ประโยคและย่อหน้าในการเขียนอีเมล

ส่วนประกอบของอีเมลแต่ละฉบับจะประกอบด้วยประโยค และย่อหน้า โดยในแต่ละย่อหน้า (paragraph) จะต้องสื่อถึงความคิดหลักเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้น และต้องเชื่อมโยงเรื่องราวกันอย่างมีเหตุผล รวมถึงเรียงลำดับเหตุการณ์ก่อน-หลังได้อย่างไม่วกวน

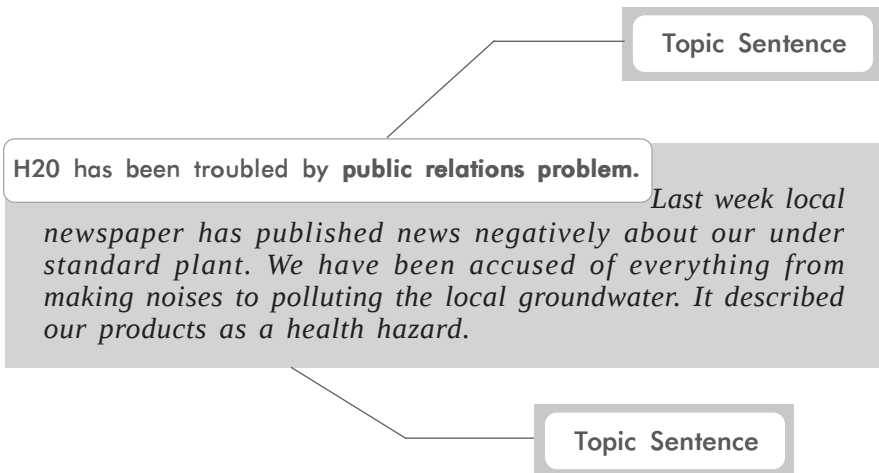
นอกจากนี้ในทุกๆ ประโยคที่ประกอบกันเป็น 1 ย่อหน้าจะต้องสามารถช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจ และสนับสนุนแนวความคิดหลัก (main idea) ของอีเมลด้วย

ส่วนมากเราจะใช้ Topic Sentence (ประโยคหลัก) ในการแนะนำหัวข้อของแต่ละย่อหน้า และตามด้วย Support Sentence (ประโยคสนับสนุน) ซึ่งเป็นประโยคที่ใช้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมของประโยคหลัก ให้คุณลองพิจารณาจากแผนภาพโครงสร้างการเขียนอีเมลด้านล่างนี้ เพื่อใช้เป็นหลักในการเขียนอีเมลแต่ละฉบับ

โครงสร้างการเขียนอีเมล

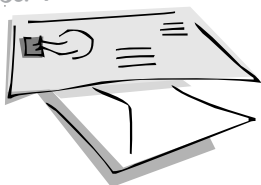


ตัวอย่างการเขียนย่อหน้าที่มีประสิทธิผล



แนวความคิดหลักของอีเมลฉบับนี้คือ H2O has been troubled. โดยเนื้อเรื่องจะได้อธิบายเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบริษัท ในตอนท้ายอาจจะนำเสนอวิธีการแก้ไขให้ดำเนินการ จะสังเกตเห็นว่าในตัวอย่างนั้น รายละเอียดของย่อหน้าจะอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับประโยค Topic Sentence และอยู่ในประเด็นเดียวกัน ในที่นี้เป็นการขยายความ Public Relations Problem

You have Got Mail



4

การตรวจทาน เสร็จสมบูรณ์

สิ่งที่ต้องตรวจทานก่อนส่งอีเมล มีดังต่อไปนี้ :



1 ตรวจทานเนื้อหาและข้อความที่ผู้รับสามารถ
อ่านแล้วเข้าใจ รู้เรื่องได้

ความรอบคอบเป็นสิ่งสำคัญในการเขียนอีเมลธุรกิจ การตรวจ
ทานข้อความจะเกิดขึ้นตลอดกระบวนการเขียนอีเมลของคุณ และหลังจาก
ที่คุณเขียนร่างอีเมลของคุณเสร็จสิ้นแล้ว สิ่งที่คุณต้องตรวจทานได้แก่



เนื้อหาครบถ้วน ถูกต้อง และเกี่ยวข้องกับผู้รับ ถ้าส่งข้อมูล
ที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้รับ ก็จะทำให้เสียเวลาในการอ่าน และ
ถูกมองข้ามประเด็นที่สำคัญไป

- ✉ การเรียงลำดับเหตุการณ์ก่อนหลังมีความสอดคล้อง ต่อเนื่องกันดี
- ✉ ไม่มีการเขียนซ้ำซาก รววน
- ✉ รายละเอียดของแต่ละย่อหน้าสนับสนุนแนวคิดหลักของอีเมล
- ✉ การใช้ภาษา และไวยากรณ์ที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ง่าย
- ✉ รายละเอียดของเนื้อเรื่องอยู่หมวดหมู่เดียวกัน ไม่กระจัดกระจายไปคนละทิศละทาง



2 ตรวจสอบรูปแบบ การใช้ย่อหน้า ขนาดตัวอักษร

และรูปแบบการเขียนอีเมล ให้ดูสะอาดสะอ้าน ไม่เลอะเทอะ ดูเป็นมืออาชีพ

- ✉ ความยาวแต่ละย่อหน้ามีความเหมาะสมในการเล่าเรื่อง ย่อหน้าที่สั้นกว่าจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกอ่านได้ง่ายกว่า (ประมาณ 100 คำ หรือน้อยกว่า)
- ✉ ตัวอักษรสามารถสื่อได้ถึงอารมณ์ ความรู้สึก ความเป็นทางการ ความไม่เป็นทางการได้ คุณจึงควรเลือกใช้ตัวอักษรและขนาดตัวอักษร รวมถึงสีของตัวอักษรที่เหมาะสม โดยตัวอักษรมีสองรูปแบบ คือ :



Serif คือตัวอักษรที่มีลักษณะเหมือนลายมือเขียน จะมีหางเล็กน้อย เช่น Times Roman ซึ่งเป็นตัวอักษรที่นิยมใช้มากที่สุด ตัวอักษรบางชนิดที่มีลักษณะตัวกลม จะให้ความรู้สึกอ่อนนุ่ม เป็นมิตรและเป็นกันเอง

 **Sans Serif** ตัวอักษรที่ไม่มีหาง มาในรูปแบบของตัวพิมพ์จะให้ความรู้สึกเข้มแข็งกว่าแบบ **Serif** เช่น **Helvetica** และ **Arial** อย่างไรก็ตามถ้าเราเขียนอีเมลยาวๆ การใช้อักษรประเภทนี้จะทำให้รู้สึกปวดตา เพราะมันจะดูแข็งๆ ดังนั้นมันจึงเหมาะสมที่จะใช้ในการเขียนหัวเรื่องหรือหัวเรื่องรองมากกว่า

ลองเปรียบเทียบการใช้ตัวอักษรสองประเภท ในขนาดที่เท่ากัน

- แบบ **Sans Serif**

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

- แบบ **Serif**

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica

Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica Helvetica



เลือกใช้เครื่องหมายวรรคตอน เพื่อให้รูปแบบของอีเมลของคุณดูเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การใช้ **bullet** เพื่อใช้เน้นข้อความให้เด่นชัดและอ่านง่ายมากขึ้น เช่น การทำเป็นรายการสินค้า

EXAMPLE 1

Our available products are :

- *Vodka 2500 bottles*
- *Beer 2000 bottles*
- *Wine 200 bottles*

EXAMPLE 2

The board of directors met to discuss the revised annual budget. To keep expenses in line with declining sales, the directors voted to

- *cut everyone's salary by 10 percent*
- *close the employee cafeteria*
- *reduce travel expenses*

หรือการใช้ตัวเลขช่วยสำหรับเรื่องที่ต้องทำเป็นลำดับขั้นตอน

EXAMPLE

15 Steps to Buying a Home, Condo, or Townhouse

- 1. Get Your Finances in Order*
- 2. Get Familiar with the Mortgage Industry*
- 3. Get Pre-Approved for a Mortgage*
- 4. Determine Your Wants, Needs, and Must-Haves*
- 5. Find a Good Real Estate Agent or Realtor*
- 6. Start Searching for a Home*
- 7. Deal with Pre-Offer Issues*
- 8. Making an Offer*
- 9. Earnest Money*
- 10. Negotiation and Counter Offers*
- 11. Home Inspections and Other Tests*
- 12. Final Contract*
- 13. Home Appraised by Your Lender*
- 14. You're on the Way to Closing, Avoid Last Minute Problems*
- 15. Settlement and Take Possession of Your Home*

การเขียนหัวเรื่องและหัวเรื่องรองของอีเมล

- ✉ ควรเลือกใช้หัวเรื่องที่สามารถดึงดูดความสนใจ และทำให้ผู้อ่านต้องอ่านเนื้อเรื่องในอีเมลของเรา
- ✉ หัวเรื่องรอง คือการบอกผู้อ่านให้ทราบถึงเรื่องย่อในอีเมลว่าประกอบด้วยเรื่องอะไรบ้าง

ประเภทของการเขียนหัวเรื่อง

- 🖱 การใช้คำนามเพื่ออธิบาย เช่น *“Estimated cost for PR plan”*
- 🖱 การใช้วลีหรือ phrase เช่น *“A new way to cut cost”, “Improved financial plan for next quarter”*

เพิ่มเติมกราฟิก เสียง วิดีโอคลิป หรือ Hypertext ตามความเหมาะสม แต่คุณต้องตรวจสอบด้วยว่าไฟล์หรือกราฟิกที่คุณแนบไปจะเป็นการทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้รับมีปัญหาหรือไม่ ซึ่งเรื่องเหล่านี้คุณควรปรึกษาแผนก IT ของบริษัทคุณด้วย

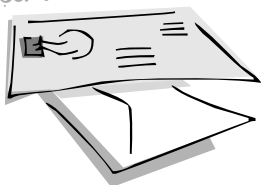
3 ตรวจสอบตัวสะกดและไวยากรณ์

ให้ตรวจสอบความถูกต้องของไวยากรณ์ โดยถ้ามีประโยคที่คุณยังไม่แน่ใจ คุณก็อาจสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา หรือถ้าคุณมีเจ้านายฝรั่งที่พอจะไว้วางใจได้ ก็ให้ลองขอคำแนะนำในเรื่องของไวยากรณ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการใช้ Tense Sentence และ Voice ดีกว่าปล่อยให้อีเมลของคุณถูกส่งไปทั่วโลกแบบผิดๆ

อีเมลที่เสร็จสมบูรณ์

เมื่อตรวจทานเรียบร้อยแล้วคุณก็มีอีเมลที่เสร็จสมบูรณ์ โดยขั้นสุดท้ายก็คือ การส่งอีเมลไปยังผู้รับ หรือกลุ่มเป้าหมายที่คุณต้องการ

You have Got Mail



5

การเขียนอีเมลและ ตอบอีเมลประจำวัน ที่ใช้กันทั่วไป

การเขียนอีเมลเพื่อแสดงความประสงค์ (Requesting E-mail)

เราเขียนอีเมลเพื่อแสดงความประสงค์ถึงสิ่งต่างๆ มากมาย เช่น ขอข้อมูล ขอให้อีกฝ่ายปฏิบัติงาน ขอผลิตภัณฑ์ ขอให้ชี้แจง ขอให้แก้ไขสินค้าที่ชำรุด และอีกหลายๆ เรื่องที่เกิดขึ้นเป็นประจำในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งโดยส่วนมากผู้รับจะยินดีดำเนินการให้ตามที่เราประสงค์ ถ้าคุณสามารถสื่อสารผ่านทางอีเมลได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ผู้รับก็จะสามารถตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของคุณได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์ในการเขียนอีเมล เพื่อแสดงความประสงค์

1 เริ่มต้นเรื่อง หรือการเปิดเรื่อง (Opening)

 เพื่อถึงจุดความสนใจของผู้รับ และทำให้ผู้รับสามารถทราบโดยทันทีถึงสิ่งที่คุณต้องการ โดยในย่อหน้าแรก คุณควรระบุถึงสิ่งที่คุณต้องการให้อีกฝ่ายดำเนินการ หรือสิ่งที่คุณต้องการ ซึ่งส่วนมากจะใช้ประโยคคำสั่ง (Imperative : คือประโยคที่ขึ้นต้นด้วย infinitive without to เช่น send, submit, describe) จากนั้นจึงอธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมถึงที่มาเหตุผล หรือปัญหา อย่างไรก็ตามคุณควรใช้ถ้อยคำที่สุภาพด้วยการเติม **Please** ลงไปในประโยคคำสั่งด้วย เช่น **Please** send me the report urgently, **Please** combine the shipment เป็นต้น

หากเป็นการแจ้งข่าวดี ควรขึ้นต้นด้วยคำที่สามารถสื่อให้ผู้รับเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นข่าวดี เช่น

 **Congratulations!** You have been chosen to join our trip to Europe.

 **Good news!** Your items on PO. NO. 002 will arrive on July 15, 2007.

 **ใช้คำขออย่างสุภาพ** โดยใช้รูปประโยคคำถามที่ขึ้นต้นด้วย would หรือ could แต่ไม่ควรใส่เครื่องหมายคำถาม เช่น

Would you please help me describe about how we can consolidate these fog lamps with Shanghai's order. ยกเว้นคำถามที่ต้องการให้ตอบ Yes, No เราต้องใส่เครื่องหมายคำถามลงไปด้วย เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าต้องตอบว่าได้หรือไม่ได้

✉ **ระบุสิ่งที่คุณต้องการให้ชัดเจน** ถ้าคุณต้องการตัวเลขงบประมาณ ค่าประชาสัมพันธ์สำหรับปี 2008 คุณก็ต้องระบุให้ชัดเจนว่า คุณต้องการเพียง 1 หน้าสรุป หรือรายละเอียดปลีกย่อยทั้งหมดจำนวน 100 หน้า เป็นต้น

2 เนื้อเรื่อง (Body)

หลังจากขึ้นต้นด้วยการระบุถึงสิ่งที่คุณต้องการแล้ว ในย่อหน้าต่อไปคือ เนื้อเรื่อง ซึ่งจะต้องอธิบายได้อย่างราบรื่นและเป็นเหตุเป็นผล ควรระบุให้ผู้รับเห็นถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับการดำเนินการตามคำขอ เช่น หากเราต้องการให้อีกฝ่ายอธิบายถึงการใช้งานระบบการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต คุณก็ควรชี้ให้เห็นว่า การอธิบายวิธีการนั้นจะช่วยให้ลูกค้าพึงพอใจและส่งสินค้าได้ง่ายขึ้น ทำให้บริษัทได้กำไรเพิ่มขึ้น หรือการเปลี่ยนเวลาเข้า-เลิกงาน จะช่วยแก้ปัญหการติดตอสื่อสารระหว่างประเทศของพนักงานในบางตำแหน่งได้ และทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น แต่ถ้าเป็นการขอร้องให้ตอบคำถาม คุณควรคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้ :

✉ **เริ่มด้วยคำถามที่สำคัญที่สุดก่อนเสมอ** เช่น ถ้าคุณต้องการถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าชนิดหนึ่ง สิ่งที่คุณต้องการทราบเป็นอันดับแรก คือ อัตราการจัดส่งสินค้า โดยคุณควรขึ้นต้นด้วยการถามเรื่องดังกล่าวก่อน เช่น What is the cost for shipping the books by air freight ?

- ✉ **ถามเฉพาะคำถามที่เกี่ยวข้องเท่านั้น** ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับตอบคำถามได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น
- ✉ **หนึ่งคำถามมีเพียงหนึ่งประเด็น** ไม่ควรถามคำถามหลายประเด็นในประโยคเดียวกัน เพราะจะทำให้ผู้อ่านเกิดความสับสนในการตอบ และอาจตอบไม่ครบถ้วนได้

ตัวอย่างการถามคำตอบหลายประเด็นในประโยคเดียวกัน
(ทำให้เกิดความสับสนได้)

Who is in charge of this damaged part and would you please clarify how to adjust it ?

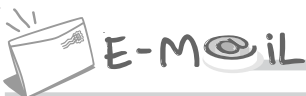
3 จบเรื่องหรือปิดเรื่อง (Closing)

โดยจบลงด้วยสิ่งที่คุณต้องการให้ผู้อ่านดำเนินการ และจบด้วยไมตรี

จิต

- ✉ **เน้นย้ำสิ่งที่คุณต้องการให้ผู้อ่านดำเนินการ หรือวิธีการติดต่อกลับ หรือการจบอย่างมีไมตรีจิต (Goodwill Close)** เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ด้วยดี และทำให้อีกฝ่ายตระหนักว่าการดำเนินการครั้งนี้มีความสำคัญ และจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ

- ✉ ไม่ควรจบด้วยการขอบคุณล่วงหน้า ถึงแม้จะเป็นการขอร้องให้ดำเนินการก็ตาม



การจบแบบธรรมดา

- ✉ Thank you in advance.
- ✉ Thank you for your cooperation.

การจบแบบมีไมตรีจิต

- ✉ Your cooperation will be our great appreciates.
- ✉ Your information will help us clarify the wrong parts' problem to our customers.
- ✉ We are looking forward to working with you in the future.

ประเภทของการเขียนอีเมล เพื่อแสดงความประสงค์

- ✉ การขอข้อมูลหรือขอให้ดำเนินการ (requesting for information or action)
- ✉ การขอให้อนุมัติ (requesting for approval)

- ✉ การเรียกชดเชยความเสียหายของสินค้า (making claims or requesting adjustments, replacement, refund)

1 การขอข้อมูลหรือขอให้ดำเนินการ

เป็นการเขียนอีเมลเพื่อสอบถามในสิ่งที่คุณต้องการทราบ ขอความคิดเห็นจากอีกฝ่าย และขอให้อีกฝ่ายดำเนินการ โดยองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับอีเมลประเภทนี้ได้แก่ :

- ✉ คุณต้องการอะไร หรือคุณต้องการให้ผู้อ่านทำอะไร
- ✉ ทำไมคุณจึงต้องการสิ่งนั้น หรือทำไมจึงต้องการให้ผู้อ่านดำเนินการ
- ✉ มีอะไรที่น่าสนใจที่จะทำให้ผู้อ่านดำเนินการตามที่คุณขอ

กระบวนการเขียน

- 🖱 การเริ่มต้นเรื่องหรือเปิดเรื่อง : ให้ใช้ Direct Approach บอกผู้อ่านอย่างตรงไปตรงมาถึงสิ่งที่เราต้องการ

= Please send me your financial projections for outsourced production in the coming year.

- 🖱 เนื้อเรื่อง : อธิบาย และให้เหตุผลถึงความจำเป็นในการร้องขอครั้งนี้ หากมีหลายใจความหลักควรขึ้นย่อหน้าใหม่ ตามหลักการใช้ย่อหน้า

- 🖱 การจบเรื่องหรือปิดเรื่อง : ย้ำถึงสิ่งที่คุณต้องการ หากมีกำหนดเส้นตาย (deadline) ให้ระบุวัน เวลาลงไปด้วย เพื่อผู้รับจะ

ได้ทราบถึงกำหนดเวลาที่คุณต้องการข้อมูล หรือการดำเนินการนั้นๆ

ข้อควรจำ :

ข้อความของคุณ ต้องกระชับ เข้าใจง่าย และสามารถสื่อได้ถึงสิ่งที่คุณต้องการอย่างชัดเจน

ตัวอย่างของอีเมลการขอข้อมูลเพื่อขอให้ดำเนินการ (Requesting for Information or Action)



E-MAIL

คำอธิบาย

หัวข้อเรื่อง (Subject) :
ชัดเจน บอกถึงสิ่งที่
ต้องการ

**การเริ่มต้นเรื่อง หรือ
เปิดเรื่อง (Opening) :**
ขั้นต้น : ด้วยประเด็น
หลัก สิ่งที่คุณต้องการ
ให้ผู้รับดำเนินการ

To: rhonda@ttccapital.com
From: jessica@ttccapital.com
Subject: Need the financial projections for
outsourced production.
BCC:
Attachment:

Hi Rhonda:
Please send me your financial projections
for outsourced production in the coming
year.



E-MAIL

คำอธิบาย (to)

เนื้อเรื่อง (Body) :

เหตุผล รายละเอียด
สนับสนุนและความ
จำเป็นในการขอ

การจบเรื่อง หรือปิด เรื่อง (Closing) :

จบด้วยไมตรีจิต

Right now, I believe a 125% increase is authorized, although the previous projections held to 80%. The lower number is based on FIFO. The higher is LST.

I have no difficulty to 125% if operations is comfortable. But I have just seen some correspondence suggesting that 125% is too high for business to approve.

Your prompt cooperation will be appreciated.

Regards,

Jessica Parker
Commercial Manager
TTC Capital Inc.
jessica@ttccapital.com



E-MAIL

ตัวอย่างคำขอร้องอย่างสุภาพเพื่อใช้ในการเริ่มต้นเรื่อง หรือเปิดเรื่อง

May I have a letter of recommendation from you?

ดิฉันต้องการจดหมายคำแนะนำจากท่าน

Would you please submit me the quotation.

กรุณาส่งใบเสนอราคามาให้ดิฉัน

Would you please supply me with the information about...

กรุณาจัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับ....

Please provide feedback on..... กรุณาแสดงความคิดเห็น
เกี่ยวกับ....

Could you please clarify about.... โปรดอธิบายเกี่ยวกับ....

What's the status update on.... ดิฉันต้องการทราบสถานะล่าสุด
ของ....

Please send me the details on..... กรุณาส่งรายละเอียดเกี่ยว
กับ....

Please amend the quantity of.... กรุณาแก้ไขจำนวนของ....

ตัวอย่างการขอบคุณ

I appreciate your time and effort in

ขอบคุณสำหรับเวลาและความพยายามของท่านเกี่ยวกับเรื่อง.....

We are looking forward to hearing from you soon.

หวังว่าจะได้รับคำตอบจากท่านในเร็ววัน



E-MAIL

ตัวอย่างการขอบคุณ (ต่อ)

Your information will be greatly appreciated.

ข้อมูลของคุณจะเป็นประโยชน์อย่างมาก

We look forward to doing further business with you.

เราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้ดำเนินธุรกิจร่วมกับคุณต่อไปในอนาคต

Your prompt action is appreciated.

การดำเนินการทันทีของคุณจะเป็นประโยชน์สำหรับเรามาก

Please let me know the progress of....soon.

โปรดแจ้งให้ผมทราบถึงความคืบหน้าของ....โดยเร็ว



2 การขอให้อนุมัติ

การขออนุมัติถือว่าเป็นการดำเนินงานทางธุรกิจที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกวัน เช่น ขอให้หัวหน้าอนุมัติงบประมาณเบิกจ่ายสำหรับไตรมาสที่สอง ขอให้ผู้จัดการฝ่ายการเงินอนุมัติเงินค่าชดเชยความเสียหาย ขอให้อนุมัติเลื่อนเวลาการทำงาน และขออนุมัติสินเชื่อทางการเงิน เป็นต้น โดยองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ :

- ✉ สิ่งที่คุณต้องการให้ผู้รับอนุมัติหรืออนุญาต
- ✉ ความจำเป็นในการอนุมัติ หากเป็นกฎ นโยบาย หรือตามสัญญาที่ระบุไว้ ก็ควรอ้างถึงด้วย
- ✉ ประโยชน์ทางธุรกิจที่ทุกฝ่ายจะได้รับ



ข้อควรจำ :

หัวข้อของอีเมลเพื่อขออนุมัตินั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งคุณจะต้องเขียนให้ชัดเจน เนื่องจากคุณไม่สามารถทราบได้ว่า ผู้อนุมัติมีอีเมลใน Inbox จำนวนมากเท่าใด หากหัวข้อของคุณไม่สามารถสื่อได้ว่าคุณต้องการขออนุมัติก็อาจทำให้การอนุมัติล่าช้า และส่งผลกระทบต่อผลกระทบบัณฑิตในทางธุรกิจได้

กระบวนการเขียน

 **การเริ่มต้นเรื่อง หรือเปิดเรื่อง :** เริ่มต้นด้วยสิ่งที่เราต้องการให้อีกฝ่ายหนึ่งดำเนินการหรืออนุมัติ ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร โดยใช้ประโยคคำสั่งอย่างสุภาพ หรือประโยคคำถามเชิงขอร้อง และควรใส่สาเหตุโดยสังเขปในย่อหน้าแรกด้วย เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจเรื่องได้ทันที ถึงแม้จะยังอ่านอีเมลไม่จบก็ตาม

 **เนื้อเรื่อง :** อธิบายถึงที่มา และความจำเป็น หรือผลกระทบ ในหนึ่งย่อหน้าจะต้องสื่อเพียงประเด็นเดียว และตามด้วยรายละเอียดเสริม

 **การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง :** แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ทางธุรกิจที่ทุกฝ่ายจะได้รับจากการอนุมัติในครั้งนี้ ถ้าหากเป็นบุคคลที่สาม (third party) ก็ควรระบุถึงประโยชน์ของเขาด้วย



ตัวอย่างอีเมลเพื่อการขออนุมัติ (Request for Approval)

E-MAIL

คำอธิบาย

หัวข้อเรื่อง (Subject) :
ชัดเจน บอกถึงสิ่งที่
ต้องการ

**การเริ่มต้นเรื่อง หรือ
เปิดเรื่อง (Opening) :**
ขั้นต้น: ด้วยประเด็น
หลัก สิ่งที่คุณต้องการ
ให้ผู้รับดำเนินการ
(Direct Approach)

To: pichet@dhm.co.th
From: ewan@dhm.co.th
Subject: Request for damaged cost
approval
BCC:
Attachment: Damaged cost approval no.
152/07

Dear Khun Pichet:

Please approve the damage cost of ship-
ment by Air freight flight no. DHM1207
Bangkok-Shanghai that was delayed for
10 hrs.

This shipment belongs to customer no.
111 / ECOCAR Co.Ltd., consolidating
merchandise as follow :

Part Number	Part Name	QTY. (set)	Prices (Bht)
PP4401	Tail light	5,000	1,500,000
PP4402	Fog lamp	5,000	200,000
Total			1,700,000

E-MAIL

คำอธิบาย (cio)

เนื้อเรื่อง (Body) :

เหตุผล รายละเอียด
ที่มาของความเสียหาย
เน้นย้ำให้เห็นผลกระทบ

The ETA of this shipment was determined on July 2, 2007: 10.00 am. However, it actually arrived at Shanghai on July 2, 2007 : 8 am. The delayed flight has also discontinued the production line of our customer's plant.

DHM guarantees the time arrival of merchandise. We pay 30% of merchandise cost in case of delaying delivery. The total price of the merchandises in this shipment is 1,700,000 baht, so it makes the damaged cost = 510,000 baht.

การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง (Closing) :

จบด้วยการชี้ให้เห็น
ประโยชน์ร่วมกัน และ
สิ่งที่ต้องการให้ผู้อ่าน
ดำเนินการ รวมถึง
Deadline

To reimburse the damaged cost and further the good business with ECOCAR, please sign your name to approve the damaged cost in this attached and fax to me by to day.

Best Regards,

Ewan Michelman
Customer Coordinator
DHM Logistics Thailand
ewan@dhm.co.th
Tel. 02-771-7171 ext. 001



3 การเรียกชดเชยความเสียหายของสินค้า

เมื่อคุณไม่พอใจกับบริการ หรือสินค้าที่คุณสั่งซื้อมา คุณก็อาจจะเพียงแค่ว่าตำหนิติเตียนอย่างเป็นทางการ หรือคุณสามารถที่จะเรียกร้องให้บริษัทชดเชยด้วยการคืนเงิน เปลี่ยนสินค้าใหม่ หรือซ่อมแซม อย่างไรก็ตามในการสื่อสารผ่านทางอีเมลคุณจะต้องดำรงไว้ซึ่งการสื่อสารอย่างมืออาชีพ ไม่ว่าคุณจะมีอารมณ์โมโห หรือฉุนเฉียวมากเพียงใดก็ตาม

คุณจะต้องสงบสติอารมณ์ให้ได้ก่อนที่จะลงมือเขียนอีเมล เพื่อที่จะได้แก้ปัญหาได้ตรงจุดและรวดเร็ว สิ่งที่คุณต้องการก็คือ การรวบรวมเอกสารหลักฐานของความชำรุดเสียหายที่เกิดขึ้น เช่น รูปถ่าย ใบสั่งซื้อ ใบรับ-ส่งสินค้า ใบเสร็จรับเงิน ใบรับประกัน, คู่มือการใช้ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในการตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการขอชดเชยความเสียหาย คุณอาจจะต้องปรึกษากับฝ่ายประเมินความเสียหายของบริษัท หรือหัวหน้างาน เพื่อระบุว่าควรจะได้รับเงินคืน เปลี่ยนสินค้าใหม่ หรือนำไปซ่อม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ ถ้าหากสินค้าหมดจากคลังแล้ว ก็อาจจะต้องชดเชยเป็นการคืนเงินแทนก็ได้

กระบวนการเขียน



การเริ่มต้นเรื่อง หรือเปิดเรื่อง : การเรียกชดเชยสินค้าที่เสียหายเป็นสิ่งที่พบได้บ่อยในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นเราสามารถเริ่มด้วยการกล่าวถึงปัญหาอย่างตรงไปตรงมาด้วยการเขียนแบบ Direct Approach และตามด้วยสิ่งที่เราต้องการให้อีกฝ่ายดำเนินการ เช่น ขอให้เปลี่ยนสินค้าใหม่ (replacement) ขอเงินคืน (refund) ขอให้ให้นำของกลับไปซ่อม (rectification) ขอให้ส่งสินค้าที่ขาดไป



 **เนื้อเรื่อง :** อธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับความเสียหายของสินค้าหรือบริการได้อย่างชัดเจน เช่น พัดลมไม่หมุน หลอดไฟแตก หลังคารั่ว ฯลฯ

 **การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง :** ขอร้องให้ดำเนินการตามที่เราต้องการอย่างสุภาพ โดยแสดงให้เห็นถึงความซื่อสัตย์ในการร้องเรียน และควรจะทำให้เห็นประโยชน์ทางธุรกิจที่จะดำเนินต่อไป หากได้รับการแก้ไขปัญหาโดยเร็ว และเป็นที่น่าพอใจ

ข้อควรจำ :

โดยทั่วไปบริษัทผู้ขายนั้นจะยินดีที่จะดำเนินการแก้ไขตามที่ลูกค้าต้องการ ตามจรรยาบรรณของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้เขียนอีเมลร้องเรียนประเภทนี้จึงควรมีความซื่อสัตย์ และเรียกร้องการชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นจากฝ่ายผู้ขายจริงๆ

ตัวอย่างอีเมลเพื่อเรียกชดเชยความเสียหายของสินค้า



E-MAIL

คำอธิบาย

หัวข้อเรื่อง (Subject) :
ชัดเจน บอกถึงสิ่งที่
ต้องการให้ทำ

To: customerservice@electrolive.com
From: poorani@bouyguesthai.com
Subject: Please check electric meter
BCC:
Attachment: Claim no. 002/2007



E-MAIL

คำอธิบาย (ต่อ)

การเริ่มต้นเรื่อง หรือ เปิดเรื่อง (Opening) :

ขั้นต้น : ด้วยประเด็น
หลัก สิ่งที่คุณต้องการ
ให้ผู้รับดำเนินการ
(Direct Approach)

เนื้อเรื่อง (Body) :

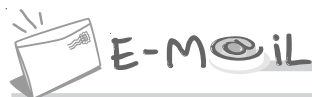
รายละเอียดของความ
เสียหาย ปัญหาคือ
อะไร

Dear Customer Service Representative:

The electric meter may not be accurate.
Please send your electrician to check it.

The Electrolive has installed a new electronic meter at our office since April 5, almost 3 months. Our monthly bill is nearly triple our neighbouring business in this building, yet we all have similar equipment and working hours. In April we paid 31,784 baht, and our May bill was 34,255 baht—the highest bills that neighbouring business has paid were 10,500 baht and 11,418 baht.

If your representative could visit our office, he or she could do an analysis of how much energy we are using. We understand that you normally provide this helpful service to customers.



คำอธิบาย (คำ)

การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง (Closing) :
ระบุสิ่งที่ต้องการให้
ดำเนินการและข้อมูล
ในการติดต่อกลับ

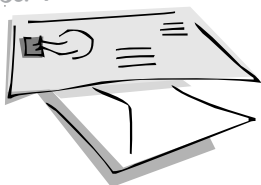
We would appreciate hearing from you this week. You can reach me by calling 02-686-1111 during business hours.

Best Regards,

Poorani Swami
Project Coordinator

poorani@bouyguesthai.co.th

You have Got Mail



6

การตอบอีเมล ในเชิงบวก

นอกจากคุณจะส่งอีเมลเพื่อสอบถามข้อมูล ขอความช่วยเหลือ ขอให้ดำเนินการ หรือเพื่อขอความช่วยเหลือแล้ว คุณเองอาจจะต้องเป็นฝ่ายถูกถาม หรือฝ่ายถูกเรียกร้องให้ดำเนินการก็ได้ การส่งอีเมลประเภทนี้รวมถึงการประกาศข่าวหรือการแจ้งเพื่อทราบ การตอบคำถามและการจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกขอมา อย่างไรก็ตาม สิ่งที่คุณควรคำนึงถึงเป็นอันดับแรกคือ ผลประโยชน์ของผู้อ่าน

กลยุทธ์ในการตอบอีเมลในเชิงบวก

มีการเริ่มต้นเนื้อเรื่อง และการจบแบบเดียวกันกับการแสดงความประสงค์ เนื่องจากผู้อ่านย่อมจะมีความสนใจกับการแจ้งข่าวดี ดังนั้นการใช้

Direct Approach จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเขียนขึ้นต้น โดยเริ่มจากใจความสำคัญหลัก และตามด้วยเนื้อเรื่องที่ให้รายละเอียดเพิ่มเติม และจบลงอย่างมีโมติวิจิต แล้วเน้นย้ำถึงประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับ



1 การเริ่มต้นเรื่องหรือเปิดเรื่อง (Opening)

ในเมื่อข้อความที่คุณกำลังจะส่งต่อไปนี้ คือ ข่าวดี หรือข้อความเชิงบวก คุณก็สามารถเปิดเรื่องได้อย่างชัดเจน กระชับ และเข้าใจได้ทันที ด้วยถ้อยคำที่สื่อความหมายอย่างตรงไปตรงมาถึงสิ่งที่คุณต้องการบอกให้ผู้อ่านทราบเป็นอันดับแรก ลองถามตัวเองก่อนที่จะเขียนก็ได้ว่า อะไรคือสิ่งที่สำคัญที่สุดที่คุณต้องการจะบอก โดยไม่จำเป็นต้องเกริ่นพรรณนาและเยิ่นเย้อ



E-MAIL

การเขียนแบบเกริ่นพรรณนา และเขียนเชื้อ

I am pleased to inform you
that your statement has been
approved for housing loan.

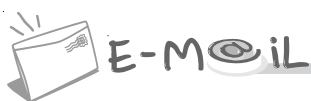
(*ไม่จำเป็นต้องเกริ่นนำให้เยิ่นเย้อ*)

การเขียนแบบชัดเจน และกระชับ

Congratulations! Your state-
ment has been approved for
housing loan.

เนื้อหา (Body)

เป็นการอธิบายความเพิ่มเติมหรือให้รายละเอียดที่จำเป็น โดยข้อความที่ตามมาจะต้องสนับสนุนใจความหลักของเรื่อง และข้อความทั้งหมดจะต้องนำเสนอในด้านบวก เช่น



HBC bank has already considered your complete requirement submitted on August 15, 07. It is approved. As discussed Khun Sam-ang our loan department will contact you soon and assist you with all paperwork.

อย่างไรก็ตาม เป็นไปได้ที่ข่าวดีของคุณ ในบางครั้งก็อาจปะปนไปด้วยข้อความที่สร้างความผิดหวังต่อผู้รับ หรือข้อความเชิงปฏิเสธ ดังนั้นคุณควรนำเสนอทางเลือกอื่นให้ผู้รับด้วย เพื่อผ่อนคลายเป็นเบา เช่น หากคุณต้องการตอบปฏิเสธลูกค้าของคุณว่าสินค้าบางอย่างที่ลูกค้าสั่งซื้อได้ถูกยกเลิกการผลิตไปแล้ว คุณก็ไม่ควรตอบว่า No แบบห้วนๆ ในทางกลับกันคุณควรเสนอทางเลือกอื่นให้ผู้รับด้วย



E-MAIL

การเขียนปฏิเสธแบบห้วนๆ

No, we no longer produce the Concept CFA-692 6x9 inch 2-Way 100 watt speakers.

การเสนอทางเลือกอื่น

The Pioneer 300 watt speakers have replaced the concept CFA-692 6x9 inch 2-Way 100 watt speakers that you asked about. Pioneer has lightweight and better quality.

นี่จะทำให้ผู้อ่านลดความผิดหวังลงไปได้บ้าง เนื่องจากข้อความที่นำเสนอเป็นการช่วยเหลือ โดยการนำเสนอสินค้าตัวอื่นที่สามารถใช้แทนกันได้ นอกจากนี้ยังช่วยอ้างไว้ซึ่งสัมพันธ์ภาพทางธุรกิจที่ดีต่อไปด้วย

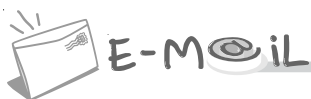


E-MAIL

เทคนิคพิเศษสำหรับผู้ที่ต้องติดต่อลูกค้า

หากคุณมีหน้าที่ประสานงานกับลูกค้าบ่อยๆ หรือคุณต้องรับมือสั่งซื้อเป็นประจำ คุณก็ควรใช้เทคนิคการเข้าถึงสรรพคุณของสินค้าทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังเป็นการแสดงไมตรีจิตอันดีต่อลูกค้าของคุณด้วย เช่น

- ☑ The table fan HT8611 you ordered is our best-selling model. It should meet your needs for many years.



- ☑ The Ducati helmet you purchased is high standard from Italy and guaranteed for the life of the product.

3 การจบเรื่องหรือปิดเรื่องอย่างสุภาพ และสานต่อไมตรีจิตที่ดีต่อไป (Courteous Closing)

ข้อความเชิงบวกของคุณจะประสบความสำเร็จได้ ถ้าผู้อ่านรู้สึกถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับจากข้อความของคุณและเกิดความรู้สึกดี ถ้าหากคุณยังต้องการให้มีการดำเนินการต่อไป ในย่อหน้าสุดท้าย คุณก็ควรระบุให้ชัดเจนถึงผู้ที่จะดำเนินการต่อไป หรือให้รายละเอียดในการติดต่อต่างๆ แก่ผู้อ่านด้วย

ประเภทของการตอบอีเมลในเชิงบวก

นอกจากการขอข้อมูล สอบถามข้อมูล ขอให้ดำเนินการ ขอให้อนุมัติ ขอให้ชดเชยความเสียหายของสินค้า ในทางกลับกันบางครั้งเราเองก็ต้องตอบรับคำขอต่างๆ ที่ถูกส่งเข้ามาทางอีเมลด้วยเช่นกัน โดยเราสามารถแบ่งประเภทของการตอบรับได้ดังนี้ :



1 การตอบรับคำร้องขอหรือขอให้ดำเนินการ

เมื่อคุณได้อ่านอีเมลของผู้ที่ร้องขอ และคุณตอบตกลงที่จะให้ข้อมูลตามที่ขอ หรือปฏิบัติตามที่ถูกร้องขอ นั่นก็จัดว่าเป็นการเขียนข้อความในเชิงบวก โดยสิ่งสำคัญสำหรับการตอบอีเมลประเภทนี้คือ

- ✉ ตอบครบทุกคำถาม และคำขอร้อง
- ✉ ทำให้ผู้อ่านเกิดความประทับใจในตัวคุณและองค์กร
- ✉ ตอกย้ำให้เกิดการดำเนินธุรกิจร่วมกันต่อไปในอนาคต

ตัวอย่างอีเมลเพื่อตอบรับคำร้องขอหรือขอให้ดำเนินการ



E-MAIL

คำอธิบาย

หัวข้อเรื่อง (Subject):

ชัดเจน น่าสนใจ ส่ง
อะไรมาให้ หรือได้ทำ
อะไรให้

To : alberto@hotmail.com

From : onchuma@expernetbooks.com

Subject : Sending Expernet Guidebook 1

CC :

BCC :

Attachment : Brochure “Expernet
Guidebook 1”



E-MAIL

การเริ่มต้นเรื่อง หรือ เปิดเรื่อง (Opening) :

ขั้นต้น : ขอบคุณอย่าง
สุภาพ และกล่าวถึงสิ่ง
ที่คุณได้ดำเนินการให้
ตามคำขอ

เนื้อเรื่อง (Body) :
รายละเอียดเพิ่มเติม
หรือข้อมูลที่คุณ
ต้องการ

**การจบเรื่องหรือปิด
เรื่อง (Closing) :**
กระตุนการดำเนิน
ธุรกิจร่วมกัน หรือ

Dear Khun Alberto:

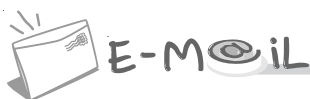
Thank you for your interest in our products. Attached is the brochure “Expetnet Guide-book 1” that you requested. This booklet describes the details of our entire products and the new books that will be launched in this October.

On page 5 of “Expernet Guidebook 1” you’ll find a list of Harvard Business Essentials which includes 18 of business administation manuals from Harvard Business School Press.

You can check out top 10 best seller of our books on page 13. In this month the top best seller is “Kellogg on Branding”

To order products, please look at page 32 describing the purchasing methods.

Expernet is the only proprietior of Harvard Business School Press in Thailand. We guarantee the quality of books. If you are not satisfied in the contents of the books,



สนับสนุนการขาย
ในอนาคต (Resale
Technique)

we repay within 30 days after purchasing.

Best Regards,

Onchuma Kengchons

Customer Coordinator

onchuma@expernetbooks.com

Tel. 02-718-0000

2 การตอบรับเพื่อขดเชยความเสียหายของสินค้า

การเรียกชดเชยความเสียหายของสินค้า หรือที่เรามักจะติดปากคำภาษาอังกฤษกันว่า “เคลม (claim)” เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นประจำในการดำเนินธุรกิจ แม้แต่ในบริษัทยักษ์ใหญ่ก็สามารถเกิดข้อผิดพลาดกันได้ ไม่ว่าจะเป็นการส่งสินค้าผิด หรือแจ้งยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตผิด บางครั้งสาเหตุของการเรียกชดเชยความเสียหายอาจเกิดจากความผิดพลาดของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าย่อมต้องการให้บริษัทรับผิดชอบซ่อมแซมสินค้าให้กลับสู่สภาพเดิม หรือบางครั้งสาเหตุอาจเกิดจากบุคคลที่สาม เช่น บริษัทขนส่ง สายเดินเรือ ซึ่งสินค้าอาจชำรุดในระหว่างการขนส่ง หรือความเสียหายที่เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนการผลิตของซัพพลายเออร์ หรือผู้รับเหมา แต่ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใดก็ตาม สิ่งสำคัญคือ สัมพันธภาพอันดีในการดำเนินธุรกิจระหว่างคุณกับลูกค้า ถ้าหากคุณสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ดี และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างน่าประทับใจ ก็จะทำให้ลูกค้าของคุณเกิดความ

รักดีในสินค้าของคุณต่อไปด้วย เนื่องจากปัจจุบันนี้หลาย ๆ บริษัทให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับแรก เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ ในทางกลับกันถ้าคุณปล่อยปละละเลยปัญหา หรือทำให้สถานการณ์เลวร้ายลง ลูกค้าย่อมไม่พอใจและหนีไปใช้สินค้าหรือบริการจากบริษัทอื่น แถมยังโฆษณาให้เพื่อนๆ ของเขาพลอยเลิกซื้อสินค้าของคุณไปด้วย บางครั้งการยอมสูญเสียเล็กๆ น้อยๆ ก็ย่อมดีกว่าที่จะต้องเสียมากขึ้น

ผู้ซื้อน้อยคนนักที่จะเคลมสินค้าถ้าหากไม่เกิดปัญหาขึ้นกับสินค้าจริงๆ ดังนั้น การดำเนินงานธุรกิจส่วนใหญ่โดยทั่วไปจะสันนิษฐานว่าลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ (customer is always right) ซึ่งการประเมินความเสียหายของสินค้าว่าจะรับเคลมหรือไม่ มักจะพิจารณาจากนโยบายและระเบียบของบริษัท และดุลยพินิจของคุณเองว่า เป็นความผิดของบริษัท ลูกค้า หรือบุคคลที่สาม



เมื่อบริษัทเป็นฝ่ายผิด

เมื่อคุณพิจารณาแน่ชัดแล้วว่าความเสียหายของสินค้าเกิดขึ้นจากบริษัท คุณก็ควรศึกษานโยบายหรือมาตรการในการชดเชยความเสียหายให้รอบคอบ และระมัดระวังผลกระทบทั้งด้านกฎหมายและการเงิน ใน



กรณีที่เป็นเหตุการณ์ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน บริษัทของคุณควรจะใช้การวางแผนเพื่อจัดการกับภาวะวิกฤติ โดยสิ่งที่คุณต้องดำเนินการเพื่อตอบอีเมลประเภทนี้ได้แก่ :

-  แสดงความใส่ใจและยินดีรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นจากลูกค้า
-  เมื่อได้รับคำตำหนิหรือร้องเรียนความเสียหายของสินค้าแล้ว คุณจะต้องระบุให้ลูกค้าทราบถึงผู้ที่ดำเนินการรับผิดชอบ การชดเชยความเสียหายนี้ เช่น วิศวกรของบริษัทจะได้ วิเคราะห์ความชำรุดของสินค้าต่อไป หรือซัพพลายเออร์จะ ส่งของมาใหม่โดยเร็ว
-  ช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ลูกค้า เพื่อคลายความ โหมของลูกค้านั่นเอง
-  อธิบายถึงวิธีการแก้ไขปัญหา หรือแผนในการแก้ไข ขั้นตอน นี้คุณจะต้องสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจอย่างชัดเจน หากคุณมี วิธีการในการแก้ไขปัญหาแล้ว หรือหากคุณยังไม่มีวิธีแก้ไข ที่แน่ชัด หรืออยู่ในระหว่างการดำเนินการ คุณก็ควรจะแจ้ง ให้ลูกค้าทราบเป็นระยะๆ ถึงขั้นตอนการดำเนินงาน ดีกว่า การหนีปัญหาแล้วเงียบไปเฉยๆ
-  การอ้างไว้ซึ่งสัมพันธภาพที่ดีทางธุรกิจกับลูกค้าเก่าๆ เป็นการลงทุนที่คุ้มค่ากว่าการต้องหาลูกค้าใหม่ ดังนั้นใน บางครั้ง บริษัทของคุณอาจจะมีวิธีการสร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เช่น แจกคูปองลดราคา หรือ ของ กำลัอื่น ๆ
-  แก้ปัญหาให้ถูกจุด มิใช่แก้ปัญหาได้แต่ด้วยวิธีที่ผิด

- ติดตามผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของลูกค้า หลังจากบริษัทได้แก้ไขปัญหาเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อช่วยปรับปรุงงานบริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

หลักการปฏิบัติสำหรับการตอบอีเมลการเคลมสินค้าอย่างมืออาชีพ

- อย่ากล่าวโทษคนในบริษัทโดยระบุชื่อของคนคนนั้น เช่น *It's Suda who made this mistake.*
- อย่ากล่าวขอโทษมากเกินไป ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความสะเพร่ามากขึ้น
- อย่าสันนิษฐานว่าเป็นความผิดของลูกค้าแต่แรก
- อย่าให้คำสัญญาในสิ่งที่คุณไม่สามารถทำได้ เช่น จะชดใช้เป็นเงินให้ 10 เท่า หรือจะหาซื้อสินค้ามาทดแทนแม้ว่าจะเลิกผลิตไปแล้ว

ตัวอย่างการตอบอีเมลเมื่อบริษัทเป็นฝ่ายผิด

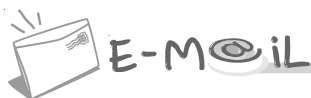


E-MAIL

คำอธิบาย

หัวข้อเรื่อง (Subject):
ชัดเจนว่าคุณตกลง
รับเคลม

To : antonio@motorjoy.com
From : sureerat@yamaho.com
Subject : Your claim has been granted



การเริ่มต้นเรื่อง หรือ เปิดเรื่อง (Opening) :

ขั้นต้น : ไม่จำเป็นต้อง
ขอโทษ แต่แสดงไมตรี
จิตด้วยการขอบคุณ
และย้ำให้เห็นว่าคุณ
ไม่ได้นิ่งดูดาย แจ้ง
ขั้นตอนให้ลูกค้าทราบ
เพื่อความอุ่นใจ

เนื้อเรื่อง (Body) : ชื่น
ชมลูกค้าที่ร่วมมือกับ
ทางธุรกิจมาโดยตลอด
ทำให้เกิดความประทับใจ

CC :

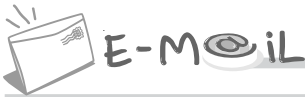
BCC :

Attachment :

Dear Khun Antonio:

Thank you for your e-mail concerning
about your dented bed liner : UP110518
qty = 5 PCS. Your satisfaction is our first
priority. Our customer relations department
has informed it to our STA engineers to
investigate the problem with supplier.
Our customer relations representative
will contact you within 48 hours about
the progress of this matter.

In the meantime, please accept the en-
closed ฿500 gift certificate as a token of
our appreciation for your business. Motor-
joy has been our good dealer for many
years, Yamaha offers the best products to
our customers.



การจบเรื่อง หรือปิด

เรื่อง (Closing) :

ขอบคุณอีกครั้งหนึ่งที่
ลูกค้าช่วยเหลือมาให้
ทำให้คุณได้ปรับปรุง
ธุรกิจต่อไป

Thank you for taking the time to write to us. Your input helps us better serve you and our customers.

Best Regards,

Sureerat Thong-in
Customer Coordinator
sureerat@yamaho.com



เมื่อลูกค้าเป็นฝ่ายผิด

ถึงแม้ว่าลูกค้าจะเป็นฝ่ายผิดอย่างชัดเจน คุณก็ยังคงพึงพิงมั่นในเรื่องของการสื่อสาร โดยสิ่งที่คุณสามารถทำได้ ได้แก่ 1) ปฏิเสธการเคลมและพยายามหาวิธีการตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน 2) ทำตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการ แต่ก่อนที่คุณจะตัดสินใจปฏิเสธหรือยอมรับเคลม คุณควรพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการดำเนินการครั้งนี้ ถ้าคุณปฏิเสธคุณก็อาจจะไม่ได้เสียลูกค้าเพียงคนเดียว แต่ชื่อเสียงของบริษัทอาจถูกแพร่กระจายไปในแง่ลบ ดังนั้นคุณอาจต้องยอมเสียเปรียบบ้างเล็กน้อยเพื่อรักษาสภาพประโยชน์ส่วนใหญ่อะไร

ในกรณีที่คุณยินดีชดเชยความเสียหาย คุณก็สามารถเริ่มต้นอีเมลของคุณด้วยการแจ้งข่าวดีกับลูกค้าว่าคุณจะเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ คืนเงินให้เท่ากับราคาที่ซื้อ หรือนำสินค้ากลับมาซ่อม ในส่วนของเนื้อเรื่อง คุณ



ต้องหลีกเลี่ยงการตำหนิลูกค้า เช่น You failed to read the instructions carefully. You shouldn't have turned on your cell phone when you take the simcard out. และในทางกลับกันคุณควรเน้นย้ำถึงคุณสมบัติ หรือจุดเด่นของสินค้า รวมทั้งจบอย่างสุภาพและแสดงออกถึงความขอบคุณลูกค้าสำหรับการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

ตัวอย่างของการตอบอีเมลเมื่อลูกค้าเป็นฝ่ายผิด

เรื่องเดิม : ลูกค้าเป็นฝ่ายทำรถบังคับวิทยุพังเพราะใช้งานผิดวิธี แต่เราจะไม่ตำหนิลูกค้า โดยเราจะแนะนำว่าสินค้าจะใช้งานได้ดีในสภาพแบบใด



E-MAIL

คำอธิบาย

หัวข้อเรื่อง (Subject):

ชัดเจนว่าคุณตกลง
รับเคลม

To : ananta@yahoo.com

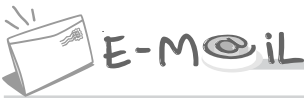
From : sureerat@rc-toy-thai.com

Subject : Your claim has been granted

CC :

BCC :

Attachment : Removing and Installing
instruction, October Catalog

**การเริ่มเรื่อง หรือเปิด****เรื่อง (Opening) :**

ขั้นต้น : ไม่จำเป็นต้อง
ขอโทษ แต่แสดงไมตรี
จิตด้วยการขอบคุณ
และย้ำให้เห็นว่าคุณไม่
ได้นิ่งดูตาย แจ้งขั้น
ตอนให้ลูกค้าทราบ
เพื่อความอุ่นใจ

เนื้อเรื่อง (Body) : ชื่น

ชมลูกค้าที่ร่วมมือกับ
ทางธุรกิจมาโดยตลอด
ทำให้เกิดความประทับใจ

Dear Khun Ananta:

Thank you for contacting RC-TOY about your radio controlled car. Even though your six-month warranty has expired, RC-TOY is mailing you a new complete wheel assembly replacement free of charge. The enclosed instructions make removing the damaged head and installing the new one relatively easy.

The RC Nitro (model TM511) you purchased is our best-selling and newest from Japan. However, wheel jams may occur when fine particles of sand block the smooth rotating action of the wheels. RC Nitro perform best when running on roadways and tracks that are relatively free of sand. We suggest that wheels should be cleaned once a month (see enclosed directions) and have them checked by RC-TOY dealer about every six month.

Enjoy the enclosed copy of "TOKYO Drift", a new catalog of our products coming in this October.



E-MAIL

การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง (Closing) :
ขอบคุณอีกครั้งหนึ่งที่
ลูกค้าช่วยเหลือมาให้
ทำให้คุณได้ปรับปรุง
ธุรกิจต่อไป

We love hearing from our customers. All of us wish you good times and miles of running your R/C car.

Best Regards,

Sureerat Thong-in
Customer Coordinator
sureerat@RC-TOY-thai.com



เมื่อบุคคลที่สามเป็นฝ่ายผิด

บางครั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจจะไม่ได้เกิดจากทั้งฝ่ายคุณและลูกค้า แต่ความผิดพลาดอาจเกิดจากบุคคลที่สาม เช่น บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าทำสินค้าตกหล่น ทำสินค้าชำรุด หรือส่งสินค้าไม่ครบ หรือสินค้าเกิดความชำรุดเสียหายตั้งแต่สายการผลิต เช่น บริษัทของคุณเป็นบริษัทจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ คุณก็ต้องจัดการด้านโลจิสติกส์โดยการว่าจ้างบริษัทขนส่งสินค้า เช่น FedEx, DHL ซึ่งเมื่อเกิดความเสียหายที่มาจากการขนส่งลูกค้าก็ย่อมเคลมสินค้ากับบริษัทของคุณในฐานะผู้จัดจำหน่าย ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ย่อมไม่ตระหนักถึงความผิดของบุคคลที่สามเป็นแน่

สิ่งที่คุณต้องทำในการตอบอีเมลของลูกค้าในกรณีนี้คือ ศึกษา นโยบายขององค์กรในการจัดการรับมือขอความเสียหายที่เกิดจากบุคคลที่สาม เพื่อรวบรวมข้อมูลก่อนที่คุณจะเขียนอีเมล เพื่อแจ้งให้ลูกค้าทราบว่า มีวิธีการจัดการต่อไปอย่างไร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าต้องการจะทราบมาก

กว่าจะมาระบุว่าความเสียหายเกิดจากใคร สำหรับวิธีการเขียนตอบอีเมลประเภทนี้ มีขั้นตอนเดียวกันกับการตอบอีเมลเมื่อลูกค้าเป็นฝ่ายผิด

เคล็ดลับ

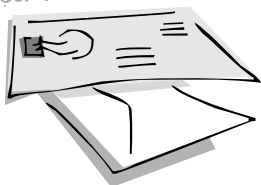
การเขียนอีเมลเพื่อแสดงไมตรีจิต (Goodwill)

การติดต่อสื่อสารกันในด้านธุรกิจทำให้เรามีสังคมที่กว้างขึ้น โดยสิ่งที่เราควรคำนึงถึงคือ การเขียนข้อความที่จะสานสัมพันธ์ภาพอันดีในการดำเนินธุรกิจต่อไป (Goodwill) ซึ่งข้อความดังกล่าวสามารถใช้ได้ทั้งกับลูกค้า เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในแวดวงธุรกิจของคุณ การส่งข้อความที่เป็นมิตรที่มีประสิทธิภาพนี้จะต้องมีความจริงใจและซื่อตรง โดยหลีกเลี่ยงการกล่าวเยินยอเกินจริง

ตัวอย่าง

แทนที่จะเขียนแบบนี้ (การยกยอปอปั้นมากเกินไป)	ควรเขียนแบบนี้แทน (ขอบคุณตามจริงในสิ่งที่เกิดขึ้น)
Words cannot express my appreciation for the great job you did. Thanks, no one could have done it better. You're terrific! You've made the whole firm sit up and take notice, and we are ecstatic to have you working here.	Thanks again for taking charge of the meeting in my absence. You did an excellent job. With just an hour's notice, you managed to pull the legal and public relations department together so that we could present a united front in the negotiations. Your dedication and communication abilities have been noted and are truly appreciated.

You have Got Mail



7

“เราเลิกกันเถอะ” กับ “คุณดีเกินไป” การเขียนอีเมลในเชิงลบ หรือการแจ้งข่าวร้าย

“เราเลิกกันเถอะ” คุณเคยต้องทำใจบอกเลิกกับแฟนหรือคนรักของคุณหรือไม่ การพูดคำคำนั้นเป็นเรื่องยาก ในขณะเดียวกันฝ่ายที่ถูกบอกเลิกก็คงรู้สึกเหมือนถูกมีดกรีดลงกลางใจ คนเราจึงหลีกเลี่ยงไปสรรหาคำอื่นที่ให้ความหมายว่า เลิก เหมือนกันนั่นก็คือการพูดว่า “คุณดีเกินไป” ซึ่งเป็นเหตุผลยอดนิยมในการบอกเลิก คุณผู้อ่านคงเห็นแล้วว่า โลกนี้ช่างโหดร้าย การปฏิเสธนั้นมันคันหัวใจเหลือเกิน เจกเช่นการแจ้งข่าวร้ายหรือข้อความทางธุรกิจที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกผิดหวัง เสียใจ ไม่ได้ตั้งใจ อารมณ์เสีย ทั้งหมดล้วนแต่เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกับการจัดการกับอารมณ์ของคน แล้วเราจะกลั่นกรองและสื่อสารข้อความเหล่านั้นออกมาอย่างไรให้กระทบกระเทือนจิตใจผู้อ่านน้อยที่สุด มีหลายครั้งที่เราต้องเผชิญหน้ากับการเขียนอีเมลเหล่านี้แล้วรู้สึกเหมือนอยู่ในสถานการณ์ตึงเครียด เพราะไม่รู้ว่าจะเริ่มอย่างไรดี การใช้



เทคนิคการเขียนแจ้งข่าวร้ายเหล่านั้นจะช่วยผ่อนหนักให้เป็นเบาได้ โดยที่คุณยังสามารถสื่อสารถึงสิ่งที่คุณต้องการได้ โดยไม่ต้องทำร้ายจิตใจผู้อ่านอีกด้วย

วัตถุประสงค์ในการเขียนอีเมล ที่มีข้อความในเชิงลบ หรือแจ้งข่าวร้าย

การส่งอีเมลในเชิงลบหรือแจ้งข่าวร้ายไปสู่ผู้อ่าน มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- ✉ เพื่อถ่ายทอดหรือส่งข่าวร้ายไปยังผู้อ่าน เช่น การบอกปฏิเสธ การรับเข้าทำงาน การปฏิเสธการรับเคลมสินค้า การแจ้งข่าว การส่งสินค้าล่าช้า ฯลฯ
- ✉ เพื่อให้ผู้อ่านยอมรับในสิ่งที่เกิดขึ้นให้ได้
- ✉ เพื่อรักษาสัมพันธภาพที่ดีในทางธุรกิจต่อไปเท่าที่จะทำได้
- ✉ เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
- ✉ เพื่อลดหรือกำจัดการโต้ตอบที่จะยืดเยื้อต่อไปในอนาคต

ขั้นตอนการเขียนอีเมลในเชิงลบ หรือแจ้งข่าวร้าย

ขั้นที่ 1 : การวางแผน

เพื่อลดความเสียหายทางธุรกิจที่เกิดขึ้นให้น้อยที่สุด และกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดการยอมรับ คุณต้องเริ่มจากการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างถี่ถ้วน

กล่าวคือการพิจารณาว่าคุณควรแจ้งข่าวร้ายนั้นไปอย่างตรงไปตรงมา เช่น การแจ้งข่าวปฏิเสธงาน หรือในบริบทนั้นมีความซับซ้อนมากกว่า เช่น การแจ้งข่าวการลดเงินเดือนพนักงาน การแจ้งรายงานผลประกอบการที่ขาดทุนของบริษัท เป็นต้น การส่งข้อความเชิงลบเหล่านั้นอาจทำให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง และทำให้ผู้อ่านเกิดปฏิกิริยาตอบกลับที่รุนแรง ซึ่งการส่งข้อความดังกล่าวนี้ก็ค่อนข้างที่จะซับซ้อน และต้องการการประดิษฐ์คำที่พิถีพิถันมากกว่าการส่งข้อความธรรมดา

ดังนั้นคุณจะต้องมีจุดประสงค์ที่ชัดเจนและตระหนักถึงผู้อ่าน หรือผู้ที่你会ส่งข้อความนั้นไปถึงเพื่อที่จะได้ทราบถึงทิศทางในการรวบรวมข้อมูลที่จะทำให้ผู้อ่านของคุณเข้าใจถึงข้อความที่คุณได้ถ่ายทอดออกไป

สำหรับการแจ้งข่าวร้ายนั้น คุณต้องสรรหาและจัดเตรียมคำอธิบายที่มีเหตุผลเพียงพอ หรือถ้าเปรียบเทียบกับ การพูดก็คือการหาข้อแก้ตัวดี ๆ นั้นเอง

บางครั้งก็ไม่ได้ง่ายนักที่คุณจะขึ้นต้นใจความหลักของอีเมลของคุณด้วย คำว่า “NO” ดังนั้น คุณควรใช้วิธีการสื่อสารที่ยังคงความหมายว่า “ไม่” โดยคุณไม่จำเป็นต้องบอกอย่างตรงไปตรงมาก็ได้ เช่นเดียวกับการบอกเลิกก็ เราไม่จำเป็นต้องพูดว่า “ฉันไม่รักคุณแล้ว เราเลิกกันเถอะค่ะ” คุณสามารถเลี่ยงไปใช้เหตุผลอื่นได้ เช่น “เราลองอยู่อย่างเหงานๆ จะได้เรียนรู้กันสักพักดู” หรือ “เราลองห่างกันสักระยะดีมั้ย”

ก่อนที่จะลงมือเขียนร่างอีเมลของคุณ คุณควรจะพิจารณาก่อนว่า คุณควรจะใช้ Direct Approach หรือ Indirect Approach เนื่องจากข้อความในเชิงลบล้วนเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคนทั้งสิ้น

ขั้นที่ 2 : การลงมือเขียน

ถึงแม้ว่าคุณจะส่งข้อความในเชิงลบ หรือข่าวร้ายไปยังผู้รับก็ตาม สิ่งที่คุณยังต้องคำนึงถึงคือ ประโยชน์ของผู้รับเป็นหลัก (You Attitude) โดยการเปลี่ยนข้อความเชิงลบให้เป็นข้อความไปในทางบวกและสุภาพ เพื่อลดความรู้สึกผิดหวังของผู้อ่านลงได้ และให้หลีกเลี่ยงการกล่าวโทษ เช่น หากคุณต้องการปฏิเสธการเคลมสินค้าของลูกค้า คุณก็ไม่จำเป็นต้องโทษหรือตำหนิว่าเป็นความผิดของลูกค้า หรือใคร ในกรณีนี้คุณควรเปลี่ยนประโยคให้เป็นเชิงบวก โดยกล่าวถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแทน

(Passive voice)

EXAMPLE

แทนที่จะเขียนว่า

“The mobile phone won’t work because **you** immersed it in water”

ควรจะเขียนว่า

“The mobile phone won’t work after being immersed it in water”

ในกรณีที่ความผิดเกิดจากลูกค้าของคุณ คุณก็ไม่ควรใช้ You Attitude เพราะมันจะกลายเป็นการตำหนิซ้ำเติมผู้อ่าน และทำให้เสียความรู้สึกเพิ่มเข้าไปอีก โดยคุณควรเลี่ยงไปใช้ Passive Voice แทน

ขั้นที่ 3 : ตรวจทาน เสร็จสมบูรณ์

ตรวจทานรายละเอียดของข้อความในอีเมลของคุณ ว่าคุณสามารถสื่อสารถึงสิ่งที่คุณต้องการได้ครบถ้วน หากมีข้อบกพร่องเพียงเล็กน้อย หรือใจความไม่ครบถ้วน ผู้อ่านของคุณก็จะมีข้อสงสัยและมีปฏิกิริยาตอบกลับทันที

การเลือกใช้ Direct Approach และ Indirect Approach ในการเขียนข้อความในเชิงลบ

คุณจะต้องพิจารณาว่าใจความสำคัญของเรื่องที่คุณจะส่งไปยังผู้รับคืออะไร เพื่อที่คุณจะได้เลือกใช้วิธีการแจ้งข่าวร้ายอย่างตรงไปตรงมา (direct approach) หรือการชักแม่น้ำทั้งห้า และหาเหตุผลมาอ้างถึงความจำเป็นที่ต้องปฏิเสธ (indirect approach) โดยหลักในการพิจารณาเลือกใช้ Direct Approach หรือ Indirect Approach มีดังนี้ :

เลือกใช้ Direct Approach เมื่อ :

- ✉ ผู้รับพอจะทราบดีถึงความเป็นไปได้ของการรับข่าวร้าย เช่น การตอบปฏิเสธรับเข้าทำงาน สินค้าที่ลูกค้าสั่งอาจเป็นสินค้าที่หมดไปจากคลังสินค้าแล้ว
- ✉ ผู้รับต้องการทราบถึงคำตอบที่ตรงประเด็น ไม่อ้อมค้อม ถึงแม้จะเป็นการแจ้งข่าวร้ายก็ตาม เช่น การโต้ตอบอีเมลกับคู่สนทนาที่คุณสื่อสารด้วยอยู่เป็นประจำจนคุณทราบถึงรูปแบบการโต้ตอบ

- ✉ ข้อความหรือข่าวที่จะส่งไม่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่าน เช่น การแจ้งข่าวสินค้าหมดจากคลัง การขอให้ลูกค้ารอสินค้า
- ✉ คุณต้องการเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน เช่น ผู้อ่านของคุณมักจะละเลยอีเมลของคุณครั้งแล้วครั้งเล่า เนื่องจากเขาอาจจะมีเวลาน้อย หรือมีอีเมลเข้ามาในแต่ละวันมากเกินไป คุณก็ควรที่จะขึ้นต้นข้อความด้วยการเขียนอย่างตรงไปตรงมา
- ✉ บริษัทหรือองค์กรของคุณมีนโยบาย หรือกำหนดรูปแบบในการส่งอีเมลโดยใช้ Direct Approach เป็นหลัก
- ✉ คุณไม่ต้องการที่จะให้มีการติดตามการติดต่อสื่อสารกันอีกต่อไป ซึ่งการใช้ Direct Approach จะทำให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องได้เร็วกว่า และเป็นสัญญาณว่าคุณต้องการปิดฉากการสนทนาในประเด็นนั้น

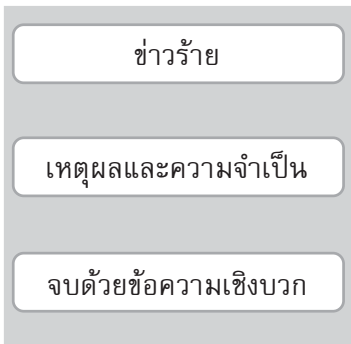
เลือกใช้ Indirect Approach เมื่อ :

- ✉ ข้อความที่คุณจะส่งอาจมีผลกระทบกระเทือนจิตใจผู้อ่าน หรือทำให้ผู้อ่านผิดหวัง
- ✉ คุณต้องการลดความรุนแรงของข่าวร้าย และต้องการเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีกับผู้อ่านต่อไปในอนาคต

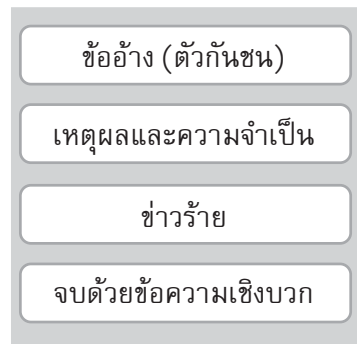
- ✉ บริษัทหรือองค์กรของคุณมีนโยบาย หรือกำหนดรูปแบบในการส่งอีเมลโดยใช้ Indirect Approach เป็นหลัก เมื่อต้องแจ้งข่าวร้าย
- ✉ คุณต้องการเปิดช่องว่างให้ผู้อ่านซักถามกลับถึงเหตุผลและความจำเป็นต่างๆ ที่คุณยกมาอ้างได้

กระบวนการเขียนอีเมล เพื่อแจ้งข้อความเชิงลบหรือข่าวร้าย

การเลือกใช้ Direct Approach



การเลือกใช้ Indirect Approach



1 ในสรุปใช้ Direct Approach

การขึ้นต้นด้วยการใช้เทคนิค Direct Approach มีประโยชน์ถึง 2 อย่าง คือ

- 1) ทำให้ข้อความของคุณสั้นลง
- 2) ทำให้ผู้อ่านใช้เวลาน้อยลงในการเข้าถึงใจความสำคัญหลักของข้อความ

✉ **การเริ่มต้นเรื่อง หรือเปิดเรื่อง (Open)** โดยการแจ้งข่าวร้ายนั้นอย่างตรงไปตรงมา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็ก เช่น การแจ้งชัฟฟลายเออร์ว่าคุณจะลดยอดการส่งของในไตรมาสหน้าลง หรือเรื่องใหญ่ๆ เช่น ประกาศแจ้งให้พนักงานทราบว่ายอดขายของไตรมาสที่แล้วดิ่งลง ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่จำเป็นต้องชักแม่น้ำทั้งห้า คุณสามารถพูดออกมาได้ตรงๆ เลยแม้ว่าข่าวร้ายนี้อาจก่อให้เกิดผลร้าย ก็จงใช้วิธีการเขียนในเชิงธุรกิจอย่างมืออาชีพ และมุ่งเน้นที่สิ่งที่คุณต้องการสื่อ ไม่ใช่ความล้มเหลว หรือความผิดของใคร

✉ **เนื้อเรื่อง (Body)** โดยเขียนเนื้อเรื่องของคุณตามด้วยเหตุผล ความจำเป็นและข้อมูลต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจ

ขอบเขตในการอธิบายของคุณก็ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างคุณกับผู้อ่าน หากคุณดำเนินธุรกิจด้วยกันมานาน หรือเป็นพวกราบประจำ คุณก็ควรพยายามรักษาสัมพันธภาพที่ดีนั้นไว้ แม้ว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะเป็นลบก็ตาม

แต่สำหรับการตอบอีเมลกับผู้อ่านหรือลูกค้าขาจร เช่น ตอบปฏิเสธการอนุมัติสินเชื่อกู้บ้าน ปฏิเสธรับเข้าทำงาน ปฏิเสธรับทำประกันสุขภาพ

ปฏิเสธการให้ข้อมูลบางอย่าง คุณก็ไม่จำเป็นต้องพรรณนาหรือชักแม่น้ำทั้งห้ามากนัก คุณเพียงแต่ตอบไปตามเหตุผลและความเป็นจริงก็พอ

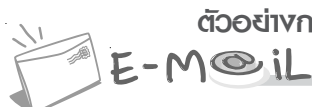
แต่บางครั้งคุณก็ต้องระมัดระวังเรื่องข้อมูลบางอย่างที่เป็นความลับของบริษัท ดังนั้นการพิจารณาเหตุผลประกอบจึงต้องดูตามความเหมาะสมด้วย

แล้วคุณควรจะกล่าวขอโทษเมื่อต้องส่งข้อความเชิงลบหรือข่าวร้ายหรือไม่ คำตอบคือ **ไม่จำเป็น** คำขอโทษควรเก็บไว้พูดเมื่อต้องเผชิญหน้ากันจะดีกว่า เพราะอีกฝ่ายจะได้เห็นภาษาท่าทางและน้ำเสียงอันจริงใจของคุณด้วย ซึ่งมันฟังดูแล้วสุภาพและมีมารยาท ก่อนที่เราจะตามด้วยข่าวร้าย แต่สำหรับการเขียน เมื่อคุณใช้คำขอโทษ มันก็หมายถึงว่าความผิดพลาดที่เกิดขึ้นและการชดเชยต่างๆ อยู่ในความรับผิดชอบของคุณ ที่จะต้องตามแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

คำแนะนำ : หากเป็นความผิดร้ายแรงหรืออุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากคุณหรือบริษัท คุณก็ควรขอโทษและแสดงความช่วยเหลือเท่าที่จะทำได้ เพื่อช่วยรักษาภาพลักษณ์ของบริษัท



การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง (Close) ถึงแม้ว่าคุณได้แจ้งข่าวร้าย แต่คุณก็ควรจบอีเมลด้วยการลงท้ายข้อความในเชิงบวก แต่ต้องแสดงความจริงใจ ความเคารพ และมีมารยาทด้วย



ตัวอย่างการแจ้งข้อความเชิงลบหรือข่าวร้าย

การเริ่มเรื่องหรือเปิดเรื่อง (Open): *Transnation Life is unable to grant your application for Safety Net term life insurance.*

(ใช้ Direct Approach เพื่อแจ้งข่าวร้ายอย่างตรงไปตรงมา)

เนื้อเรื่อง (Body): *The Safety Net program has specific health history requirements that your application does not meet.*

(ตามด้วยเหตุผลและความจำเป็น)

การจบเรื่องหรือปิดเรื่อง (Close): *We wish you success in finding coverage through another provider.*

(จบด้วยคำแนะนำ และความปรารถนาดี)

ตัวอย่างดังกล่าวสามารถส่งข้อความในเชิงลบ หรือข่าวร้ายได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุผลและความจำเป็นที่ตรงไปตรงมา ผู้อ่านก็อาจจะแค่เพียงแข็งแต่ไม่ถึงกับโกรธ โดยที่คุณไม่ต้องใช้วาทะจลาจลหรือการขอโทษที่ดูเสแสร้งเลย เพราะมันไม่ใช่ความผิดของคุณที่บริษัทไม่สามารถออกประกันชีวิตให้ลูกค้าได้

2 *lunsnĩĩ Indirect Approach*

รถยนต์ยืมต้องการกันชนเพื่อช่วยลดความรุนแรงในการปะทะเมื่อเกิดอุบัติเหตุ เช่นเดียวกับโทรแจ้งข่าวร้ายโดยใช้เทคนิค Indirect

Approach ด้วยการขึ้นต้นด้วยเหตุผลหรือตัวกันชนดีๆ (buffer) จะช่วยให้ผู้อ่านเตรียมตัว เตรียมใจรับข่าวร้ายที่กำลังถาโถมตามมา เหตุผลดังกล่าวมิใช่เป็นการปิดเป็นข้อเท็จจริง แต่มันเป็นการช่วยผ่อนหนักเป็นเบาต่างหาก

กระบวนการเขียน

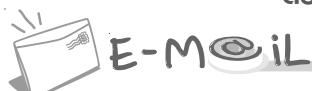
การเริ่มต้นเรื่อง หรือเปิดเรื่อง (Open) :

ด้วยการหาเหตุผลหรือตัวกันชนดีๆ มาสนับสนุน (buffer) หรือเหตุผลที่มีความเป็นกลาง และไม่ได้เป็นการแก้ตัวแบบข้างๆ คูๆ ที่สำคัญต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของอีเมลด้วย โดย Buffer ที่ดีจะทำให้คุณกับผู้อ่านเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

การเขียน Buffer ที่ดีเป็นเรื่องที่ยากเพราะว่าคุณจะต้องรวบรวมองค์ประกอบของเหตุผลความจำเป็นทั้งหมดให้อยู่ในท่อนของการขึ้นต้นให้ได้ การเขียน Buffer ไม่ดีอาจทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณกำลังประจบสอพลอหรือเยินยอมากเกินไป ซึ่งในที่สุดคุณก็ออกนอกเรื่อง ไม่สามารถเข้าประเด็นที่คุณต้องการสื่อสารได้ ในขณะที่การเขียน Buffer ที่ดีจะช่วยให้คุณแสดงเหตุผล ความเห็นใจ ฯลฯ เพื่อสื่อไปให้ผู้อ่านพิจารณาได้ โดยกระทบกระเทือนอารมณ์ความรู้สึกน้อยที่สุด

แต่ถ้าคุณเขียนแบบไม่ระมัดระวัง มันอาจหมิ่นเหม่และกลายเป็นการไม่ให้ความเคารพหรือแม้กระทั่งผิดจรรยาบรรณก็ได้ แต่ถ้าคุณรู้จักนำเหตุผลดีๆ มาใช้ คุณก็จะประสบความสำเร็จในการสื่อสาร พร้อมทั้งเปี่ยมไปด้วยจริยธรรมและจรรยาบรรณอีกด้วย

ตัวอย่างการเขียน Buffer ที่ดี



Our company shares your goal of processing orders quickly and efficiently.

ในตัวอย่างเป็นการปูเรื่องด้วยการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันของทั้งสองฝ่าย คือ อ้างว่าบริษัทของคุณมีกระบวนการในการดำเนินงานตามออเดอร์ของลูกค้าที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ก่อนที่จะเข้าเรื่องข่าวร้ายว่าสำหรับการสั่งซื้อของครั้งนี้มีปัญหาเกิดขึ้นเพราะอะไร โดยอย่างน้อยเมื่อลูกค้าอ่านแล้วก็ยังนึกถึงความดีของบริษัทที่ได้เคยรับใช้มา

ตัวอย่างการเขียน Buffer ที่ไม่ควรนำมาเป็นตัวอย่าง



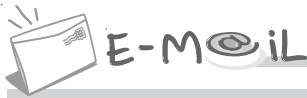
Thanks to the last downsizing, every department in the company is running shorthanded.

ตัวอย่างนี้สร้างความเข้าใจที่ตรงกันทั้งสองฝ่ายก็จริง แต่นำเสนอในเชิงลบ และยังทำให้ผู้อ่านว่าวุ่นตกใจเข้าไปอีก

You guys are doing a great job over there, and I'd love to be able to help out.

ตัวอย่างนี้ก็ใช้ไม่ได้เช่นกัน เนื่องจากทำให้ผู้อ่านสับสนว่าตกลงนี่คือข่าวดี หรือข่าวร้าย ในท้ายที่สุดคุณสมารถจะช่วยผู้อ่านได้จริงหรือไม่ ? แถมยังเป็นการเยินยอถึงเหน็ดเหนื่อยด้วย

ตัวอย่าง Buffer แบบต่างๆ



Buffer	กลยุทธ์	ตัวอย่าง
ต่างเห็นพ้อง ต้องกัน	หาจุดที่ทั้งสองฝ่ายต่าง เห็นด้วย เข้าใจตรงกัน	We both know how hard it is to make a profit in this industry.
แสดงความ ขอบคุณ	แสดงความขอบคุณ เมื่อได้รับบางสิ่ง บางอย่างจากอีกฝ่าย	Your check for \$15 arrived yesterday. Thank you.
แสดงความ ช่วยเหลือ	แสดงความจริงใจ ในการช่วยเหลือ	Employee service is here to smooth the way for all of you who work to achieve company goals
เริ่มต้นข่าวดี	สร้างความมั่นใจให้ ผู้อ่าน ด้วยการมุ่งเน้น ไปที่สิ่งที่คุณจะทำให้ได้	A replacement knob for your range is on its way, shipped February 10 via UPS.

เนื้อเรื่อง (Body) :

หลังจากคุณขึ้นต้นข้อความด้วย Buffer ดีๆ แล้ว ต่อไปก็คือการขยายความด้วยเหตุผลและข้อมูลเพิ่มเติมที่สอดคล้องพ้องกันกับ Buffer ของคุณ ซึ่งถือว่าเป็นสะพานมิตรภาพเชื่อมต่อกส่วนต่อไปของข้อความใน



อีเมลของคุณ ด้วยการสรรค์สร้างคำอธิบาย และข้อมูลที่จะช่วยปูทางไปสู่ข่าวร้ายนั้น โดยข้อสรุปของเรื่องนี้ยังไม่ถูกเปิดเผยโดยทันทีเหมือนการใช้เทคนิค Direct Approach ผู้อ่านจะต้องลุ้นแล้วลุ้นอีก เหมือนอ่านนิยาย น่าเชื่อว่าพระเอกจะตายตอนจบหรือไม่ ยิ่งคุณสรรหาเหตุผลที่ดีพอ ก็จะทำให้ผู้อ่านติดตามอ่านแต่ละบรรทัดเพื่อไปสู่คำตอบของเรื่อง โดยการให้เหตุผลดีๆ นั้นจะช่วยทำให้ผู้อ่านค่อยๆ เตรียมใจไปด้วยในตัวเพื่อที่จะยอมรับกับข่าวร้ายว่า **ถูกปฏิเสธ** โดยที่คุณไม่ต้องเขียนคำว่า “NO” เลยแม้แต่คำเดียว

**หลักการก็คือ พยายามหาเหตุผลในด้านดีมาบอกเอาไว้ แล้วค่อยๆ
ขยับไปสู่ข่าวร้าย**

หลักการที่ดีของการยกเหตุผลมาอธิบาย ก่อนด้วยการแจ้งข่าวร้าย

หลังจากที่เราพรรณนาชักแม่น้ำหลายสายมาพอสมควรแล้ว ก็ถึงเวลาสำคัญในการเฉลยข้อสรุปเสียที นั่นก็คือข่าวร้าย เช่น การปฏิเสธการรับเข้าทำงาน ปฏิเสธการเคลมสินค้า ปฏิเสธการบริจาคเงิน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม มีวิธีการในการทำประโยคข่าวร้ายของคุณให้อ่านดูนุ่มนวลและละมุนละม่อมขึ้น ด้วยการ

 ไม่มุ่งเน้นหรือใช้ประโยคที่แจ้งข่าวร้ายให้ยืดยาวจนเกินไป

 ใช้ประโยค Subordinate Clause ในการแจ้งข่าวร้าย

ประโยคภาษาอังกฤษประเภทหนึ่งที่เราใช้กันบ่อยๆ คือ Compound กับ Complex Sentence

☑ Compound Sentence คือประโยคที่มีคำเชื่อมรวมประโยคมากกว่าหนึ่งประโยคเข้าไว้ด้วยกัน เช่น *and, but, so*. ประโยคที่มีคำเชื่อมอยู่ข้างหน้า เราเรียกว่าประโยค Subordinate ซึ่งเป็นประโยครอง เช่น *My department is already shorthanded, so I'll need all my staff for at least the next two months.* (ข่าวร้ายตามมาทีหลัง)

☑ Complex Sentence คือประโยคที่มีประโยคหลัก (main clause) ที่ขยายด้วยประโยคย่อย (subordinate clause) ซึ่งได้แก่ Adjective Clause ที่มีคำเชื่อมประเภท *who, which, that, whom, where* แทนคำนามในประโยคหลัก เช่น *The month's revenue which is down will affect the whole company's income.*

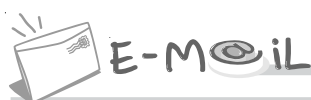
👉 แอบแฝงประโยคข่าวร้ายไว้ในส่วนกลางของย่อหน้าหรือใช้วงเล็บ เช่น *(Our profits, which are down, are only part of the picture)*

👉 ใช้ *If* หรือ *When* เพื่อให้การตอบปฏิเสธดูมีความหวังมากขึ้น เช่น *(When you have more managerial experience, you are welcome to reapply)*

👉 เปลี่ยนเป็นเน้นที่สิ่งที่คุณทำได้ หรือสิ่งที่คุณได้ช่วยทำไปแล้ว มากกว่าการเน้นที่สิ่งที่ไม่ได้ เช่น *"We sell exclusively*

through retailers and the one nearest you that carries our merchandise is....” แทนที่จะเขียนว่า “We are unable to serve you, so please call your nearest dealer”

ตัวอย่างการใช้ประโยคแจ้งข่าวร้าย



ไม่ควรเขียนแบบนี้	เขียนแบบนี้ดีกว่า
I must refuse your request.	<i>I will be out of town on the day you need me.</i>
We must deny your application.	<i>The position has been filled.</i>
We cannot afford to continue the program.	<i>The program will conclude on May 1.</i>
Much as I would like to attend...	<i>Our budget meeting ends too late for me to attend.</i>
We must reject your proposal.	<i>We've accepted the proposal from AAA Builders.</i>
We must turn down your extension request.	<i>Please send in your payment by June 14.</i>

✉ การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง (Close) :

วิธีการจบการแจ้งข้อความเชิงลบหรือข่าวร้ายโดยเทคนิค Indirect Approach มีหลักการเดียวกันกับวิธีการใช้เทคนิค Direct Approach คือจบด้วยข้อความเชิงบวก หรือเชิงสร้างสรรค์ นั่นคือถึงแม้ว่าจะเป็นข่าวร้ายแต่คุณก็ยังเห็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์ นอกจากนี้คุณจะต้องแสดงความเคารพและให้เกียรติผู้อ่าน ที่สำคัญอย่าพยายามเสแสร้งว่าข่าวร้ายที่คุณแจ้งไปไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อ่าน ทางที่ดีคุณควรแนะนำวิธีแก้ปัญหาหรือช่วยกันหาทางออกในกรณีที่คุณมีข้อมูลเพียงพอจะดีกว่า เช่น ในกรณีการส่งอีเมลไปให้ลูกค้าเพื่อแจ้งว่าสินค้ารุ่นที่ลูกค้าสั่งมาบริษัทของคุณได้เลิกการผลิตไปแล้ว ในการลงท้ายคุณสามารถที่จะแนะนำให้ลูกค้าพิจารณาสินค้าตัวอื่น ซึ่งเราเรียกเทคนิคนี้ว่า *Sale Promotion* หรือการส่งเสริมการขาย หรือถ้าหากคุณต้องแจ้งลูกค้าว่าสินค้าที่ลูกค้าซื้อไปไม่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ คุณก็สามารถใช้ *Resale Technique* หรือการขายซ้ำ เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในสินค้าที่ได้ซื้อไปแล้วว่าดีเหลืออยู่แล้ว หรือแม้แต่การให้คูปอง บัตรสมาชิกและของแถมอื่นๆ ตามนโยบายขององค์กรของคุณ

EXAMPLE

Your loyalty and your concern about our frozen food is genuinely appreciated.

Because we want you to continue enjoying our healthful and convenient dinners, we are enclosing a coupon that you can take to your local retailer to select your next Jingreed frozen food shop.

การเขียนอีเมลเพื่อตอบปฏิเสธ คำขอร้องทั่ว ๆ ไป

คำขอร้องอาจมาจากใครคนใดคนหนึ่งหรือเป็นกลุ่มก็ได้ ซึ่งอาจมาจากทั้งบุคคลภายนอกบริษัทและภายในบริษัท เมื่อคุณไม่สามารถทำตามที่เขาเหล่านั้นขอร้องได้ คุณก็ต้องสื่อสารการปฏิเสธคำขอร้องนั้นให้ชัดเจน โดยที่ไม่บั่นทอนความรู้สึกของผู้อ่าน และไม่ทำลายชื่อเสียงของตัวเองและบริษัทด้วย ซึ่งถือว่าเป็นงานที่ท้าทายมาก

สำหรับบางคน การพูดคำว่า “ไม่” ออกไปตรงๆ ถือว่าเป็นเรื่องยาก เพราะติดนิสัยขี้เกรงใจ แต่สำหรับในแวดวงธุรกิจ คุณจะต้องตระหนักไว้ว่าการพูดว่า “ไม่” เป็นเรื่องธรรมดา และไม่ส่งผลกระทบอันเลวร้ายกับตัวคุณ หากคุณรู้จักวิธีที่จะสื่อสารออกไป ถ้าคุณพูดว่า “ได้” ทุกครั้งกับงานทุกอย่างที่มีคนขอร้องให้คุณทำ รับรองว่าคุณจะไม่มีวันทำงานสำเร็จได้อย่างมีความสุขสักชิ้นเป็นแน่ ในกรณีนี้ การเลือกใช้ Direct Approach สำหรับการตอบอีเมลเพื่อปฏิเสธคำขอร้องทั่ว ๆ ไป เป็นวิธีที่ดีที่สุด เนื่องจากคุณทำให้ผู้อ่านประหยัดเวลาและตระหนักได้ทันทีว่าคุณปฏิเสธ โดยคุณสามารถเลือกใช้ Indirect Approach เมื่อสถานการณ์ล่อแหลม มีความเสี่ยงสูงทั้งต่อตัวผู้อ่าน ตัวคุณ และองค์กร



คำอธิบาย

**การเริ่มต้นเรื่อง หรือ
เปิดเรื่อง (Opening) :**
ด้วย buffer เพื่อ
สร้างความเข้าใจอัน
ดีต่อกัน ให้เห็นความ
ดีที่ผ่านมา

เนื้อเรื่อง (Body) :
ยกเหตุผล คำอธิบาย
มาประกอบ ก่อนจะ
ตามด้วยข่าวร้ายว่า
คุณไม่สามารถไปร่วม
งานได้ โดยไม่ต้องพูด
คำว่า “ไม่”

ช่วยเสนอแนวทาง
เลือกอื่นที่จะช่วย
เหลือได้

Dear Dr.Steven:

Infotech has been happy to support Whitty Community College in many ways over the years, and we appreciate the opportunities you and your organization provide to so many deserving students. Thank you for considering our grounds for your graduation ceremony.

Our company-wided sales meeting will be held during the weeks of May 31 and June 7. We will host over 200 sales representatives and their families, and activities will take place at both our corporate campus and the Ramada Renaissance. **As a result, our support staff will be devoting all of their time and effort to these events.**

My assistant, Robert Seagers, suggests you contact the Municipal Botanical Gardens as a possible graduation site. She recommends calling Jerry Kane, director of public relations. If we can help in any other way with graduation, please let us know.

E-MAIL

คำอธิบาย (ต่อ)

การจบเรื่อง หรือปิดเรื่อง (Closing) :

จบลงด้วยข้อความ
ที่สุภาพและแสดง
สัมพันธภาพทางธุรกิจ
เพื่อการร่วมมือกันทาง
ธุรกิจในอนาคตต่อไป

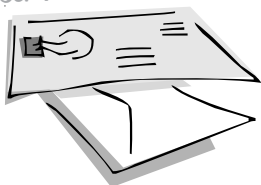
We remain firm in our commitment to you, President Wofford, and to the fine students you represent. We will continue to be a corporate partner to Whitty College and will support your efforts as you move forward.

Regards,

May Merry

Public Relations Director
Infotech Co., Ltd.
Tel. 918-669-4429

You have Got Mail



8

การเขียนอีเมล เพื่อการโน้มน้าวใจ

“*โอ้พระเจ้าจอร์จ มันยอดเยี่ยมมาก*” วลีฮิตติดหู ซึ่งไม่มีใครรู้ว่าคุณจอร์จ สืบเชื้อสายมาจากไหน แต่เมื่อใครพูดวลีนี้ ภาพที่เรานึกถึงคือ การขายของ ผ่านทางโทรทัศน์ ภายในเวลาแค่เพียงไม่กี่วินาที คุณจอร์จต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียกร้องความสนใจจากผู้ชม และสื่อสารคุณสมบัติของเครื่องปั่นผลไม้ เครื่องดูดฝุ่นพลังเสือ แอปโดมิโนเซอร์ เพื่อทำให้ผู้ชมคล้อยตาม และตัดสินใจซื้อในที่สุด เทคนิคของคุณจอร์จนั้นนับว่ายอดเยี่ยมและนำมาปรับใช้ในการสื่อสารเชิงโน้มน้าวใจ รวมถึงการเขียนอีเมลเพื่อโน้มน้าวใจด้วย การชักชวนให้ใครทำอะไรจะต้องมาจากพื้นฐานที่ทำให้ใครคนนั้นเห็นดีเห็นงาม เชื่อในสิ่งที่เราบอกและตัดสินใจในสิ่งที่เราต้องการ เช่น คุณต้องการโน้มน้าวใจให้เจ้านายของคุณเปลี่ยนเวลาเข้า-ออกในการทำ



งาน โน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ โดยวัตถุประสงค์ของการโน้มน้าวใจคือ การเปลี่ยนความคิดเจตคติ ความเชื่อ หรือการกระทำของผู้อ่านไม่ว่าประโยชน์นั้นจะสั้นหรือยาว คุณก็ย่อมต้องอาศัยเทคนิคการเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ หลายคนมักมองว่าการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ หรือทำให้คนเปลี่ยนเจตคติ และความเชื่อเหล่านั้น คือการใช้เล่ห์เพทุบาย ไม่มีความจริงใจ หลอกลวง เพื่อให้เขาตัดสินใจคล้อยตาม แต่จริงๆ แล้วการโน้มน้าวใจนั้น คือการนำเสนอให้เขาได้รับรู้ว่า โลกใบนี้ยังมีทางเลือกอื่นๆ อีกมากมายให้คุณได้พิจารณา มันคือการช่วยให้เขาตัดสินใจและเลือกที่จะเห็นด้วยกับคุณ

ขั้นตอนการเขียนอีเมลเพื่อการโน้มน้าวใจ

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

ความแตกต่างของการเขียนอีเมลประเภทนี้กับการเขียนอีเมลเพื่อแจ้งข่าวสารทั่วๆ ไปก็คือ อีเมลเพื่อโน้มน้าวใจต้องการที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้อ่านที่รู้สึกต่อต้านตั้งแต่แรก ประหนึ่งเมื่อมีตัวแทนเข้ามาขายประกันกับเรา หลายคนคงมีความรู้สึกต่อต้านในใจตั้งแต่แรก บางครั้งอาจถึงขั้นไล่ตะเพิดกันไปเลย ซึ่งความยากก็อยู่ที่ถึงแม้เราจะวิจิตรบรรจงเขียนอีเมลเพื่อโน้มน้าวใจไปอย่างดี แต่ก็ยังมีคู่แข่งอีกมากมายที่อยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ดังนั้นคุณจะต้องทำให้ผู้อ่านเชื่อว่า การนำเสนอของคุณคือตัวเลือกที่ดีที่สุด

ในขั้นตอนนี้คุณจะต้องวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง ถ่องแท้ ถึงวัตถุประสงค์ของคุณว่าต้องการโน้มน้าวใจเพื่ออะไร และกลุ่มเป้าหมายของคุณคือใคร และเขาต้องการอะไร

ในส่วนแรกของอีเมลของคุณจะต้องสามารถสะกดให้ผู้อ่านสนใจในข้อความที่คุณกำลังจะบรรยายให้ได้ โดยส่วนมากเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจหรือมีความเกี่ยวพันใกล้ชิดกับความต้องการของมนุษย์ จะช่วยชักจูงความสนใจของคนเราได้

อับราฮัม มาสโลว์ ได้แบ่งระดับความต้องการ ของมนุษย์ไว้ 5 ชั้น ดังนี้



คุณสามารถเขียนข้อความที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ในแง่มุมต่างๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้อ่านได้ เช่น คุณต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพหรือไม่ คุณต้องการให้บ้านของคุณปลอดภัยจากการโจรกรรมยามที่คุณไม่อยู่หรือไม่ เป็นต้น

จากนั้นคุณก็รวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้เปลี่ยนความคิดความเชื่อของผู้อ่าน ซึ่งข้อความที่ใช้ส่วนใหญ่จะประกอบด้วยเหตุผล หรือ

คุณสมบัติที่แท้จริงของสิ่งที่เราต้องการจะโน้มน้าวให้ผู้อ่านเชื่อ เราเรียกว่า การใช้ Logical Appeal เช่น ครีมน้ำยี่ห้อลูกรักประกอบด้วยพฤษชานานาพันธุ์ อีกประเภทหนึ่งคือข้อความที่ไม่ได้คำนึงถึงความเป็นเหตุเป็นผล แต่ใช้ข้อความที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก เราเรียกว่า Emotional Appeal เช่น เมื่อคุณใช้ครีมน้ำยี่ห้อลูกรัก คุณจะรู้สึกว่าคุณถูกปรนนิบัติราวกับว่าคุณเป็นเจ้าของ

เมื่อเรานำมารวมกัน เราอาจจะได้ข้อความใหม่ว่า :

When you shower with LOOKS combined with many herbs and flowers, you are indulged like a princess.

การเลือกใช้ Direct หรือ Indirect Approach ก็เป็นเรื่องสำคัญ คุณต้องพึงนึกถึงประโยชน์ของผู้อ่านเป็นหลัก โดยเรื่องราวที่คุณเขียนต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับตัวผู้อ่าน พยายามอธิบายว่า ข้อเสนอของคุณจะช่วยเขาได้อย่างไร ไม่ใช่ให้เขามาช่วยคุณ ดังนั้นการเขียนอีเมลประเภทนี้ส่วนใหญ่จึงใช้เทคนิค Indirect Approach เพื่อหว่านล้อมให้เขาเห็นคุณประโยชน์ข้อดีต่างๆ ก่อนที่จะเข้าประเด็น

คุณสามารถใช้ Direct Approach ได้ในกรณีที่คุณพอจะทราบว่าผู้อ่านพอที่จะยินดีรับฟังสิ่งที่คุณจะเสนอ เช่น การส่งอีเมลลดแลกแจกแถมสินค้าของบริษัทที่ส่งเป็นประจำไปสู่สมาชิก

เช่น

You will receive the best quality products with only \$50.

โดยไม่จำเป็นต้องเขียนว่า *เราต้องการลดสต็อกสินค้าเลยเอาของมาลดราคา*

ขั้นตอนที่ 2 : การเขียนอีเมล

คนส่วนใหญ่มักจะเลยข้อความที่เขียนเพื่อโน้มน้าวใจ หากไม่มีความเกี่ยวข้องกับตัวเขาและมักจะไม่ค่อยมีปฏิกิริยาตอบกลับ การโน้มน้าวใจนั้นไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบกับตัวเลือกหรือพฤติกรรมในอดีตของผู้อ่านว่าไม่ดีอย่างไร เพราะนั่นเท่ากับเป็นการดูถูกผู้อ่าน ดังนั้นคุณจึงควรจะมุ่งเน้นกับการตัดสินใจเลือกในปัจจุบันว่าดีที่สุด แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละชาติด้วย เช่น ในฝรั่งเศส การขายของแบบ hard sell จะทำให้รู้สึกไม่ให้เกิดิยกับผู้อ่าน ส่วนในเยอรมนี มักจะมุ่งเน้นที่สรรพคุณที่แท้จริงของสินค้าว่ามีดีอะไร มากกว่าการใช้เพื่อตอบสนองด้านอารมณ์ความรู้สึก ที่สำคัญคุณต้องมีข้อมูลที่เพียงพอ และคุณต้องรู้ดีในสิ่งที่คุณนำเสนอ เพื่อป้องกันการชี้แนะที่ผิดพลาด และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวคุณและบริษัทได้อีกด้วย โดยเทคนิคที่คุณควรใช้ได้แก่ :

1. ใช้ภาษาที่สื่อสารเข้าใจง่าย ไม่จำเป็นต้องกล่าวเกินจริง หรือ เลิศเลอจนเกินไป
2. ใช้ข้อเท็จจริงมาสนับสนุนข้อความของคุณ เช่น ข้อมูลทางสถิติการวิจัยจากผู้ที่เคยทดลองใช้มาแล้ว
3. อ้างอิงถึงแหล่งข้อมูลที่คุณนำมาสนับสนุน
4. ค้นคว้าในสิ่งที่คุณนำเสนออย่างเชี่ยวชาญ
5. พยายามทำให้ผู้อ่านเห็นด้วย โดยอาศัยหลักฐานและข้อพิสูจน์ต่างๆ
6. อย่าใช้ข้อความที่เป็นอคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง พยายามเขียนให้เป็นกลาง

7. แสดงความจริงใจว่าคุณต้องการให้ความช่วยเหลือเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้อ่านได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 : ตรวจสอบเสร็จสมบูรณ์

การเขียนอีเมลเพื่อโน้มน้าวใจก็คล้ายกับงานโฆษณา ที่คุณจะต้องตรวจและทบทวนให้ดีก่อนที่จะเผยแพร่ไปสู่สาธารณชน คุณจะต้องตรวจสอบความเข้าใจของเนื้อหาว่าคุณเข้าใจอยู่คนเดียวหรือไม่ ข้อมูลที่นำมาสนับสนุนมีความเกี่ยวข้องกันและตรงตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งตรวจสอบดูว่าข้อความมีความขัดแย้งกันเองหรือไม่ และแน่นอนตัวสะกดและไวยากรณ์จะต้องไม่ผิดพลาด

เทคนิคการเขียนอีเมลเพื่อการโน้มน้าวใจ

เป้าหมายในการเขียนอีเมลประเภทนี้ ก็เพื่อการทำให้ผู้อ่านคล้อยตามในสิ่งที่คุณเสนอ หรือความคิดของคุณ ซึ่งจะต้องสมเหตุสมผล พร้อมทั้งเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านด้วย

มีเทคนิคในการเขียนง่ายๆ ที่คล้ายคลึงกับการขายสินค้าของ **พระเจ้าจอร์จ** เราเรียกสั้นๆ ว่า **AIDA** ประกอบด้วย

- ✉ **Attention** การเรียกร้องและดึงดูดความสนใจ โดยเขียนให้โดนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของผู้อ่าน โดยไม่ออกนอกประเด็น และก่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น พูดถึงปัญหาที่ผู้อ่านกำลังประสบอยู่
- ✉ **Interest** การทำให้ผู้อ่านสนใจ โดยการอ้างอิงหลักฐาน หรือข้อมูลสนับสนุน

- ✉ Desire อธิบายให้ผู้อ่านทราบว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้จะช่วยเหลือได้อย่างไร และจะนำประโยชน์อะไรมาให้เขาบ้าง
- ✉ Action เรียกร้องให้ผู้อ่านตัดสินใจเลือกตามข้อเสนอของคุณ และจัดเตรียมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้อ่านให้ลูกค้าตอบหรือติดต่อกลับ

ตัวอย่างข้อความเพื่อใช้ในการเขียนอีเมลโน้มน้าวใจ

ประโยคต่อไปนี้ล้วนแต่มุ่งเน้นที่ประโยชน์ของผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ในแวดวงการขาย

EXAMPLE

- *You can buy what you want right now at no additional costs.*
- *This printer can turn out one of your 100-page proposals in six minutes.*
- *Your donation will provide temporary housing for 100 women who don't want to return to abusive husbands.*
- *Your corporate sponsorship of the seminar will allow your site manager a five-minute introduction at the beginning of the program to summarize your services.*

การใช้ AIDA ในอีเมลเพื่อการขายสินค้า

Attention : คุณจะต้องเปิดเรื่องด้วยข้อความที่ทำให้ผู้อ่านสะดุดตา
สะดุดใจ ด้วยวิธีต่อไปนี้

- ✉ พุดถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ของคุณ เช่น
IPOD 20,000 songs in your pockets
- ✉ สร้างความเข้าใจที่ตรงกันทั้งสองฝ่าย เช่น
An SUV adventurous enough to accommodate your spontaneity and the gear that comes with it.
- ✉ ใ้รู้รูปแบบของการเขียนข่าว เช่น
In the past 60 days, mortgage rates have been fallen to a 30-year low.
- ✉ ดึงดูดความสนใจที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ เช่น
The only thing worse than paying taxes is paying taxes when you don't have to.
- ✉ ความประหยัด เช่น
Right now, you can get huge savings on a new camera phone.
- ✉ หาทางแก้ไข เช่น
This backpack's designed to endure all a kid's dropping and dragging.

Interest : สร้างความน่าสนใจโดยการหาข้อมูลสนับสนุน ความน่าสนใจของคุณ เช่น 20,000 songs in your pocket, the Apple iPod web-page continues with.....

Desire : ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ ว่าสินค้าของคุณมีวิธีใช้อย่างไร นอกจากนี้คุณต้องเลือกใช้คำที่ฟังดูหนักแน่นด้วย เช่น

แผนที่จะเขียนว่า

The NuForm desk chair is designed to support your lower back and relieve pressure on your legs.

(การใช้ passive voice ทำให้ความสำคัญของประธานลดน้อยลง)

ควรเขียนว่า

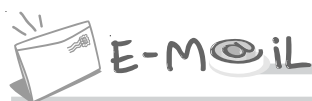
The NuForm desk chair supports your lower back and relieves pressure on your legs.

(ให้ประธานเป็นตัวกระทำ โดยการใช้ Active Voice เพื่อเน้นคุณสมบัติของสินค้า)

Action : ในตอนสุดท้ายคุณต้องเน้นย้ำให้ผู้อ่านเกิดปฏิกิริยา หรือตัดสินใจเลือกสินค้าที่คุณเสนอ โดยการหาสิ่งจูงใจ ล่อตาล่อใจ เช่น สิ่งวันนี้ภายใน 20 นาที จะมีของแถมมากมายแบบคุณจอร์จก็ได้ เช่น For first 1,000 people who call us, you will get 50% discount. แต่ทั้งนี้คุณต้องคำนวณกำไรขาดทุนมาให้เรียบร้อยดีแล้ว ตามนโยบายของบริษัท

ตัวอย่างของการเขียนอีเมลเพื่อการโน้มน้าวใจ

ตัวอย่างที่ 1



คำอธิบาย

การเริ่มต้นเรื่อง หรือ เปิดเรื่อง (Opening) :

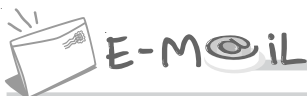
A (Attention) เรียก
ร้องความสนใจ โดยใช้
หลักความเห็นพ้องต้อง
กัน ซึ่งทุกคนต่างให้
ความสนใจ

**เนื้อเรื่อง (Body) : I
(Interest)** ใช้ข้อมูล
และข้อเท็จจริงมา
สนับสนุนเพื่อให้
น่าเชื่อถือ

Dear Mr. Therrien:

If a company is to continue to grow in today's marketplace, it must have great products, provide good service, and listen to its customers.

We at Krypton International pride ourselves on the quality and performance of our products and our customer service. However, we are interested in hearing your experience with Krypton. We know you purchased a camcorder from a Krypton store three months ago. Now that you have had time to use it, we would like to know how you feel about the machine. Would you recommend it to your friends ? How do you feel about our sales staff ? Were they knowledgeable and helpful ?



คำอธิบาย (คำ)

D (Desire) : ทำให้ลูกค้าหรือผู้อ่านตัดสินใจกระทำตามข้อเสนอด้วยการแจ้งถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นว่าความร่วมมือของท่านจะช่วยทำให้คุณผลิตสินค้าดี ๆ ให้ลูกค้าใช้ต่อไป

A (Action) : เน้นให้ลูกค้าปฏิบัติตามและบอกวิธีการติดต่อหรือตอบกลับ

The attached online questionnaire asks 20 simple questions, all related to our products and service. It should take no more than ten minutes to complete.

By taking the time to fill in this online survey, you will be helping us to assist you in the future with new and improved merchandise and service.

Please return the form to us via this email address. Your cooperation is appreciated.

Regards,

James Ross

ตัวอย่างที่ 2

Attention : เรียกร้องความสนใจผู้อ่าน ด้วยเนื้อหาที่โดนใจตรงกับความต้องการ คือการเพิ่มผลกำไร

We may be able to boost profits by drawing corporate and business customers into our downtown office, where we could sell them our travel – management services. If we create a travel resource center for corporate and business travelers, our customers could.

Interest : เสนอข้อมูลประกอบการพิจารณา ด้วยวิธีการที่ชัดเจนในการเพิ่มผลกำไร

- *Purchase books and pamphlets containing information on the most popular business.*
- *Request that we obtain such information for them about less popular destinations.*
- *Purchase video and audiotape courses in Spanish, French, German, Japanese, and other languages*
- *Browse the Internet on the spot to monitor weather conditions and currency exchange rates*
- *Purchase luggage, maps, travel guides, and related electronics*
- *Learn about cultural differences and various business practices around the world*

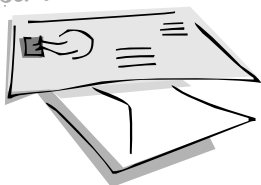
Desire : กระตุ้นให้เกิดความคล้อยตาม ด้วยการตอกย้ำโดยใช้ Emotional Appeal และ Logical Appeal

Once business travelers are in our office, we have a terrific opportunity to tell them about our complete travel-management services, we could serve their appetite with advice about transportation, about accommodations, perhaps even about accommodations, perhaps even about cultural differences to be aware of.

Action : เสนอแนวทาง หรือวิธีการที่ผู้อ่านสามารถกระทำได้

If the resource center works at headquarters for our business customers, we might consider testing a resource center at one of our.

You have Got Mail



9

ข้อแนะนำ 10 ประการ สำหรับการเขียนอีเมล

หลังจากคุณผู้อ่านได้อ่านจนมาถึงบทนี้ คุณคงอยากที่จะนำเทคนิคที่กล่าวมาในบทต่างๆ ไปประยุกต์ใช้ในการเขียนอีเมลของคุณกันแล้ว จากนั้นไปคุณจะสามารถเขียนอีเมลได้อย่างมืออาชีพ จนคู่สนทนาของคุณทางอีเมลจะต้องแปลกใจ ด้วยรูปแบบการเขียนที่มีประสิทธิภาพ สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในบทที่ 9 นี้ ผู้เขียนจะขอเสนอบทส่งท้ายด้วยข้อแนะนำ 10 ประการที่เป็นหัวใจของการเขียนอีเมล ซึ่งได้แก่ :

1. เขียนหัวเรื่องอีเมลที่สื่อความถึงเนื้อเรื่องได้
2. เน้นให้เด่น ตรงประเด็น และอ่านรู้เรื่อง เป็นที่เข้าใจทั้งสองฝ่าย

3. พยายามหลีกเลี่ยงเอกสารแนบ
4. ระบุสถานะของคุณให้ชัดเจน
5. อย่าใช้อารมณ์ในการเขียน
6. ตรวจสอบทุกครั้ง
7. อย่าคิดว่าอีเมลเป็นการสื่อสารแบบส่วนตัว
8. แยกแยะระดับการสื่อสารระหว่างทางการและไม่เป็นทางการ
9. ตอบอีเมลโดยทันที
10. ให้เกียรติคู่สนทนาในการตอบ และตรวจสอบชื่อผู้รับทุกครั้งก่อนส่งอีเมล

โดยข้อแนะนำ 10 ประการดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้ :

เขียนหัวเรื่องอีเมลที่สื่อความถึงเนื้อเรื่องได้

ผู้อ่านจะพิจารณาหัวเรื่องของอีเมลที่ได้รับเข้ามาก่อนทุกครั้งว่าจะเปิดอ่าน หรือจะส่งต่อ (forward) หรือจะเก็บไว้อ่านทีหลัง หรือโยนลงข้อความขยะ เนื่องจากไม่ได้มีเพียงอีเมลของคุณเท่านั้นที่อยู่ในกล่องจดหมายของผู้อ่าน (mailbox)

 **หลีกเลี่ยง หัวเรื่องประเภท :**

“Important ! Read Immediately !”

เนื่องจากสิ่งที่คุณคิดว่าสำคัญสำหรับคุณอาจไม่ใช่เรื่องสำคัญของคนอื่น หรือบางคนอาจจะคิดว่าไม่ใช่ นอก

จากนี้หัวเรื่องแบบนี้ก็ไม่ได้สื่อความหมายชัดเจนว่าอีเมลฉบับนี้มีวัตถุประสงค์อะไร ดังนั้นคุณจึงควรรวบรัดหัวเรื่องของคุณโดยการสื่อสารใจความหลักในอีเมลของคุณ เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกถึงความสำคัญของเนื้อหาและต้องเปิดอ่าน โดยที่คุณไม่จำเป็นต้องใช้คำบังคับว่า “อ่านเดี๋ยวนี้” (Read now!)

เช่น “Emergency : All cars in the Lower Lot will be Towed in 1 hour”

ประโยคนี้ไม่จำเป็นต้องใส่เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) เลยด้วยซ้ำ เพราะการใช้เครื่องหมายดังกล่าวจะให้ความรู้สึกเหมือนถูกตะโกนใส่หน้า สำหรับตัวผู้เขียนเอง เมื่อเห็นอีเมลประเภทที่มีเครื่องหมายตกใจใส่มาด้วย ผู้เขียนรู้สึกว่าผู้ส่งนี้ช่างกล้า และก้าวร้าวเหลือประมาณ หรือเขาคงต้องการขายอะไรสักอย่างกับผู้เขียนเป็นแน่ ยกเว้นกรณีเจ้านายเป็นผู้เขียน แก่อยากจะได้เครื่องหมายอะไรก็ได้แต่ศรัทธาแต่โดยมากแล้วแกก็มีมารยาทพอ ไม่เคยใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์กับผู้เขียนเลย มีก็แต่เรียกเข้าไปคุยและถามว่า TGW, TGR (things goes wrong ?, thing goes right ?)

✉ **หลีกเลี่ยงหัวข้อง้างๆ : Meeting**

จริงอยู่ที่ผู้อ่านอาจจะพอเดาได้ว่าเป็นอีเมลเพื่อเชิญประชุม หรือขอเลื่อนประชุม ขอรายงานการประชุม แต่มันก็มีหลายแง่ที่จะคาดเดากันไป แต่คงไม่มีใครรู้ว่าคุณต้องการอะไรหากไม่เปิดอีเมลอ่าน ดังนั้นหากเป็นไปได้ให้หลีกเลี่ยงมันไปดีกว่า

✉ หัวข้อที่เกือบดีแต่ยังไม่ชัดเจน :

Follow-up about meeting

การเขียนแบบนี้ก็ทำให้ผู้อ่านพอจะเดาได้ แต่ก็ยังไม่ทราบอีกอยู่ดีว่าจริงๆ แล้วคุณต้องการติดตามเรื่องอะไร

ดังนั้นคุณควรระบุให้แจ่มแจ้งไปเลย ว่า : *“Do we need a larger room for meeting next Friday ?”*

การเขียนเช่นนี้เป็นการเอื้อให้ผู้อ่านรับทราบวัตถุประสงค์ของอีเมลในทันที และสามารถจัดลำดับความสำคัญในการเปิดอีเมลอ่านได้ ซึ่งเราเรียกว่า *หัวเรื่องที่ให้ข้อมูล (informative subject line)*

2 ทำให้เห็น ประเด็น และอ่านรู้เรื่อง เป็นที่เข้าใจทั้งสองฝ่าย

โดยธรรมชาติแล้วผู้อ่านจะอ่านอีเมลแบบผ่านๆ และจะกด reply ก็ต่อเมื่อมีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวผู้อ่าน และจำเป็นต้องตอบ หากเนื้อหาในอีเมลของคุณประกอบไปด้วยเรื่องราวมากมายที่นอกประเด็น หรือไม่ค่อยจะเกี่ยวข้องกับใจความหลักของเนื้อเรื่อง ก็อาจจะทำให้ผู้อ่านหาประเด็นที่ต้องการทราบไม่เจอ หรืออาจอ่านผ่านๆ แบบขอไปทีสองที หรือไม่ก็สมาธิสั้นจับใจความได้แค่เพียงย่อหน้าแรกๆ ดังนั้นคุณจึงควรเน้นประเด็นที่คุณต้องการให้ผู้อ่านทราบให้โดดเด่น โดยการ :

✉ เขียนเป็นประเด็นๆ หรือหัวข้อให้ชัดเจน แต่ไม่ใช่พรรณนาโวหารเหมือนเขียนนิยายน้ำเน่า

นอกจากนี้คุณต้องตรวจสอบด้วยว่าเนื้อหาใจความในอีเมลของคุณสามารถอ่านรู้เรื่อง เข้าใจทั้งสองฝ่ายหรือไม่ด้วยการ :

- ✉ ใช้ตัวพิมพ์ปกติที่อ่านง่าย และสะกดถูกต้องตามสภากลนิยมสำหรับการใช้ภาษาแชท หรือพวกสัญลักษณ์ทางอารมณ์ ควรหลีกเลี่ยงในการเขียนอีเมลติดต่อทางธุรกิจ เช่น “thx 4 ur help 2day ur8” มันอาจดูเท่ แต่อีกฝ่ายหนึ่งอาจจะไม่เข้าใจว่าคุณสื่อสารอะไร อย่าลืมว่าการสื่อสารย่อมมีช่องว่างเกิดขึ้นเสมอ (communication gap) เพราะแต่ละคนมีพื้นฐานที่ต่างกัน หรือแย่ไปกว่านั้นอีกฝ่ายอาจคิดไปก็ได้ว่าคุณพิมพ์ไม่เป็น ไม่รู้ตัวสะกด
- ✉ เว้นบรรทัดเมื่อขึ้นย่อหน้าใหม่ทุกครั้ง
- ✉ หลีกเลี่ยงตัวอักษรที่ดูแฟนซี และไม่จำเป็นต้องใช้ตัวหนา เพื่อเน้นข้อความทุกครั้ง คุณสามารถลบไปใช้ เครื่องหมายดอกจันบ้างก็ได้ (*asterisk*)

3 พยายามหลีกเลี่ยงเอกสารแนบ

พยายามบรรจุข้อมูลที่สามารถแทรกในอีเมลของคุณเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น ตารางไฟล์ Excel หรือ .doc จาก ไฟล์ Word คุณสามารถแทรกงานดังกล่าวลงไปใน Outlook ได้เลย เนื่องจากไฟล์แนบมีข้อเสียดังนี้

- ✉ ไฟล์แนบอาจเป็นแหล่งแพร่ไวรัส
- ✉ ไฟล์แนบต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลด

- ✉ ไฟล์แนบจะทำให้เปลืองเนื้อที่ในการเก็บไฟล์ข้อมูลในคอมพิวเตอร์ของผู้รับ

4 ระบุสถานะของคุณให้ชัดเจน

ในกรณีที่คุณติดต่อกับบุคคลที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน เช่น คุณเพิ่งมารับตำแหน่งใหม่ ในประโยคแรก คุณก็ควรระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง อาชีพ และข้อมูลอื่นๆ ที่จำเป็น

5 อย่าใช้อารมณ์ในการเขียน

อย่าก่อกองไฟหรือใส่เชื้อไฟ หากคุณรู้สึกโกรธจนควันออกหู ให้คุณพักสักครู่ ก่อนที่จะส่งอีเมลฉบับนั้น กองไฟที่คุณก่อในอีเมลของคุณ จะตราบรีงในโลกอินเทอร์เน็ตไปตราบชั่ววันรันดร์ ที่เลวร้ายไปกว่านั้นคือ การตีความของผู้อ่านนั้นแตกต่างกัน เพราะการเขียนไม่มีสีหน้า ท่าทาง แววตาให้คุณเห็น ดังนั้นคำที่จะใช้ในการเขียนจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ

ข้อควรระวังในการก่อกองไฟทางอีเมล :

- ✉ ถ้าคุณก่อกองไฟกับเจ้านาย มันก็จะมีผลต่อการเลื่อนขั้นของคุณ หรือเมื่อคุณต้องการหนังสือรับรองจากเจ้านายของคุณในอนาคต
- ✉ ถ้าคุณก่อกองไฟกับลูกน้องหรือคนที่สถานะต่ำกว่า ก็เท่ากับคุณทำลายความน่าเชื่อถือของตนเอง รวมทั้งความเป็นผู้นำ และมีผลทำให้ลูกน้องของคุณทำงานอย่างไม่เต็มที่ในอนาคต ทำแบบขอไปที ไม่มีใจจะทำให้

6 ตรวจสอบทุกครั้ง

ก่อนส่งอีเมลที่มีความสำคัญ เช่น การแจ้งข่าวร้าย การโน้มน้าวใจ เพื่อความไม่ผิดพลาด นอกจากที่คุณจะตรวจสอบเรื่องตัวสะกด และไวยากรณ์แล้ว คุณควรส่งให้ผู้บังคับบัญชาคุณตรวจดูเนื้อหาให้ดีก่อนให้แน่ใจว่าเหมาะสมหรือไม่

ในช่วงแรกๆ ที่ผู้เขียนทำงานในฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์นั้น มีอีเมลบางฉบับที่ผู้เขียนไม่แน่ใจว่า ข้อมูลที่แจ้งไปสมควรส่งไปผู้อ่านหรือไม่ หรือสำนวนภาษาใช้ได้หรือยัง ผู้เขียนจะส่งให้เจ้านายฝรั่งอ่านก่อนทุกครั้ง พอเริ่มเข้าใจที่เข้าใจทาง รู้รูปแบบของบริษัทแล้ว เจ้านายก็ให้ผู้เขียนออกบินเอง โดยแค่เพียง CC ให้ท่านอยู่ใน Loop ก็พอแล้ว

7 อย่าสันนิษฐานว่าอีเมลเป็นการสื่อสารแบบส่วนตัว

อะไรก็ตามที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ล้วนไม่มีความปลอดภัย มีนักล้วงข้อมูลมากมายที่อาจจะอยู่ไม่สุขมาล้วงความลับทางอีเมลของคุณ ซึ่งก็ถือเป็นอาชญากรรมออนไลน์ ดังนั้น โปรดระวังอย่าส่งอะไรที่คุณไม่แน่ใจว่าจะให้เผยแพร่ไปสู่สาธารณชนได้ แม้แต่ในองค์กรของคุณเองก็มีหน่วยสอดส่องดูแลเนื้อหาในอีเมลของคุณเหมือนกัน

8 แยกแยะระดับการสื่อสารระหว่างทางการและไม่เป็นทางการ

ถ้าเป็นอีเมลถึงเพื่อน คุณอาจจะใส่สัญลักษณ์ทางอารมณ์ (emoticon) อะไรก็ยอมทำได้ มันทำให้รู้สึกถึงความใกล้ชิด มิตรภาพอันดี



แต่ถ้าผู้อ่านของคุณคาดหวังที่จะได้อ่านเนื้อหาที่เป็นทางการ คุณก็ไม่ควรใส่สัญลักษณ์พวกนั้น



9 ตอบอีเมลโดยทันที

ถ้าคุณต้องการเป็นนักเขียนอีเมลแบบมือโปร และดูมีมารยาทกับผู้อ่าน คุณก็ควรตอบอีเมลโดยทันที อย่างน้อยก็ให้ตอบอะไรกลับไปสักอย่าง เพื่อผู้อ่านได้รู้สึกว่าคุณไม่ได้ทอดทิ้ง แม้แต่การตอบว่า “Your proposal will be considered soon by our marketing department” ก็จะทำให้ผู้อ่านทราบสถานะว่าตอนนี้อีเมลของเขาได้รับการอ่านจากคุณแล้ว



10 ให้เกียรติคู่สนทนาในการโต้ตอบ และตรวจทานชื่อผู้รับทุกครั้งก่อนส่งอีเมล

ความน่าหงุดหงิดอีกอย่างในการติดต่อทางอีเมลคือ ผู้ที่ชอบกด Reply All มากกว่า Reply ทั่วๆ ไป เนื้อเรื่องที่ส่งอาจจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับคนใน Loop ที่อยู่ในช่อง CC ในครั้งแรก ดังนั้น คุณควรตรวจสอบทุกครั้งว่าอีเมลที่กำลังจะส่งไปนั้นเกี่ยวข้องกับใครบ้าง คุณไม่จำเป็นจะต้องส่งไปให้คนใน Loop ได้เวียนอ่านอีเมลของคุณอีก

นอกจากนี้การส่งต่อ (forward) อีเมล คุณสามารถสอบถามจากผู้ส่งได้ว่า จะอนุญาตให้คุณส่งต่อไปให้คนอื่นอ่านได้หรือไม่

บรรณานุกรม

หนังสือ

Courtland L., Bovee and John V. Thill. (2005). Business communication today. 8 th ed. New York : McGraw-Hill Higher Ed.

Dumaine, Deborah.(1998). คู่มือการเขียนทางธุรกิจ แปลและเรียบเรียงจาก Vest-pocket guide to business writing โดย รชฎาพร สะละหมัด. กรุงเทพฯ : บริษัท ไชมอน แอนด์ ซิสเตอร์ อินโดไชน่า จำกัด.

Watson, Jane. (2007). Business writing basics.3 rd ed. North Vancouver : Self-Counsel Press Ltd.

เว็บไซต์

<http://www.albion.com>

<http://www.expatica.com>

<http://www.iwillfollow.com>

http://owl.english.purdue.edu/handouts/general/gl_nonsex.html

การสื่อสารด้วย E-mail ภาษาอังกฤษ
มีความสำคัญและจำเป็นต่อทุกองค์กร
นอกจากจะก่อให้เกิดประสิทธิผลของงานธุรกรรมต่างๆ แล้ว
ยังนำมาซึ่งความประหยัด รวมทั้งความสามารถในการแข่งขัน
และความเจริญก้าวหน้าต่อไปได้อย่างมั่นคง

การเขียน E-mail ภาษาอังกฤษอย่างมืออาชีพ
ถือเป็นความสามารถหลักอีกอย่างหนึ่งของคนทำงาน
ในองค์กรยุคใหม่ อย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

หนังสือเล่มนี้เป็นคู่มือที่เน้นภาคปฏิบัติ
ที่ท่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้เป็นอย่างดี



BizKit
Publishing

สำนักพิมพ์บิสคิต
860 ถนนประชาอุทิศ 45 แขวงบางมด
เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140
โทรศัพท์ 0-2319-6797

ISBN 978-974-414-045-6



9 789744 140456

ราคา 139 บาท
หมวดบริหารธุรกิจ