

<<商务信函>>

图书基本信息

书名：<<商务信函>>

13位ISBN编号：9787500581345

10位ISBN编号：7500581343

出版时间：2005-06-01

出版时间：中国财政经济出版社

作者：柏瑟

页数：323

字数：370000

译者：徐健达

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<商务信函>>

内容概要

本书收录了150篇简明实用的商务书信实例，可以令你更快速、更轻松，更有效率地写出第一句就能吸引住客户的信函，以建立良好的客户关系。

本书的目的就是希望能够协助你轻松驾驭职场上一项重要的沟通任务：书信写作。写作本身就是一项高难度的工作，怎样组织文字让它们清楚地表达出人所要传递的信息更是一项挑战，辛苦的程度不下于在工地干体力活。难怪一些别有特长的专业人士对商业书信惟恐避之不及。

<<商务信函>>

作者简介

安柏·瑟，芝加哥的专业沟通顾问，作家和编辑。

徐健达，纽约大学人文研究所硕士，现为专职翻译。

<<商务信函>>

书籍目录

前言 成功书写商务信函的要领

第一部分 给客户的信

第一章 开发新客户

1.1 利用核对表点燃客户的兴趣

1.2 描绘亮丽的景象

1.3 自问自答

1.4 强调客户能够享有的利益

1.5 提供诱因并强调客户所享有的利益

1.6 针对问题提出解决方案

1.7 针对问题提出解决方案

1.8 消除客户心中疑虑

1.9 邀请朋友参加聚会

1.10 邀请朋友参加商展

1.11 采取先遣—后续两阶段游说

1.12 采取先遣—后续两阶段游说

1.13 强调客户专属的权益

1.14 要求接洽商谈

1.15 要求电话访谈

1.16 传真鼓励客户来电洽询

1.17 函请客户给予回应

1.18 函请客户给予回应

1.19 联系久无音讯的潜在客户

第二章 掌握商机, 拓展业务

2.1 回应客户的询问

2.2 感谢客户接受业务拜访

2.3 感谢客户接受业务拜访

2.4 感谢客户莅临参观

2.5 欢迎新客户的惠顾

2.6 欢迎新客户的惠顾

2.7 巩固情谊的“勿忘我”便条

2.8 持续引发客户的兴趣

2.9 继续留住客户

2.10 重新赢得流失或消极客户的青睐

2.11 商请客户为文推荐

2.12 激励客户介绍生意

2.13 感谢客户为文推荐或介绍生意

第三章 处理订单、帐款与退款

3.1 表达对客户订单的感谢(附带交货信息)

3.2 确认订单及交货日期

3.3 请客户提供进一步的信息以便处理订单

3.4 回应客户查询订化事宜

3.5 退回订单(优惠日期已过)

3.6 退回付款支票(未附订单信息)

3.7 向客户说明所订货品并未享有折扣

3.8 告知客户产品缺货

3.9 延误交货而同意注销出货单

3.10 回应客户终止服务的要求

3.11 取消订阅并请客户提供进一步的提示

3.12 告知订户已取消订阅

3.13 请客户提供退货说明

3.14 授权供应商接受退货

3.15 向客户解释退货时限已经过期

第四章 处理信用帐户及帐款事宜

第五章 通知价格上涨、政策改变、人事变动, 为延误或取消向客户致歉

第六章 解决客户投诉与坦承错误

第七章 表达谢意与祝贺

第二部分 给员工的信

第八章 招聘员工与通知录取的信函

第九章 职工福利与津贴补助等相关信函

第十章 告诫及警告信函

第十一章 裁员及解聘信函

第三部分 给供应商、媒体、政府官员以及股东的信

第十二章 给供应商的信函

第十三章 给媒体及政府官员的信函

第十四章 写给股东的信函

<<商务信函>>

媒体关注与评论

全书范例中英对照，让你书写英文书集，更加得心应手！

本书内容包括：创造领先优势，激发客户兴趣，回应客户需求，成功化解异议，建立良好关系以及顺利敲定生意的销售信函。

礼数周到且坚守原则地解决客户投诉，量身定做般地回应客户特定需求，随时随地确切掌握客户现况，以及加强、巩固商务关系的客服信函。

以积极正面、深入浅出的方式阐述公司政策，建立并维系团队精神的人力资源管理及人事信函。

不伤感情又能完成使命的信贷与催款信函。

除了这些实用的范例以外，本书还收录有“成功书写商务信函的六大步骤”，指导读者如何依照公司或个人的特殊需求，写出专家级的商务信函。

<<商务信函>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>