

Correspondenta de Afaceri

Acest **curs** prezinta **Correspondenta de Afaceri**.

In acest PDF poti vizualiza cuprinsul si bibliografia (daca sunt disponibile) si aproximativ doua pagini din documentul original.

Arhiva completa de pe site contine un fisier, intr-un numar total de **21 pagini**.

Fisierele documentului original au urmatoarele extensii: doc.

Extras

Capitolul 1

INTRODUCERE ÎN CORESPONDENTA DE AFACERI

Este un lucru bine cunoscut ca orice scrisoare echivaleaza cu o carte de vizita a celui ce o expediaza.

Acest fapt este de o deosebita importanta în cazul corespondentei de afaceri, unde mesajul scris poate fi considerat drept reprezentant al societatii/ firmei care-l trimite, un mesager interesat în a crea climatul favorabil pentru buna desfasurare a unei tranzactii.

Redactarea scrisorilor de afaceri constituie asadar un element esential în cadrul unei tranzactii, iar modalitatile de realizare a acestora s-au îmbunatatit si amplificat de-a lungul deceniilor devenind - dupa unii autori - aproape o stiinta.

Totusi, nu trebuie pierdut din vedere faptul ca datorita dezvoltarii tehnicilor de comunicatie, pe de o parte, cât si amplificarii schimburilor la nivel mondial, pe de alta parte, au aparut si modalitati noi si rapide de transmitere a mesajelor; dar în ciuda existentei telegrafului si a telefonului, a telexului si telefaxului, scrisorile comerciale continua sa-si pastreze locul si functia lor.

În fapt, abstractie facând de costul ridicat al mijloacelor de comunicatie moderne, majoritatea mesajelor transmise prin telegraf sau telefon trebuie confirmate în scris; în plus, chiar redactarea sau decodificarea unei telegrame sau a unui telex presupune din partea expeditorului si a destinatarului cunostinte care sunt incluse în tehnicile de redactare a corespondentei de afaceri în forma sa clasica.

Pentru a considera o scrisoare de acest tip bine realizata din punct de vedere tehnic, aceasta trebuie sa corespunda regulilor de claritate, concizie si curtoazie, circumscrise modalitatii comune de gândire care se concretizeaza în ceea ce literatura de specialitate numeste stil comercial.

Pentru a capta atentia cititorului, scrisoarea de afaceri trebuie astfel conceputa încât sa poata fi citita cu usurinta, frazele sa fie precise, clare, exprimate într-o succesiune logica, pentru a exclude posibilitatea unei înțelegeri eronate a mesajului.

Ceea ce trebuie deci evitat sunt frazele lungi, exprimarile întortocheate sau ex-agerate, repetarile ideilor sub diferite forme, deoarece ele nu fac decât sa lungeasca si sa îngreuneze lectura si înțelegerea mesajului pe care vrem sa-l transmitem.

Concizia se poate realiza prin fixarea ideilor în propozitii scurte, grupate logic în paragrafe. Totusi, desi concisa, o scrisoare trebuie sa includa formulele necesare de politete si respect fata de destinatar.

Un alt aspect ce trebuie retinut la redactarea unei scrisori este concordanta dintre tonul acesteia si continut; în functie de mesajul pe care dorim sa-l transmitem, acesta poate fi ferm sau conciliant, persuasiv sau prietenesc etc.

Corectitudinea constituie de asemenea o cerință importantă în redactarea corespondenței de afaceri, deoarece scrisoarea poate fi folosită adesea ca document în relațiile dintre parteneri.

Când ne referim la corectitudine, avem în vedere atât aspectele legate de conținutul propriu-zis al mesajului (cifre, date, cotații etc.), cât și de aspectele legate de corectitudinea gramaticală a exprimării sau de lexicul selectat pentru transmiterea mesajului.

Astfel redactarea scrisorii se realizează prin folosirea unei terminologii specifice și printr-o largă selecție de fraze mai mult sau mai puțin stereotipe. Este de asemenea necesară însușirea unei anumite modalități de exprimare, influențată de obicei de o tendință stilistică sau de altă, fiecare dintre ele subordonată scopului de abordare pozitivă a mesajului de către destinatar.

1.1. Forma de prezentare a scrisorii (Lay-Out of the Letter)

Subordonată obiectivului avut în vedere la expedierea scrisorii - crearea unei impresii pozitive asupra partenerului - forma de prezentare a scrisorii contribuie la rândul său la obținerea unei atmosfere favorabile pentru realizarea tranzacției.

Astfel, pe lângă selectarea limbajului și a tonului adecvat pentru textul scrisorii, scrisoarea necesită și o formă de prezentare atrăgătoare, realizată prin folosirea unui material de scris corespunzător - hârtie de calitate superioară, o panglică bună - dar și o dactilografiere corectă și estetică.

Pentru corespondența oficială (de afaceri, tehnică etc.) se folosesc de obicei coli de hârtie cu dimensiuni standardizate; este posibilă și folosirea unor alte dimensiuni justificate de necesități tehnice sau de eficiență. În cazul operațiunilor repetabile care au în vedere obiecte de serie sau de mică valoare, se pot folosi - pentru anumite etape ale tranzacției - și formulare tipizate. Acestea includ cererea de ofertă, oferta, specificațiile tehnice, lista de colisaj, factura, instrucțiunile de transport etc.

Pentru a obține un aspect estetic al scrisorii trebuie să se respecte câteva cerințe:

- plasarea echilibrată a textului dactilografiat pe coala de hârtie, în funcție de lungimea acesteia;
- lăsarea unei margini de 2,5-3 cm. în partea stângă a colii de hârtie;
- alinierea capetelor de rând în partea dreaptă a colii de hârtie cât mai uniform posibil, lăsând un spațiu de minimum 1 cm.;
- evitarea despartirii cuvintelor în silabe la capatul rândului;
- dispunerea textului în paragrafe, lăsând între acestea un interval suplimentar față de rândurile din text;
- continuarea textului pe o filă nouă numai dacă acesta conține minimum două rânduri (la filă de continuare se face în colțul din dreapta jos al primei file următoarelor mențiuni: -/ 2; sau - over);
- menționarea pe a doua filă a antetului de report (constând din denumirea expeditorului și a destinatarului), a datei scrisorii și a numărului de pagini.

Exemplu: „ELECTRONUM S.A.”: KINSLEY & KREE, LTD LONDON;... Febr. 2nd 199... -2-.

- eventuala atasare la scrisoare a diverselor documente denumite „anexe” (liste de prețuri, cataloage, broșuri, facturi, consoamente etc.) cu menționarea lor în finalul

scrisorii, în partea din stânga la nivelul semnăturii sau mai jos (în limba engleză se folosesc pentru „anexe” abrevierile End./ En./ Enc/ Enclos).

Exemplu: Enc. Invoice...

