

Pisana komunikacija

Poslovna pisma pišu se zbog:

- odgovaranja na upite ili traženja informacija
- raspravljanja ili pregovaranja
- potvrđivanje detalja usmene komunikacije
- kupnje ili prodaje proizvoda ili usluga
- zapošljavanja, davanja otkaza, discipliniranja ili nagrađivanja zaposlenika
- žalbe ili odgovaranja na žalbu
- ...

Bez obzira na svrhu, pisma

1. prenose dobre vijesti
2. prenose loše vijesti
3. nagovaraju
4. Informiraju

Pišu se jezično točno!

Pisma s dobrim vijestima

- ton: prijateljski, izravan, profesionalan
- dobra vijest - u prvoj rečenici
 - *Poštovani kolega Benčiću, naše je povjerenstvo odlučilo dodijeliti Vam mjesto voditelja Odsjeka za međunarodnu suradnju.*
- glavni dio teksta pruža detalje
 - *Razlozi zbog kojih smo se odlučili dodijeliti to mjesto Vama su...*

Pisma s dobrim vijestima

- negativne informacije uklopiti u glavnom dijelu teksta
 - *Kako bi Vaše jezične kompetencije u njemačkom jeziku udovoljile potrebama radnog mjesta, u narednih godinu dana očekujemo da se educirate i dosegete minimalno razinu A2...*
- završetak – pozitivan
 - *Radujemo se što postajete dio naše tvrtke.*

Pisma s lošim vijestima

- cilj je javiti loše vijesti, ali dobronamjerno
- ako je prikladno – zahvaliti (se)
 - *Hvala Vam što ste se javili na natječaj.*
 - *Hvala Vam na ponudi, ali odlučili smo se za drugu opciju.*
- započeti s pozitivnom/neutralnom izjavom
 - *Povjerenstvo je zaprimilo 35 molbi...*
- zatim se navodi glavna (loša) vijest
 - *... te Vas obavještavamo da Vaše kompetencije, iako u dobroj mjeri prisutne, ipak u potpunosti ne udovoljavaju potrebama ovog radnog mjesta.*

Pisma s lošim vijestima

- navesti razloge ili objašnjenje postupaka
 - *Bilo je kandidata i kandidatkinja s više iskustva na takvom radnom mjestu, što je za ovaj posao prednost.*
- ako je moguće, završiti pismo u pozitivnom tonu
 - *Za kompetencije sličnije Vašima uskoro ćemo raspisati drugi natječaj, pa razmislite o tome da nam se javite.*

Pisma nagovarjanja

- cilj: prevladati eventualni početni odpor
- oblici:
 - prodajna pisma
 - molbe za financiranje
 - molbe za uslugu, suradnju ili resurse
 - nagovarjanje primatelja/primateljice da prihvati gledište onoga tko šalje pismo

Strategije u pismima nagovaranja

- argumente redati logički
- koristiti analizu publike (kome? dob? spol?)
 - *Želiš brže surfati?*
 - *Želite uštedjeti za mirovinu?*
- koristiti motivacijske teorije (potrebe)
- započeti osobnim uvodom
- upotrijebiti aktivne konstrukcije i živi jezik

CROWDFUNDING CAMPAIGN

Donate to fund a scholarship for a refugee student!

In the context of the current crisis, [the Odysseus Network](#), coordinated by the Université libre de Bruxelles (ULB), wants to invite 20 students recently recognised as refugees in the EU to participate in its [16th Summer School](#) on migration and asylum which will take place in Brussels from 4 to 15 July 2016.

We want to give refugee students the possibility to pursue their education and gain knowledge in EU immigration and asylum law and policy as well as to discover the capital of Europe and the European institutions.

Since the Summer School is self-financed, we are looking for support. The ULB will offer meals at the university canteen and the [Josefa Foundation](#) will accommodate 4 refugees.

We will ask ULB staff and students to host refugees in their homes and we are also looking for private and public sponsors.

We are also launching a crowdfunding campaign. We need your support to cover the costs (transportation, daily expenses, and a portion of the tuition fees) which amounts to approximately €1,500 per student. Any amount is welcome, and those who donate 40€ will be invited to meet the refugee students during the Summer School.

Strategije u pismima nagovaranja

- povećati vjerodostojnost bez kompromitiranja iskrenosti
- privući pozornost pomoću neobičnog teksta ili upadljivih slika
 - *Želite li za sebe nešto trajnije?*
 - *Smatrate li da i životinje imaju pravo na...?*
- navesti moguću korist
 - *Ako uplatite donaciju bit ćete oslobođeni poreza...*
- ***biti etični!***

Informativna pisma

- pišu se kada se traže rutinske informacije ili se pružaju informacije kao odgovor nekom upitu
- ton: uljudan i impersonalan
- na početku navesti svrhu pisma
 - *Poštovani sugrađani, poštovane sugrađanke! Kako bi vaš život u ... Bio što bolji, u ovoj godini planiramo...*
- pisati s pretpostavkom da će primatelj/primateljica pozitivno reagirati
- nakon uvoda – obrazložiti

Informativna pisma

- navesti moguću korist
 - *Konkretno, to znači da ćete brže... jednostavnije... jeftinije... kvalitetnije...*
- ako je tekst složen - razlomiti na stavke
- završiti uljudno rezimirajući najvažnije
 - *Zahvaljujemo na podršci/strpljenju/povjerenju...*
- pružiti kontakt detalje
 - *Za više informacija i pitanja slobodno nam se obratite u ured ... radnim danom od ... do ... ili na tel. ...*

Dopis za medije

- Datum:** Današnji datum – dan, mjesec, godina
- Za:** Popis medija
- Od:** Ime pošiljatelja/pošiljateljice, funkcija
- Predmet:** Naslov predmeta
- Prva rečenica:** Što? Tko? Gdje? Kad?
- Obrazloženje:** Zašto?
- Kontakt:** Broj telefona/mobitela, e-mail adresa
- Potpis:** Ime, prezime, funkcija
- Prored:** 1,5 – 2
- Tekst:** do 1 stranice

Izvještaji

- poduzeća/organizacije ih koriste pri:
 - odlučivanju
 - pružanju informacija
 - rješavanju problema
- od nekoliko stranica do nekoliko svezaka
- često prikazuju veliku količinu informacija, pa ih treba pažljivo organizirati

Standardni format izvještaja

popratno pismo ili dopis

naslovna stranica

sažetak

sadržaj

uvod

prikaz

zaključci ili preporuke

dodaci i primjeri

popis izvora (literature)

E-pošta

- provjeriti kome se šalje i je li bolje Bcc
- provjeriti šalje li se planirani prilog
- ne slati reklame i lančane mailove