

# Главное за 15 секунд

У вас есть плохо написанный,  
нечитаемый текст:  
письмо, КП, презентация,  
текст о компании или  
новость — что угодно,  
что будут читать другие люди

Можно попробовать начать  
его сокращать

Этому посвящена книга  
«Пиши, сокращай»



Можно попробовать  
разложить текст  
по полочкам

Текст уже читаемый,  
хотя мы  
не изменили  
ни слова



Это долго, непросто  
и не всегда возможно

Если добавить  
визуализацию,  
станет еще понятнее

И потом уже можно  
сокращать  
сколько угодно



## О чем эта книга

Это книга о деловом общении: как составлять письма и коммерческие предложения, переписываться в чате, ставить задачи, конфликтовать, поздравлять и благодарить коллег и клиентов.

С 2018 года я обучаю деловой переписке сотрудников компаний: банков, страховых, промышленных, торговых, юридических и ИТ-компаний. На каждом тренинге участники жаловались на одни и те же проблемы:

- тяжело читать длинные профессиональные тексты;
- сократить эти тексты невозможно, они наполнены терминами и традиционными оборотами;
- у авторов нет времени, чтобы вычищать текст от лишних слов; они не редакторы, им нужно работать.

Отдельная боль руководителей — когда сотрудники пересылают им цепочку писем без пояснений, что тут и зачем.

**Задача книги** — помочь решить проблемы делового общения как можно быстрее, проще и не уходя в дебри редактуры. У меня нет цели сделать вас редакторами, которые смогут писать длинные статьи и вести соцсети. Тем более нет цели ломать традиции делового общения, которые делают вас успешными сегодня. Эта книга о том, как с помощью простых приемов улучшить результаты общения.

**Первый раздел** посвящен простым текстовым приемам. Это необходимый минимум деловой переписки, который не потребует от вас изменения стиля, удаления важных деталей или упрощения терминов. Приемы такие:

Одно сообщение — одно дело	Ключевое — в перечень
Любому тексту — заголовок	Ввести читателя в курс дела
Проверить начала абзацев	К абстракциям — примеры
Длинный текст делить на разделы	Рассказывай и показывай

Читайте книгу с начала, чтобы получить быстрый прирост качества писем, задач, сообщений и КП.



**Второй раздел** посвящен контексту и отношениям с адресатом. Это то, что влияет на результативность общения еще до того, как читатель открыл письмо или чат. В каком настроении читатель придет к вам? С какими ожиданиями? Создаете ли вы в нем желание помочь? Или он хочет вам отказать уже с первых строк? Читайте этот раздел, если чувствуете, что собеседник намеренно не хочет слышать голос разума.

**Третий раздел** — примеры самых распространенных текстов в деловом общении: рекламы, КП, писем, рассылок, благодарностей. В конце — как делать запоминающиеся слайды презентаций. Обращайтесь к этому разделу, когда вам нужно составить какой-то из этих документов.

**Электронное приложение** к книге — это готовый внутренний регламент делового общения. Считайте, что это руководство по мотивам книги, которое вы сможете принять на уровне своего отдела или всей компании, чтобы сообщить сотрудникам: «Мы пишем так». Корректируйте этот регламент под свои задачи. Когда в компании записаны правила внутреннего общения, сотрудникам намного легче работать. Ссылка — с. 172.

**Здесь нет ничего нового** (почти). Материал книги — выжимка из трех книг: «Пиши, сокращай», «Ясно, понятно» и «Новые правила деловой переписки». В сумме это более тысячи страниц. Для книги «Текст по полочкам» я отобрал самое важное, что нужно для работы. Цель — уложить все необходимые знания в книгу, которую вы прочитаете за 30 минут. Если вы уже прочитали все три книги, «Текст по полочкам» поможет систематизировать знания.

В книгу добавлены ответы на вопросы о деловой переписке, которые волнуют сотрудников и руководителей российских компаний: «Вы» или «вы»; «как заставить клиента писать нормально», «когда можно отправлять голосовые сообщения», «можно ли писать в личный мессенджер» и подобные (с. 170).

Если вы работаете в офисе или на удаленке, эта книга для вас. Приятного чтения!



## Разные инструменты для разных задач

В книге собраны приемы, применимые в деловой переписке в начале 2020-х годов в России. Большая часть этих приемов поможет вам в большей части ситуаций. Обратите внимание: в большей части, но не всегда.

Дело в том, что деловая переписка ведется в разных компаниях, среди разных людей из разных культур, с разными отношениями и ожиданиями, в разных традициях. То, что работает в одной ситуации, может не сработать в другой.

В России одновременно есть всё: и просвещенные компании, и адские галеры. Где-то для сотрудников установлены автоматы с органическим сельдерейным соком; там сотрудники беспокоятся об экологичности общения и хотят сделать жизнь клиентов лучше. Но есть и такие, в которых за неподчинение боссу в тебя может полететь хрустальная пепельница, и там все работают не ради клиента, а ради босса. И есть огромный диапазон между. Всё это существует.

А еще есть вы — автор. Вам всегда виднее, какие из показанных здесь приемов будут полезны в вашем контексте. Попадет ли это в ожидания читателя? Будет ли это ему привычно? Ожидает ли он от вас использования подобных приемов? Только вы можете определить, что из этого вам поможет, а что — нет.

В целом все приемы в книге нацелены на то, чтобы сделать текст читаемее, проще и яснее; чтобы ваш адресат мог как можно быстрее понять суть и, если нужно, углубиться в детали. С таким запросом ко мне приходят руководители: «Сделайте так, чтобы тексты в нашей компании было легко читать».

Но есть компании, которые не ставят себе таких задач. Бывают сферы и ситуации, в которых традиции важнее, чем ясность и простота. Есть документы, в которых важно соблюсти протокол; которые тридцать лет пишутся по одному и тому же шаблону; для которых установлены строгие деловые или процессуальные традиции. И если это ваш случай — вам виднее, что из этих приемов применимо, а что нет.



**Когда эти инструменты полезны?** Есть несколько ситуаций, когда вам могут быть полезны приемы из этой книги:

Вам предстоит передать другим много важной информации в письменном виде — отчет, презентацию, какое-то длинное письменное объяснение. Общим принципам работы в таких жанрах посвящена первая глава, переворачивайте страницу.

Вам нужно обратиться за помощью к человеку, который не обязан вам помогать. Например — поставить задачу не подчиненному, а коллеге. В книге есть пример такой задачи — с. 144.

Вы заметили, что эффективность вашего общения снизилась. Раньше ваши задачи исполняли сразу, а сейчас работа как будто буксует. Ваши коллеги чаще помогают другим, а не вам. Вероятно, дело в контексте — читайте об этом на с. 64.

Вы замечаете, что вашему тексту не хватает логики: будто мысль перепрыгивает с одной темы на другую и вы не можете этим управлять. Изучите первый раздел, в особенности — с. 28.

Вы стараетесь хорошо структурировать текст и расставлять акценты, но люди как будто проскальзывают по верхам и не хотят вникать. Тогда обратите внимание на «контракт с читателем» — этот термин я ввожу на с. 48.

У вас трудности со сложными жанрами — «холодными» коммерческими предложениями (с. 142), претензиями (с. 149) или поздравлениями (с. 154).

Вы ощущаете напряжение от работы, даже по выходным. В этом случае изучите главу о гигиене труда: возможно, если вы передадите эти знания коллегам, вам станет легче. См. с. 100.

Задача этой книги — дать вам инструменты, которые помогут легче и быстрее решать рабочие задачи. Изучайте эти инструменты и выбирайте из них те, которые подходят вам.





## Текст и иллюстрации

Представьте, что мы разрабатываем проект с клиентом и отправляем ему на согласование план работ. В плане четко написано, что в такое-то время клиент должен будет согласовать часть нашей работы. Согласовать — то есть изучить, вникнуть, дать замечания и принять. После согласования мы сможем перейти к следующему этапу, а без согласования работа встанет.

Наше условие о согласовании очередного этапа спрятано где-то в середине текста, в середине абзаца. Формально оно там присутствует, но «выцепить» его можно только при внимательном сплошном чтении.

Клиент заранее не знал о необходимости согласовать работу — мы это добавили только сейчас. Он не в курсе, что в плане появился такой этап. Он поспешно пробегает по тексту глазами, не замечает этого фрагмента и пишет в ответном письме: «Ок, делайте, я согласен».

Приходит время согласовывать. Клиент не ожидал, что от него потребуются какая-то работа, он не выделил на это время. Когда мы указываем ему на нужное место в тексте, он говорит: «Нужно было это подчеркнуть, я это не видел».

В итоге в проекте проблема, отношения испорчены — хотя формально мы правы. Такое бывает, когда текст нормально написан, но плохо подан.

Наша задача в этом разделе — научиться подавать текст так, чтобы он был читаемым, наглядным и хорошо структурированным. Читатель должен сразу выхватывать главное и при необходимости погружаться в детали.

При этом мы не ломаем ваш профессиональный язык, не упрощаем термины, не удаляем важные детали. Содержание не трогаем. Работаем только с подачей и немного — с ясностью: чтобы читатель не упустил те нюансы, которые мы хотели до него донести.



## Одно сообщение — одно дело

Вроде очевидно: в одном письме должна быть одна задача, идея, сообщение или мысль. В одной презентации должна быть одна объединяющая тема. Почему тогда люди часто пытаются вложить в один текст много не связанных между собой мыслей? Ответа два:

1. Человек отнесся к письму как к планерке.
2. Человеку просто так удобно.

Представьте: вы собрали планерку в офисе или по видеосвязи. Все собрались, причесались, сварили кофе, расселись. Чтобы собрать эту встречу, потребовалось какое-то время. Теперь имеет смысл обсудить все дела, которые касаются всех участников. Чтобы не было такого, что подвели итоги уходящего года, разошлись и тут же через 10 минут собрались, чтобы обсудить планы на следующий год. «А нельзя было сразу всё решить?»

Это мышление верно для очных встреч. А на письме не так. Когда человек откроет ваше письмо, он сам выберет для этого время и место. И ему важно, чтобы за это время он смог решить задачу из вашего письма как можно быстрее. Например, если в письме есть задача, связанная со сбором данных, то он решит ее, когда окажется у компьютера. А если нужно поделиться мнением, дать указание или согласовать документ, то это можно сделать прямо сейчас с телефона — например, если он качивает ребенка или стоит в очереди у кассы.

Поэтому в одном письме должен быть один проект, одна задача или один большой вопрос. Даже если у вас несколько вопросов к одному человеку по разным проектам, **лучше написать несколько коротких писем, чем одно длинное.**

**Исключение:** можно сгруппировать несколько связанных между собой вопросов по одному проекту. Например, если нужно попросить программиста достать данные по пяти товарным позициям из одной базы данных — то это один проект, внутри которого есть несколько вопросов.



## ✗ Три вопроса в одном письме

Тема: вопросы к тебе

Василий, привет! Можешь прислать выгрузки по «Альтаиру» за 2021 год? Нам нужно для сверки. Еще нам нужны свежие данные по посещаемости сайтов конкурентов — когда можешь сделать? Также приглашаю тебя на встречу отдела коммуникаций по вопросу настройки новой системы сквозной аналитики, тебе нужно будет подготовить рассказ о том, что было сделано в 2020 году. Встреча в понедельник, 18 октября, в 15:00, сможешь?

## ✓ Три вопроса, три письма

Тема: «Альтаир» — прислать выгрузку 2021 до пятницы, 16 окт.

Василий, привет! В пятницу, 16 окт., будет совещание по бюджету на «Альтаир», нужна выгрузка за 2021 г. Пришли, пожалуйста, до самой встречи или, если можешь, приходи на встречу в 15:00 и покажи ее со своего экрана.

Тема: Конкуренты: собрать стат. посещаемости (III кв. 2021)

Вася, у нас начинается планирование по закупкам на конкурентных запросах, нужны данные по их посещаемости. Само планирование будет в ноябре, но мне нужно как можно скорее начать считать экономику.

Когда ты сможешь собрать данные по их посещаемости? Пока что просто назови срок, чтобы я поставил в план. Список конкурентов в приложении.

Тема: Встреча по сквозной аналитике: пн, 18 окт., в 15:00

Василий, приглашаю на встречу по сквозной аналитике и планам ее внедрения в следующем году. Ты нам нужен как главный эксперт по внедрению.

Подтверди время: понедельник, 18 октября, 15:00, Zoom.