

# پست الکترونیک

## و تاثیر آن بر ارتباطات تجاری

● مهندس علیرضا جعفری



قسمت اول از سری یادداشتهای

نبض الکترونیک

این سری یادداشتهای تلاش دارد که با بررسی جنبه های مختلف حضور در اینترنت به عنوان نبض الکترونیک کسب و کارها، راهکارهایی را جهت ایجاد یک هویت مجازی کارآمد و درآمدزا ارائه کند. این بررسی ها بخشهای مختلف این حضور از نحوه معرفی و طراحی وب سایت تا استراتژی های تبلیغات و بازاریابی و ... را شامل می شود و مبتنی بر تجربیات علمی و عملی نگارنده در فضای کسب و کار ایرانی است.

مقدمه

یکی از اجزاء وب سایتهایی که تمایل به ارتباط با کاربران خود دارند، فرم های عضویت یا تماس با ما می باشد. در این فرم ها عمدتاً آدرس پست الکترونیک یا ایمیل یکی از اطلاعات مورد نیاز است. اما امروزه ایمیل نه تنها در فضای اینترنت، بلکه در فرمهای بیرون از دنیای مجازی هم جای خود را باز کرده است و در انواع آنها از فرم استخدام تا فرم درخواست افتتاح حساب در بانکها به عنوان یکی از مشخصات فردی خواسته می شود.

گاهاً اشتباهات گوناگونی در استفاده از ایمیل از طرف کاربران مشاهده می شود. فردی را تصور کنید که فرم استخدامی را در یک شرکت خدمات اینترنتی پر می کند و در ابتدای آدرس پست الکترونیک خود www می گذارد! همانطور که از دست دادن یک فرصت شغلی به سرعت اتفاق می افتد، در روابط تجاری هم از دست دادن مشتری سریع است، گرچه شما متوجه دلیل آن نشوید!

سرویس دهندگان ایمیل و کاربران ایرانی:

تا چند سال پیش ارائه سرویس رایگان ایمیل توسط شرکتهایی مانند یاهو و مایکروسافت (با سرویس hotmail) و چند شرکت دیگر بود، تا اینکه با ورود گوگل به عرصه رقابت و در پی ارائه سرویسهایی با تکنولوژی جدید و محدودیت کمتر، Gmail به سرعت در بین کاربران محبوب شد.

صدر لیست سرویس دهندگان محبوب کاربران ایرانی اختصاص به یاهو و سپس Gmail دارد. دلایل عمده حضور یاهو در صدر این جدول مواردی چون قدمت بیشتر یاهو، سرویس Yahoo! Messenger و وجود گروه های اینترنتی بزرگ می باشد. البته پراکندگی این محبوبیت در قشرهای مختلف، کاملاً متفاوت است. به عنوان مثال برنامه نویسان، طراحان وب و افرادی که از امکانات و تکنولوژی های جدید بیشتر لذت می برند به نسبت سایرین از Gmail بیشتر استقبال کرده اند. اما سوال اینجاست که آیا این سرویسهای رایگان انواع نیازهای سازمانی را هم پوشش می دهند یا خیر؟

پست الکترونیک، رایگان یا پولی؟

شاید برای ارتباطات روزانه با دوستان و آشنایان یا عضویت در وب سایتها و.. ایمیل های رایگان کافی باشند. اما در استفاده از ایمیل برای ارتباطات تجاری نکات ظریفی وجود دارد که از دید نکته سنج مشتریان و شرکاء تجاری شما پوشیده نخواهد ماند. تصور کنید در شرکتی با پروژه های چند میلیاردی جلسه ای دارید و در انتهای جلسه بسته ای تحویل شما می شود، که علاوه بر اطلاعات شرکت شامل برخی هدایای تبلیغاتی هم هست و روی تمام آنها آدرس وب سایت و البته ایمیل شرکت ثبت شده است. ایمیلی با این شکل: company\_name@yahoo.com! چه احساسی نسبت به این شرکت پیدا می کنید؟ اصولاً نسبت به اشتباهاتی از این دست چقدر حساس هستید؟ به نظر شما اگر از هر ده مشتری فقط

یک نفر آن را به کم دانشی شرکت نسبت دهد، آیا خسارتی رخ نداده است؟!

موضوع نامه های ارسالی اطمینان پیدا کنید و در مورد غلط های نگارشی حساس باشید. معمولاً استفاده از نگارش یکپارچه فارسی یا انگلیسی وجهه بهتری نسبت به استفاده از کاراکترهای لاتین و لغات فارسی (فینگلیش) دارد. در نهایت ایمیل خود را با امضاء مخصوص به خود پایان دهید. بسیار اتفاق می افتد که همین امضا مشتریان را به شما هدایت کند.

امروزه راه اندازی یک پست الکترونیک به شکل ID@yoursite.com بسیار سریع و ارزان است. شرکتهای کوچک و آگاه به خصوص آنهایی که ارتباطات تجاری بین المللی دارند، در نخستین حضور خود در دنیای مجازی، تقاضای راه اندازی سرویس پست الکترونیک به همین ترتیب را دارند. این سرویس ها معمولاً با دسترسی POP می باشند تا بتوان از نرم افزارهای کاربرپسندی مثل MS Outlook استفاده کرد. همچنین می توان از امکان Forward کردن نامه های دریافتی به آدرسهای دیگر خودتان استفاده کنید.

### فرهنگ استفاده از ایمیل سازمانی

گاهی اوقات علیرغم اینکه سرویس ایمیل سازمانی برای شرکتهای تهیه شده است، اما کاربران به دلایل مختلف (از جمله تنبلی!) به استفاده از ایمیل شخصی خود ادامه می دهند. فرض کنید از واحد فروش شرکتی درخواست ارسال کاتالوگ الکترونیکی و لیست قیمت می کنید. پس از چندی در صندوق ورودی خود بین ایمیلهای مختلفی که دارید، ایمیلی از فرستنده ای با اسمی نامشخص و با آدرسی مانند example\_2009@yahoo.com مشاهده می کنید. در این ایمیل بدون توضیحی روشن فایلی پیوست شده است. به هر حال ریسک ویروسی نبودن فایل پیوست را پذیرفته و آنرا باز می کنید و تازه پس از مشاهده آن درخواستتان را به خاطر می آورید! آیا زیباتر نیست اگر برای پاسخ به این درخواست، نامه از آدرسی مثل sales@company.com برایتان ارسال شده باشد؟ اگر در حال حاضر وب سایتی مخصوص شرکت و سازمان خود دارید، هم اینک پرسنل و همکاران خود را به استفاده از آن ترغیب کنید.

### قراردادن امضاء در پست الکترونیک

با احترام علیرضا جعفری مدیر خدمات اینترنتی شرکت مهر یاسان مجری تبلیغات و بازاریابی اینترنتی در ایران تماس: ۰۹۱۲۲۰۹۹۰۷۸ - ۲۰ و ۸۸۵۴۰۵۱۰ برای ثبت نام در دوره های آموزشی رایگان " تبلیغات و بازاریابی اینترنتی " به وب سایت www.enabz.com مراجعه کنید.

طراحی امضاء برای ایمیل کاری ساده ولی مهم است. اطلاعات مختلفی می تواند در امضاء شما قرار بگیرد. "اشلی کین" (۲) مواردی مانند نام و نام خانوادگی، سمت سازمانی شما، نام شرکت، یک توضیح یک خطی در باره فعالیت شرکت و اطلاعات تماس شامل شماره تلفن یا آدرس را پیشنهاد می کند. همچنین بد نیست در آخرین خط امضاء خود به معرفی یک سرویس رایگان بپردازید. این سرویس می تواند پیشنهاد عضویت رایگان در خبرنامه الکترونیکی شما، پیشنهاد دائلود یک کتاب راهنما در زمینه کاری خودتان، و هرچیز دیگری که دوست دارید به خودتان پیشنهاد بشود، باشد. در آخر برای ساختن یک نمونه امضاء الکترونیکی ضمن لیست کردن نکات مثبت و منفی امضاء زیر، آن را طبق مشخصات خودتان تغییر دهید:

### چه شناسه ای برای خود انتخاب کنیم؟

اطلاعات مختلفی را می توان صرفاً با مشاهده آدرس ایمیل افراد به دست آورد. مثلاً آدرس jafari@enabz.com می تواند نظر شما را به وب سایت جلب کند. یا آدرس ceo@enabz.com می تواند سمت سازمانی فرستنده را که مدیرعامل (Executive Operator Chief) است نشان دهد پس مرحله بعدی انتخاب شناسه (ID) است و می تواند پیشنهادهای زیر را در بر بگیرد:

وقتی مشخصات شرکت خود یا وب سایت مربوط به آن را جایی ثبت می کنید، از شناسه info استفاده کنید. برای ارسال یک ایمیل از دپارتمان سازمانی مشخص ایمیل آن واحد را به کار ببرید. به عنوان مثال شناسه Marketing می تواند برای واحد بازاریابی استفاده شود. در نهایت وقتی که می خواهید خودتان را معرفی کنید، بهترین انتخاب برای معرفی شما، نامتان است. پس خود را با info معرفی نکنید! نام شما چیز دیگریست!

"ادوارد لویس" (۱) در مقاله ای در این مورد به کسب و کارهای کوچک که پرسنل زیادی ندارند، شناسه های کوتاه شامل نام یا نام خانوادگی را توصیه می کند. اما در سازمانهای بزرگتر که احتمال تشابه اسمی بیشتر می شود، نام و نام خانوادگی را بدون به کار بردن جداکننده هایی چون خط تیره یا زیرخط پیشنهاد می شود. همچنین اگر در بیرون از شرکت، نمایندگانی دارید، اکیداً توصیه می شود که برای آنها هم حساب کاربری باز کنید تا بتوانند با ایمیل سازمانی شما ارتباطات حرفه ای خود را مدیریت کنند.

### به ایمیل سازمانی خود هویت ببخشید

فعال کردن سیستم پاسخگوی خودکار (Auto Responder) برای پست الکترونیک شما کار بسیار آسانی است. پس نخستین قدم را با تشکر از کسانی که برای شما نامه ای فرستاده اند، بردارید.

ساختار بخشی به محتویات ایمیل گام بعدی است. همانطور که در نامه نگاری های رسمی خود استفاده از ابیات رسمی و سربرگ سازمانی مشخص کننده هویت شرکت شماست، در ارسال ایمیل ها هم رعایت چارچوب ها، شخصیت رسمی سازمان را می رساند. مشخصاتی مانند نام خود را در تنظیمات ایمیلتان وارد کنید. نسبت به دقیق و درست بودن

1. Edward Lewis. "corporate email address formats"
2. Ashley Keane. "Create Email Signature NOW So You Get More Referrals and Sales!"