

ОБУЧЕНИЕ ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКЕ И КОММУНИКАЦИИ

По факту

помогаем масштабировать бизнес
с помощью **digital**-решений



ПОЧЕМУ МЕССЕНДЖЕРЫ = КЛЮЧЕВОЙ КАНАЛ ОБЩЕНИЯ

Сегодня почти весь бизнес-процесс переместился в чаты. Клиенты гораздо быстрее отвечают в WhatsApp или Telegram, чем на электронную почту. Если письмо в среднем ждёт реакции несколько часов, то в мессенджере ответ можно получить за 5–10 минут. Именно поэтому 7 из 10 коммуникаций в агентствах происходят не через почту, а через чаты.

Клиент заходит в мессенджер с ожиданием скорости и простоты. Он пишет так же, как пишет друзьям. Но именно здесь и возникает проблема: если мы отвечаем небрежно, слишком коротко или наоборот перегружаем клиента, то вместе со скоростью мы теряем доверие.

ЧЕМ ПЕРЕПИСКА В МЕССЕНДЖЕРАХ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ EMAIL

В письме мы можем позволить себе более формальный тон, длинные объяснения и вложения в виде файлов. В мессенджере такой подход не работает: длинные тексты никто не читает, а слишком официальный стиль выглядит чужеродно.

В чате сообщение должно быть коротким, ясным и структурированным. Никаких «простыней» текста. Но и чрезмерная простота вроде «Ок» или «Сделаем» часто воспринимается клиентом как холодность или равнодушие.

Мессенджер – это гибрид: живой тон общения с сохранением деловой вежливости.

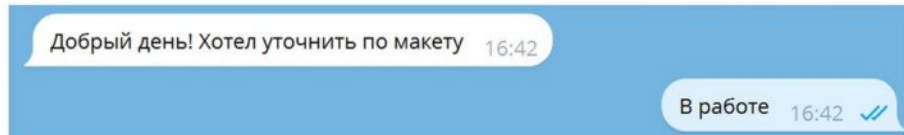
ЦЕЛЬ ОБУЧЕНИЯ

Наша цель – научиться писать в мессенджерах так, чтобы общение работало на нас: ускоряло согласования, снижало количество правок и недопониманий, помогало выстраивать доверие с клиентами. Мы разберём, как правильно формулировать сообщения, как отвечать на возражения и сложные вопросы, и как делать так, чтобы вся команда говорила с клиентами в едином стиле.

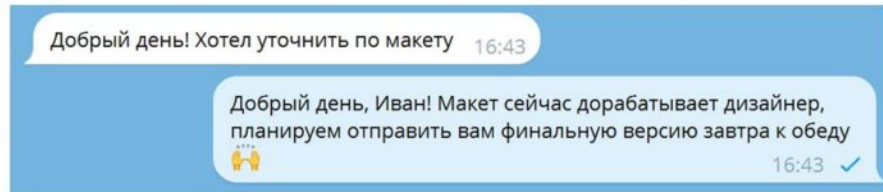
ПЕРЕПИСКА КАК ЧАСТЬ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА

Мессенджер – это лицо агентства. Клиент судит о нашей работе по тому, как мы пишем: сухое «В работе» вызывает раздражение, а конкретный и вежливый ответ создаёт ощущение профессионализма.

ПЛОХО:

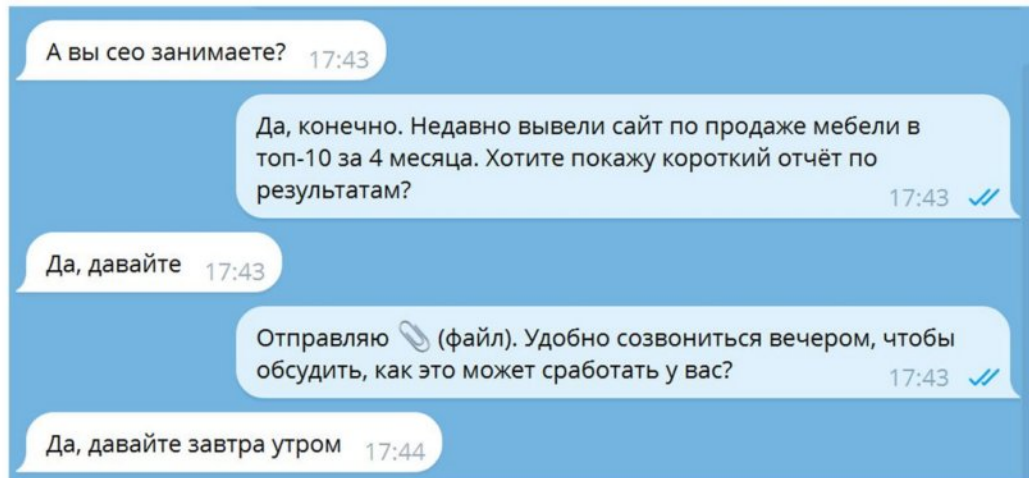


ХОРОШО:



ЧЕМ МЕССЕНДЖЕРЫ ПОМОГАЮТ ПРОДАЖАМ

Главное преимущество чатов – скорость. Например, клиент написал вопрос вечером, и оперативный ответ с ссылкой на кейс и предложением созвона помог закрыть встречу уже через час.

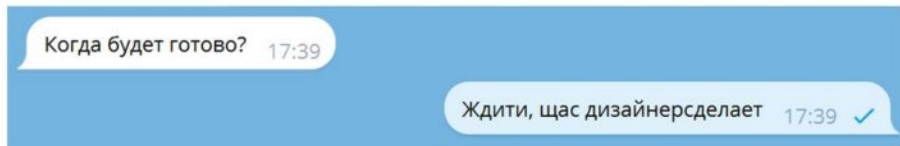


ПРИМЕР БЫСТРОЙ СДЕЛКИ

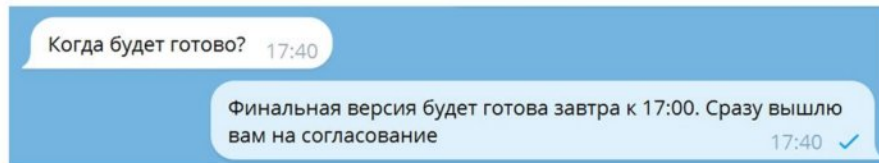
ЧЕМ МОГУТ НАВРЕДИТЬ

Быстрая переписка часто рождает ошибки. Опечатки и орфографические ляпы вроде «счас отправлю» или «дизайнерсделает» воспринимаются как неуважение и снижают доверие. Даже короткое сообщение должно быть грамотным и конкретным: «Финальная версия будет завтра к 17:00».

ПЛОХО:



ХОРОШО:

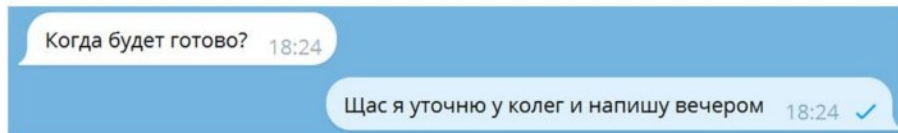


ОСНОВНЫЕ ПРАВИЛА ОБЩЕНИЯ В МЕССЕНДЖЕРАХ.

ПИШИ ГРАМОТНО И КРАТКО

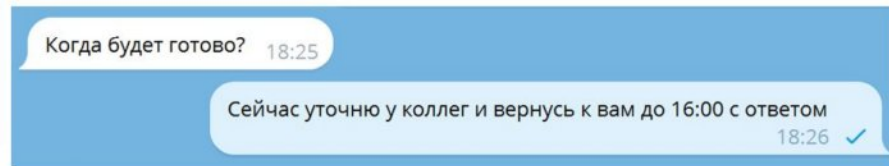
Ошибки и “простыни” текста в чате сразу бьют по восприятию. Клиент думает: если даже сообщение написано невнимательно, что будет с проектом? Поэтому переписка должна быть короткой, но ясной и без орфографических ляпов. Лучше дать одно чёткое сообщение, чем три туманных.

ПЛОХО:



Ошибки + неопределённость по срокам создают ощущение хаоса.

ХОРОШО:

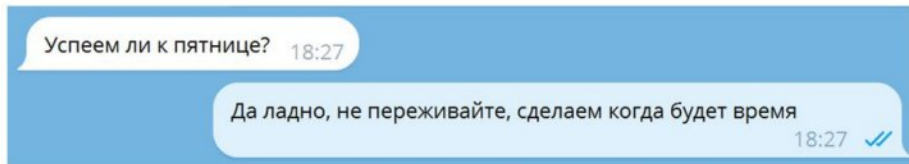


Здесь грамотно, конкретно и есть точное время, к которому клиент получит информацию.

ДЕРЖИ ДРУЖЕСТВЕННЫЙ, НО ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ТОН

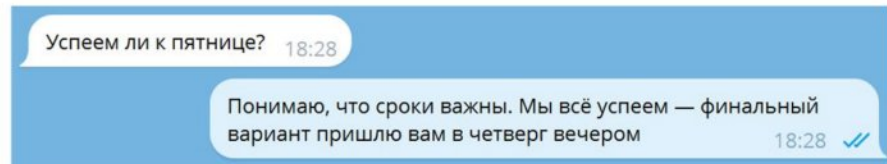
В мессенджерах важно не скатываться ни в сухой официоз, ни в панибратство. Клиенту нужны уверенность и уважение, но в форме лёгкого, человеческого общения. Переписка должна быть деловой, но при этом тёплой, чтобы у клиента было ощущение поддержки.

ПЛОХО:



Фраза звучит так, будто задача не имеет значения.

ХОРОШО:

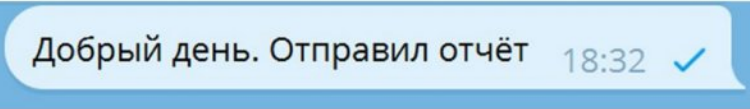


Так клиент получает уверенность и конкретный ответ.

ИСПОЛЬЗУЙ ИМЯ КЛИЕНТА

Имя в переписке создаёт ощущение личного внимания и уважения. Если обращаться обезличенно, клиент может чувствовать себя как “номер в базе”. Но слишком частое повторение имени тоже выглядит искусственно. Лучше использовать имя в начале диалога или при важных уточнениях.

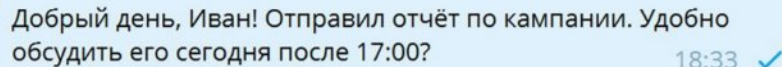
ПЛОХО:



Добрый день. Отправил отчёт 18:32 ✓

Холодно, похоже на рассылку.

ХОРОШО:



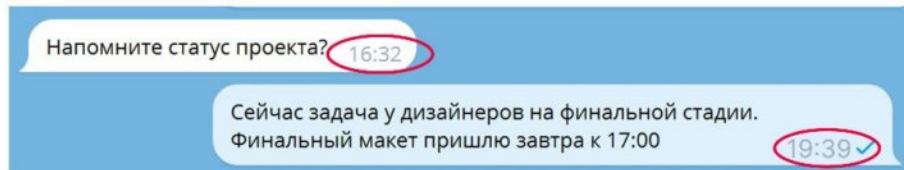
Добрый день, Иван! Отправил отчёт по кампании. Удобно обсудить его сегодня после 17:00? 18:33 ✓

Имя + предложение диалога делают сообщение персональным.

ОТВЕЧАЙ ОПЕРАТИВНО

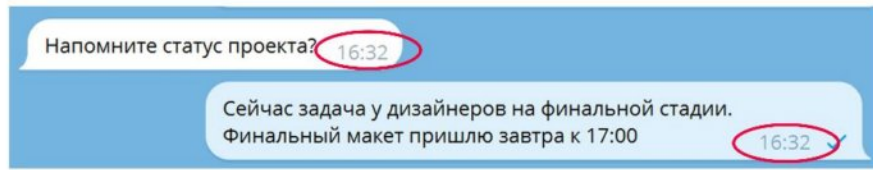
Мессенджеры – это канал мгновенной коммуникации. Клиент ожидает реакции быстро, а задержка даже на несколько часов воспринимается как игнор. Если финального ответа пока нет, важно дать промежуточное сообщение, чтобы показать вовлечённость.

ПЛОХО:



Три часа без ответа = ощущение игнора.

ХОРОШО:



Быстрый и точный ответ

ИЗБЕГАЙ ГОЛОСОВЫХ БЕЗ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ

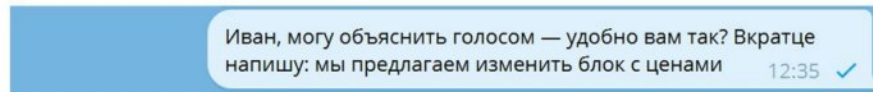
Не все клиенты могут слушать аудио: кто-то на совещании, кто-то в дороге. Кроме того, важные детали теряются в длинных голосовых. Лучше спросить заранее или сразу дублировать ключевое сообщение текстом — так клиенту проще вернуться к нему позже.

ПЛОХО:



Долго, неудобно, непрофессионально.

ХОРОШО:

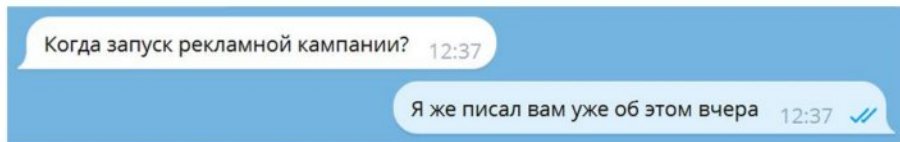


Теперь клиент может сразу понять суть и выбрать удобный формат.

СТОП-ФРАЗЫ ДЛЯ МЕССЕНДЖЕРОВ

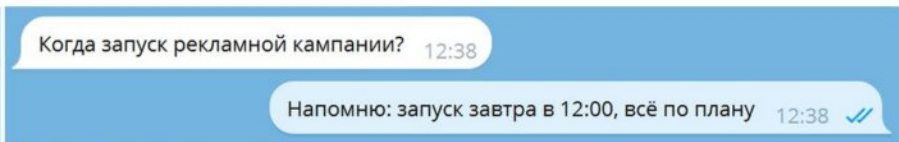
Фразы вроде «Я же писал», «Вы не читали?» или «Мы так не делаем» раздражают клиента и выглядят как обвинение. Лучше использовать мягкие формулировки: «Напомню...», «Давайте уточним...». Это создаёт конструктив, а не конфликт.

ПЛОХО:



Клиент чувствует, что его отчитали.

ХОРОШО:

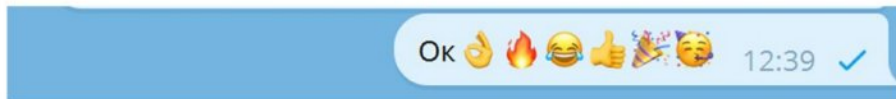


Мягко, корректно, по делу.

ЭМОДЗИ В ДЕЛОВОЙ ПЕРЕПИСКЕ

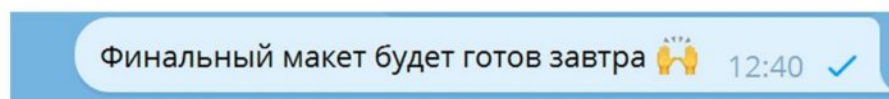
Эмодзи помогают добавить тепла, но перебор делает общение несерьёзным. 1-2 уместных значка создают живой тон, но не превращают чат в подростковую переписку.

ПЛОХО:



Сложно понять серьёзность ответа.

ХОРОШО:



Нейтральный текст + один эмодзи = лёгкий позитив.

ПРОВЕРЯЙ ПЕРЕД ОТПРАВКОЙ


В спешке часто уходят сырые или неполные сообщения. Это выглядит неорганизованно и создаёт у клиента ощущение хаоса в работе. Перед отправкой важно проверить текст и вложения.

ПЛОХО:

См. вложение *файл не прикреплён* 12:41 ✓

Клиенту приходится напоминать, что файл потерян.

ХОРОШО:

Отправляю файл с отчётом . Если вдруг не откроется, сразу напишите — перешлю в другом формате 12:42 ✓

Сообщение показывает внимание и готовность помочь.

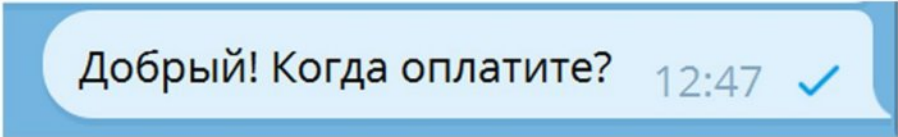
структура сообщения в мессенджерах.

4 ЭЛЕМЕНТА ДЕЛОВОГО СООБЩЕНИЯ

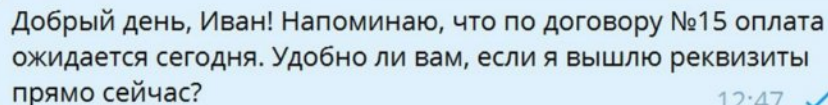
Хорошее сообщение в мессенджере всегда состоит из четырёх частей: приветствие, суть, действие и завершение. Это помогает клиенту сразу понять контекст, не искать, что от него хотят, и чувствовать внимание. Даже в чате структура важна – она делает переписку ясной и профессиональной.

ПЛОХО:

ХОРОШО:



Добрый! Когда оплатите? 12:47 ✓



Добрый день, Иван! Напоминаю, что по договору №15 оплата ожидается сегодня. Удобно ли вам, если я вышлю реквизиты прямо сейчас? 12:47 ✓

Сухо и без деталей – похоже на требование.

Есть приветствие, суть, конкретное действие и завершение.

КАК ФОРМАТИРОВАТЬ ТЕКСТ

В мессенджерах длинные “простыни” текста никто не читает. Лучше разбить сообщение на абзацы и выделить ключевое – это экономит время клиента и показывает вашу организованность. Если нужно отправить много деталей, используйте нумерацию или маркеры.

ПЛОХО:

Мы всё сделали проверили исправили текст и добавили новые баннеры сейчас ждём пока дизайнер доделает макет и тогда можно будет запускать кампанию завтра или послезавтра я уточню

12:49 ✓

Читать невозможно.

ХОРОШО:

Мы внесли все правки:

1. Исправили текст.
2. Добавили баннеры.
3. Ждём финальный макет от дизайнера.

Запуск планируем завтра, максимум послезавтра 12:50 ✓

Коротко, по пунктам, читается легко.

ВЛОЖЕНИЯ И ССЫЛКИ

Частая ошибка – кидать файл или ссылку без пояснения. Клиенту приходится угадывать, что это и зачем. Лучше сразу подписать вложение и сказать, что с ним делать.

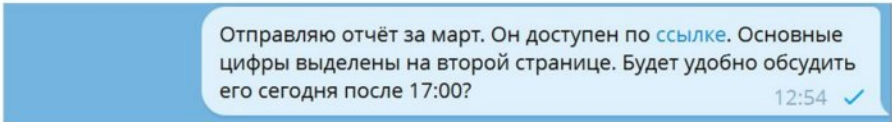
ПЛОХО:



https://docs.google.com/document/d/1eaGSiIKdXmBBh-_3JUaPVVTEf3CxI25G0hSajQdadwo/edit?usp=sharing 12:52 ✓

Клиент не понимает, зачем это прислали.

ХОРОШО:



Отправляю отчёт за март. Он доступен по [ссылке](#). Основные цифры выделены на второй странице. Будет удобно обсудить его сегодня после 17:00? 12:54 ✓

Теперь у клиента есть контекст и следующий шаг.

ЗАКРЫВАЮЩАЯ ФРАЗА

В конце каждого сообщения стоит оставить “следующую точку контакта” – вопрос, уточнение, предложение действия. Это помогает не зависнуть в переписке и ускоряет согласования.

ПЛОХО:

A screenshot of a blue message bubble with white text. The text reads "Отправил вам макет" followed by the time "12:55" and a blue checkmark icon.

Клиент не понимает: ждать ли комментарии, давать ли обратную связь, когда дедлайн.

ХОРОШО:

A screenshot of a blue message bubble with white text. The text reads "Отправил вам макет" followed by a paperclip icon and ". Будет удобно обсудить его сегодня вечером или завтра утром?". The time "12:56" and a blue checkmark icon are at the bottom right.

Вопрос помогает двигать диалог дальше.

переписка
ТИПОВЫХ
ситуациях.

В

ПЕРВЫЙ КОНТАКТ

Первое сообщение определяет, будет ли у клиента доверие и желание общаться дальше. Если мы начинаем сухо или слишком прямолинейно, это выглядит как спам. Хорошее первое сообщение – это вежливое приветствие, представление и вопрос, который открывает диалог. Оно показывает, что мы пришли помочь, а не навязаться.

ПЛОХО:

Здравствуйте. Вы ещё ищете услуги? 13:27 ✓

Без контекста и без ценности. Клиент чувствует: «Мне что-то хотят впарить».

ХОРОШО:

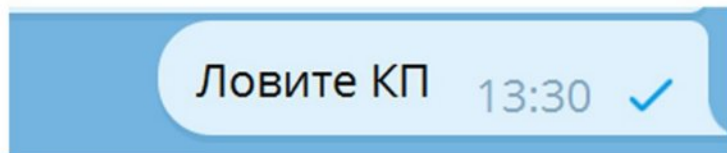
Добрый день, Иван! Меня зовут Амре, я из агентства Factum. Видел ваш запрос по рекламе, расскажите, пожалуйста, на какие задачи хотите сделать упор? 13:28 ✓

Вежливо, персонально, открывает разговор.

ОТПРАВКА КП

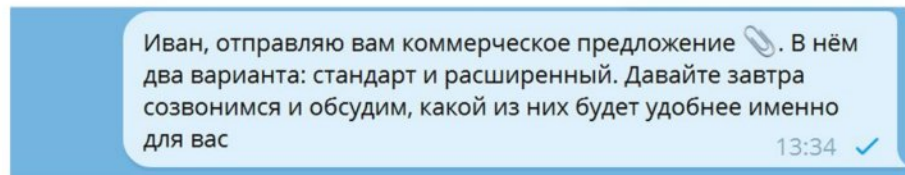
Многие менеджеры просто кидают файл с коммерческим предложением. Но клиенту важно понимать, что там внутри и зачем ему это смотреть. Сообщение должно содержать контекст: что именно в файле и какой следующий шаг. Тогда у клиента меньше вопросов и выше шанс, что он откроет документ.

ПЛОХО:



Файл без пояснения – клиент может даже не открыть.

ХОРОШО:

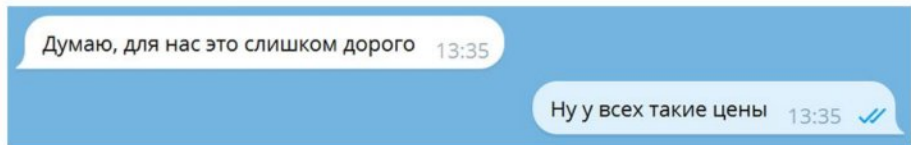


Есть пояснение и приглашение к следующему шагу.

ОТВЕТ НА “ДОРОГО”

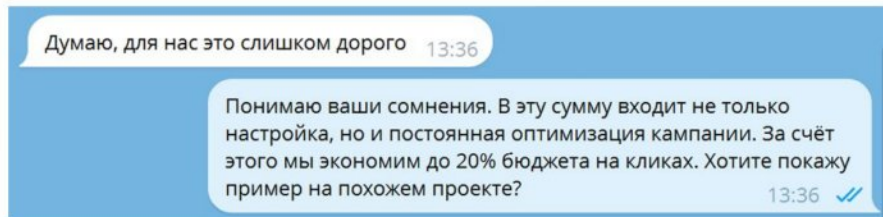
Когда клиент пишет «дорого», нельзя становиться в оборону. Важно показать, что цена оправдана и в ней есть ценность. Переписка должна не спорить, а объяснять выгоды. Важно конкретно сказать, за что клиент платит.

ПЛОХО:



Это звучит как оправдание.

ХОРОШО:

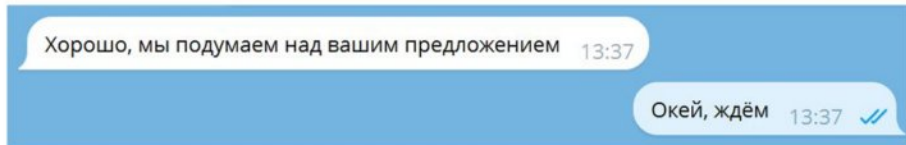


Есть факт, польза и предложение.

ОТВЕТ НА “МЫ ПОДУМАЕМ”

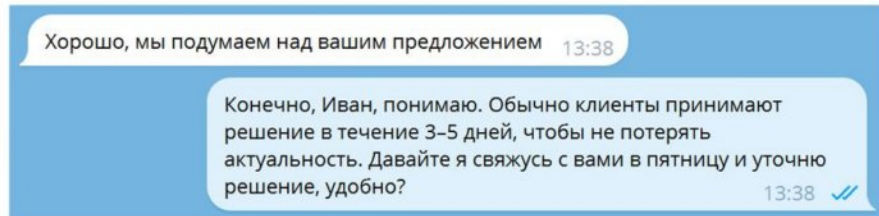
Фраза «мы подумаем» часто скрывает сомнения. Если оставить всё как есть, клиент просто исчезнет. Нужно мягко зафиксировать срок, когда вы вернётесь к разговору, и показать заботу о клиенте.

ПЛОХО:



Вы теряете инициативу.

ХОРОШО:



Согласованная точка контакта = вы остаетесь в диалоге.

НАПОМИНАНИЕ БЕЗ ДАВЛЕНИЯ

Напоминания должны быть мягкими, иначе клиент чувствует давление. Важно показать уважение к его времени и в то же время напомнить о задаче.

ПЛОХО:

Ну что там? Вы где? 13:40 ✓✓

Грубо, похоже на упрёк.

ХОРОШО:

Иван, хотел уточнить — получилось ли у вас посмотреть макет? Если нужно больше времени, могу подождать до завтра 13:40 ✓

Вежливо и без давления.

СОГЛАСОВАНИЕ МАКЕТА

Если спросить «Ну как вам?», клиенту сложно понять, что именно нужно оценить. Хорошее сообщение даёт критерии и сроки – так проще согласовать.

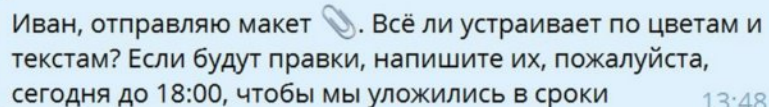
ПЛОХО:




Ну как вам? 13:47 ✓

Слишком абстрактно.

ХОРОШО:



Иван, отправляю макет . Всё ли устраивает по цветам и текстам? Если будут правки, напишите их, пожалуйста, сегодня до 18:00, чтобы мы уложились в сроки 13:48 ✓

Клиент понимает, что проверять и к какому сроку.

СООБЩЕНИЕ О ПРОБЛЕМЕ

Честность всегда лучше замалчивания. Если возникла проблема, клиенту нужно сразу сказать, что произошло, и показать план решения.

ПЛОХО:

Пока не получилось запустить 13:51 ✓

Без деталей и без плана.

ХОРОШО:

Иван, столкнулись с проблемой: модерация Google задержала объявление. Обычно это занимает до 24 часов. Мы уже подали запрос на ускорение и завтра отправим вам обновление 13:51 ✓

Честно, конкретно, с решением.

ЗАКРЫТИЕ ПРОЕКТА

Финальное сообщение — это не «пока», а возможность остаться в контакте. Нужно поблагодарить и предложить следующий шаг.

ПЛОХО:

A screenshot of a text message in a blue bubble. The text reads "Ну всё, проект закончен" followed by the time "13:53" and a blue checkmark icon.

Холодно, точка.

ХОРОШО:

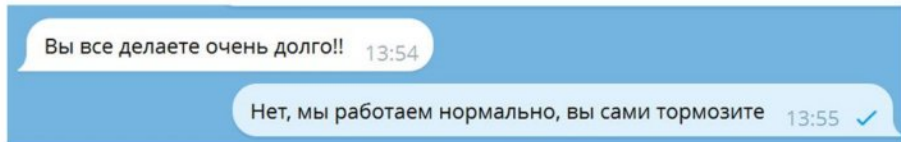
A screenshot of a text message in a blue bubble. The text reads "Иван, спасибо за совместную работу! Проект закрыт, все материалы у вас. Будем рады подключиться снова — например, для продвижения нового продукта. Удобно, если я свяжусь с вами через месяц?" followed by the time "13:53" and a blue checkmark icon.

Клиент чувствует ценность и внимание.

РЕАКЦИЯ НА АГРЕССИВНОЕ СООБЩЕНИЕ КЛИЕНТА

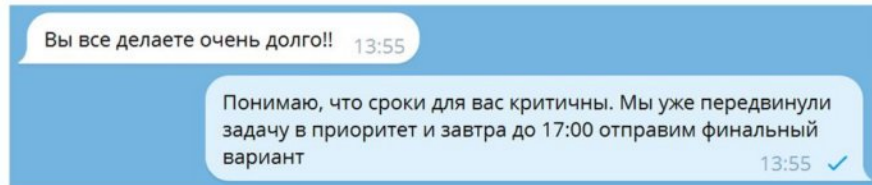
Нельзя отвечать агрессией на агрессию. Лучше показать понимание и предложить решение.

ПЛОХО:



Конфликт усиливается.

ХОРОШО:



Переводим эмоции в факты и сроки.

ПЕРЕВОД ИЗ ЧАТА В ЗВОНОК

Иногда текстом сложно договориться. Но нельзя навязывать звонок, важно предложить и учесть удобство клиента.

ПЛОХО:

Давайте созвонимся сейчас 13:56 ✓

Навязчиво и без учёта графика клиента.

ХОРОШО:

Иван, здесь много нюансов, удобнее обсудить во время встречи. Подойдёт, если я наберу вас сегодня в 16:00, или лучше завтра утром?

13:57 ✓

Вы даёте выбор и уважаете время клиента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы посмотрели, как простые правила переписки в мессенджерах меняют отношение клиента к нам и к агентству в целом. Грамотный и вежливый ответ может ускорить согласование и увеличить чек, а одна небрежная фраза – сорвать сделку. Важно помнить: каждое сообщение в чате – это часть сервиса, который мы предоставляем.

Наша цель – чтобы клиент после общения с нами чувствовал уверенность, заботу и желание работать дальше. Если держать эту планку в каждом сообщении, то переписка становится не просто обменом фразами, а инструментом продаж и долгосрочного партнёрства.

factum.

2025

Телефон:

+7 747 111 00 44

Адрес:

г. Астана, Кенесары 4

Почта:

info@factum.agency



**Спасибо за
внимание!**

Реквизиты:

ИП «ФАКТУМ»

ИНН 991021350088

ИИК KZ547225000014257191

БИК CASPKZKA

АО «Kaspi Bank»

КБЕ 19

Максутов А.Т.