ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH LÂM ĐỒNG

**TRƯỜNG CAO ĐẲNG ĐÀ LẠT**

**GIÁO TRÌNH**

**MÔN HỌC/MÔ ĐUN: THƯ TÍN THƯƠNG MẠI**

**NGÀNH/NGHỀ: THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ**

**TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG**

**(LƯU HÀNH NỘI BỘ)**

**Lâm Đồng, năm …..**

***Lâm Đồng, năm 2018***

**TUYÊN BỐ BẢN QUYỀN**

Tài liệu này thuộc loại sách giáo trình nên các nguồn thông tin có thể được phép dùng nguyên bản hoặc trích dùng cho các mục đích về đào tạo và tham khảo.

Mọi mục đích khác mang tính lệch lạc hoặc sử dụng với mục đích kinh doanh thiếu lành mạnh sẽ bị nghiêm cấm.

**LỜI GIỚI THIỆU**

**Vài nét về xuất xứ giáo trình:**

Giáo trình này được viết theo Kế hoạch số 06/KH-CĐNĐL ngày 5 tháng 1 năm 2019 của Trường Cao đẳng nghề Đà Lạt về việc triển khai xây dựng chương trình đào tạo theo Luật Giáo dục nghề nghiệp để làm tài liệu dạy nghề trình độ cao đẳng.

**Quá trình biên soạn:**

Trên cơ sở tham khảo các giáo trình, tài liệu về môn học Thư tín thương mại, kết hợp với thực tế nghề nghiệp của nghề Thương mại điện tử, giáo trình này được biên soạn có sự tham gia tích cực của các giáo viên có kinh nghiệm cùng với những ý kiến đóng góp quý báu của các chuyên gia về lĩnh vực Marketing điện tử.

**Mối quan hệ của tài liệu với chương trình, mô đun/môn học:**

Căn cứ vào chương trình đào tạo nghề Thương mại điện tử cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về Thư tín thương mại trong xu thế hội nhập toàn cầu, giúp người học có cái nhìn mới, hiểu Thư tín thương mại như một nghề chuyên môn và có vai trò rất quan trọng để nâng cao lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trong giai đoạn phát triển kinh tế hiện nay. Môn học giới thiệu các khái niệm, định nghĩa, quan điểm, giá trị, mục đích, phương pháp, và các kỹ năng, cách trình bày Thư tín thương mại để người học có được cái nhìn tổng quát trước khi đi vào chuyên sâu.

**Cấu trúc chung của giáo trình Thư tín thương mại gồm 2 chương:**

Chương 1: Khái niệm về Thư tín thương mại

Chương 2: Các loại hình Thư tín thương mại

Giáo trình được biên soạn trên cơ sở các văn bản quy định của Nhà nước và tham khảo nhiều tài liệu liên quan có giá trị. Song chắc hẳn quá trình biên soạn không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Ban biên soạn mong muốn và thực sự cảm ơn những ý kiến nhận xét, đánh giá của các chuyên gia, các thầy cô đóng góp cho việc chỉnh sửa để giáo trình ngày một hoàn thiện hơn.

 *Lâm Đồng, ngày……tháng……năm………*

**Chủ biên**

 ***Đoàn Thị Hoài Thơ***

**MỤC LỤC**

[CHƯƠNG 1. KHÁI NIỆM VỀ THƯ TÍN THƯƠNG MẠI 1](#_Toc34744894)

[1.1. Khái niệm thư tín thương mại 1](#_Toc34744895)

[1.1.1 Khái niệm theo nghĩa rộng 1](#_Toc34744896)

[1.1.2. Thủ tục thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm tại cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông 1](#_Toc34744897)

[1.1.3. Khái niệm theo nghĩa hẹp 3](#_Toc34744898)

[1.2. Nội dung cơ bản của thư tín thương mại 3](#_Toc34744899)

[1.2.1. Tính đơn giản 3](#_Toc34744900)

[1.2.2. Lịch sự , nhã nhặn 4](#_Toc34744901)

[1.2.3. Tính rõ ràng và chính xác 4](#_Toc34744902)

[1.2.4. Ngắn gọn 5](#_Toc34744903)

[1.2.5. Logic 5](#_Toc34744904)

[1.3. Vai trò của thư tín thương mại 6](#_Toc34744905)

[1.4. Nguyên tắc viết thư thương mại 6](#_Toc34744906)

[1.4.1. Định dạng thư tín thương mại 7](#_Toc34744907)

[1.4.2. Kỹ năng viết thư tín thương mại 10](#_Toc34744908)

[1.4.3. Viết thư tín thương mại 18](#_Toc34744909)

[1.5. Cách trình bày một lá thư thương mại 21](#_Toc34744910)

[1.5.1. Thông tin cá nhân của người viết 21](#_Toc34744911)

[1.5.2. Ngày tháng 21](#_Toc34744912)

[1.5.3. Tên và địa chỉ người nhận 21](#_Toc34744913)

[1.5.4. Mã thư bạn hồi âm 21](#_Toc34744914)

[1.5.5. Cách xưng hô đầu thư 22](#_Toc34744915)

[1.5.6. Tiêu đề 22](#_Toc34744916)

[1.5.7. Nội dung 22](#_Toc34744917)

[1.5.8. Cuối thư 22](#_Toc34744918)

[1.5.9. Chữ ký 22](#_Toc34744919)

[1.5.10. Tên họ đầy đủ của người viết 22](#_Toc34744920)

[1.5.11. Chức danh của người viết 23](#_Toc34744921)

[1.5.12. Ghi chú tài liệu gửi kèm 23](#_Toc34744922)

[CHƯƠNG 2 CÁC LOẠI HÌNH THƯ TÍN THƯƠNG MẠI 24](#_Toc34744923)

[2.1. Thư chào hàng đặt quan hệ giao dịch 24](#_Toc34744924)

[2.1.1. Những lưu ý khi viết thư chào hàng 24](#_Toc34744925)

[2.1.2. Mẫu thư ngỏ chào hàng bằng tiếng việt 27](#_Toc34744926)

[2.1.3. Mẫu thư ngỏ chào hàng bằng tiếng anh 30](#_Toc34744927)

[2.2. Thư hỏi hàng và trả lời thư hỏi hàng 32](#_Toc34744928)

[2.2.1. Thư hỏi hàng là gì? 32](#_Toc34744929)

[2.2.2. Các yêu cầu khi viết thư hỏi hàng 32](#_Toc34744930)

[2.2.3. Các nội dung cần có trong một bức thư hỏi hàng 32](#_Toc34744931)

[2.2.4. Văn phong chung 33](#_Toc34744932)

[2.2.5. Cách hành văn 33](#_Toc34744933)

[2.3. Thư báo giá 37](#_Toc34744934)

[2.4. Thư trả giá và trả lời thư trả giá 42](#_Toc34744935)

[2.5. Thư chấp nhận giá 43](#_Toc34744936)

[2.5.1. Viết thư chấp nhận 43](#_Toc34744937)

[2.5.2. Đọc và sửa thư chấp nhận 45](#_Toc34744938)

[2.6. Thư đặt hàng 46](#_Toc34744939)

[2.7. Thư tiếp nhận đơn hàng 50](#_Toc34744940)

[2.8.1. Sử dụng ngôn ngữ tích cực 54](#_Toc34744941)

[2.8.2. Tìm kiếm giải pháp phù hợp nhất 54](#_Toc34744942)

[2.8.3. Đưa ra một lời giải thích chất lượng 55](#_Toc34744943)

[2.8.4. Đừng để khách hàng dẫn bạn đi lòng vòng 55](#_Toc34744944)

[2.8.5. Nói sao cho đúng 55](#_Toc34744945)

[2.8.6. Cách viết thư từ chối đơn đặt hàng 56](#_Toc34744946)

[2.9. Thư khiếu nại và giải quyết khiếu nại 56](#_Toc34744947)

[2.9.1. Khiếu nại của khách hàng 56](#_Toc34744948)

[2.9.2. Xử lý khiếu nại của khách hàng 58](#_Toc34744949)

[2.9.3. Cách viết thư khiếu nại 61](#_Toc34744950)

[2.9.4. Cách viết thư trả lời khiếu nại 63](#_Toc34744951)

[2.9.5. Cấu trúc thư trả lời khiếu nại 64](#_Toc34744952)

**DANH MỤC HÌNH**

[Hình 2. 1 Mẫu báo giá 1 38](#_Toc34745013)

[Hình 2. 2 Mẫu báo giá 2 39](#_Toc34745014)

[Hình 2. 3 Mẫu báo giá 3 40](#_Toc34745015)

[Hình 2. 4 Mẫu báo giá 4 41](#_Toc34745016)

[Hình 2. 5 Mẫu đơn đặt hàng 1 47](#_Toc34745017)

[Hình 2. 6 Mẫu đơn đặt hàng 2 48](#_Toc34745018)

[Hình 2. 7 Mẫu đơn đặt hàng 3 49](#_Toc34745019)

[Hình 2. 8 Mẫu thư tiếp nhận đơn hàng 1 51](#_Toc34745020)

[Hình 2. 9 Mẫu thư tiếp nhận đơn hàng 2 52](#_Toc34745021)

**GIÁO TRÌNH MÔN HỌC THƯ TÍN THƯƠNG MẠI**

Mã số môn học: MH20

**I. VỊ TRÍ, TÍNH CHẤT CỦA MÔN HỌC:**

- Vị trí: Thư tín thương mại là môn học chuyên môn, được bố trí vào năm học thứ 3 sau khi đã học xong các phần học của khối kiến thức cơ sở.

- Tính chất môn học: Đây là một học chuyên môn nghề của nghề Thương mại điện tử. Môn học kết hợp giữa kiến thức về thư tín thương mại thông qua ngôn ngữ và cách thức trình bày tiếng Anh

**II. MỤC TIÊU MÔN HỌC:**

Kiến thức:

Cung cấp cho người học nội dung và hình thức một lá thư thương mại trong một một số hoạt động ngoại thương cơ bản về xuất nhập khẩu và quản trị kinh doanh.

Cung cấp một số thuật ngữ thương mại và bảng chữ viết tắt thuật ngữ thương mại.

Kỹ năng:

- Vận dụng kiến thức để trình bày một lá thư thương mại; các hình thức thư thương mại trong giao dịch quốc tế.

**III. NỘI DUNG:**

# CHƯƠNG 1. KHÁI NIỆM VỀ THƯ TÍN THƯƠNG MẠI

**Giới thiệu:**

Trong thời kỳ hội nhập kinh tế sâu rộng hiện nay, đối với các DN kinh doanh xuất nhập khẩu và hoạt động logistics, việc giao tiếp bằng thư điện tử chiếm vai trò quan trọng trong quyết định doanh số và mức độ thành công của thương vụ. Trong đó, việc sử dụng kỹ năng soạn thảo thư tín thương mại bằng tiếng Anh là một vấn đề đáng lưu tâm.

**Mục tiêu:**

**-**  Giới thiệu cho người học những khái niệm cơ bản về thư tín thương mại

**-** Yêu cầu người học nắm được những nội dung cơ bản của thư tín thương mại, nguyên tắc viết một bức thư thương mại và cách trình bày chúng.

**Nội dung:**

## 1.1. Khái niệm thư tín thương mại

### 1.1.1 Khái niệm theo nghĩa rộng

Thư tín là văn bản chứa đựng những thông tin mà một người muốn báo cho một (hoặc nhiều) người khác biết. Theo nghĩa rộng nhất, thư tín là bất kì thông tin nào được ghi nhận dưới một hình thức vật chất nhất định và được chuyển từ một người (người gửi) sang một người khác (người nhận), theo ý chí của người gửi. Hình thức vật chất đó đồng thời cũng là phương thức bảo quản thông tin trong quá trình di chuyển từ người sang người. Trong xã hội hiện đại, hình thức của thư tín rất đa dạng. Có thể ghi nhận bốn hình thức phổ biến nhất sau:

1) Thư viết trên giấy, là loại thư tín cổ điển. Thông tin được ghi nhận trên giấy có thể bằng chữ viết thông thường hoặc bằng một hệ thống kí hiệu quy ước giữa chủ thể gửi thông tin và chủ thể nhận thông tin (gọi là mật mã trong ngôn ngữ thông dụng);

2) Thông tin có thể được chứa đựng trong băng, đĩa từ dạng chữ viết, tiếng nói, hình ảnh hoặc cả ba;

3) Thư được soạn thảo trên máy tính và gửi từ một địa chỉ điện tử đến một địa chỉ điện tử khác, thông qua mạng internet;

4) Nhắn tin qua điện thoại, đây là việc để lại lời nhắn trên hộp thư thoại hoặc hộp tin nhắn của một số điện thoại. Lời nhắn trên hộp thư thoại tồn tại dưới dạng lời nói (lời đối thoại) được ghi âm.

### 1.1.2. Thủ tục thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm tại cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông

Việc tiến hành hoạt động thu giữ phương tiện điện tử, dữ liệu điện tử trong tố tụng hình sự được quy định tại Điều 196 Bộ luật tố tụng hình sự 2015 (có hiệu lực từ ngày 01/01/2018). Cụ thể như sau:

1. Khi cần thiết phải thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm tại cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông thì Cơ quan điều tra ra lệnh thu giữ. Lệnh này phải được Viện kiểm sát cùng cấp phê chuẩn trước khi thi hành.

2. Trường hợp không thể trì hoãn việc thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm tại cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông thì Cơ quan điều tra có thể tiến hành thu giữ nhưng phải ghi rõ lý do vào biên bản. Sau khi thu giữ phải thông báo ngay cho Viện kiểm sát cùng cấp bằng văn bản kèm theo tài liệu liên quan đến việc thu giữ để xét phê chuẩn.

Trong thời hạn 24 giờ kể từ khi nhận được đề nghị xét phê chuẩn và tài liệu liên quan đến việc thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm, Viện kiểm sát phải ra quyết định phê chuẩn hoặc quyết định không phê chuẩn. Nếu Viện kiểm sát quyết định không phê chuẩn thì người đã ra lệnh thu giữ phải trả lại ngay cho cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông, đồng thời thông báo cho người có thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm bị thu giữ biết.

3. Người thi hành lệnh phải thông báo cho người phụ trách cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông hữu quan trước khi tiến hành thu giữ. Người quản lý cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông hữu quan phải tạo điều kiện để người thi hành lệnh thu giữ hoàn thành nhiệm vụ.

Khi thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm, phải có đại diện của cơ quan, tổ chức bưu chính, viễn thông chứng kiến và ký xác nhận vào biên bản.

Cơ quan ra lệnh thu giữ phải thông báo cho người có thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm bị thu giữ biết. Nếu việc thông báo cản trở điều tra thì sau khi cản trở đó không còn nữa, cơ quan ra lệnh thu giữ phải thông báo ngay.

Thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm được đề cập trên đây là những thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm đang ở cơ quan bưu điện, chưa gửi đi hoặc chưa phát cho người nhận.

Liên quan đến nội dung này, chúng tôi xin cung cấp thêm cho bạn một số thông tin như sau:

Trong quá trình điều tra vụ án khi cần thiết (có căn cứ cho rằng thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm tại bưu điện có liên quan đến vụ án) phải thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm tại bưu điện thì Thủ trưởng hoặc Phó thủ trưởng cơ quan điều tra ra lệnh thu giữ. Lệnh thu giữ phải được Viện trưởng hoặc Phó viện trưởng Viện kiểm sát cùng cấp phê chuẩn trước khi thi hành. Trong trường hợp không thể trì hoãn được thì Thủ trưởng hoặc Phó thủ trưởng cơ quan điều tra được ra lệnh thu giữ ngay mà không cần có sự phê chuẩn trước của Viện kiểm sát cùng cấp nhưng phải ghi rõ lý do vào biên bản và sau khi thu giữ phải báo ngay cho Viện kiểm sát cùng cấp biết.

Khi cần thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm của một người, người thi hành lệnh phải thông báo trước cho người phụ trách cơ quan bưu điện hữu quan biết. Người phụ trách cơ quan bưu điện hữu quan có trách nhiệm giúp đỡ, tạo điều kiện cho người thi hành lệnh thu giữ hoàn thành nhiệm vụ. Khi thu giữ thư tín, điện tín, bưu kiện, bưu phẩm phải có đại diện của cơ quan bưu điện chứng kiến và ký xác nhận vào biên bản thu giữ.

### 1.1.3. Khái niệm theo nghĩa hẹp

Ngày nay với sự phát triển mạnh mẽ của Internet, trong kinh doanh, các giao dịch thường xuyên được thực hiện qua việc trao đổi thư tín thương mại. Việc sử dụng hình thức này đem lại nhiều ưu điểm vượt trội và tính nhanh chóng cho các công việc kinh doanh.

Thư tín thương mại từ lâu trở thành một phương tiện giao tiếp không thể thiếu trong giao dịch thương mại với các đối tác của doanh nghiệp. Nhiều trường đại học, cao đẳng có chuyên ngành Kinh tế, Kinh doanh cũng đã chú trọng vào việc đào tạo cho sinh viên của mình kỹ năng quan trọng này.

 Thư tín thương mại là một phương tiện giao tiếp phổ biến và hiệu quả nhất, được sử dụng bởi những nhà kinh doanh để giữ liên lạc với khách hàng. Viết một bức thư tốt thì rất cần thiết và quan trọng bởi vì nó chắc chắn tạo nên những ấn tượng về công ty của bạn. Bạn có thể có hoặc để mất khách hàng của bạn thông qua cách bạn viết thư trao đổi.

 Một bức thư tốt thường giúp người đọc hình thành và tạo ra được thiện chí hợp tác, và do đó những bức thư thương mại đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của một giao dịch.

 Giao tiếp bằng thư rất là tiện lợi trong kinh doanh quốc tế bởi vì người mua và người bán ở những khoảng cách rất xa. Họ không thể đi lại để gặp gỡ nhau thường xuyên được. Bên cạnh đó, việc giao tiếp bằng điện thoại thì cực kỳ dễ dàng nhưng chúng ta không có gì làm bằng chứng (ở dạng viết). Hơn nữa, những điều chi tiết có thể bị quên hoặc bị từ chối sau này. Nếu công ty sử dụng thư để trao đổi, chúng ta có thể tìm lại những bản ghi chép về các thông tin đã trao đổi.

## 1.2. Nội dung cơ bản của thư tín thương mại

Có rất nhiều dạng thư tín thương mại được sử dụng trong thực tiễn kinh doanh. Xét về mối tương quan giữa ngôn ngữ và kiến thức chuyên môn, cũng như các bước trong giao dịch, có thể chia ra thành nhiều dạng khác nhau. Bên cạnh kiến thức chuyên môn, mỗi loại thư trên có yêu cầu về ngôn ngữ sử dụng cho chúng. Mặc dù vậy, việc viết các loại thư trên đều cần tuân theo một số nội dung cơ bản, quan trọng nhất là đặc điểm các ngôn ngữ thương mại.

### 1.2.1. Tính đơn giản

Sử dụng ngôn ngữ đơn giản dễ hiểu. Hãy viết một cách đơn giản và tự nhiên (nghĩa là bạn nên viết như cách bạn nói thông thường, tránh sử dụng những câu và cụm từ dài và lòng vòng).- Tránh sử dụng ngôn ngữ cứng nhắc, không tự nhiên và rườm rà.

Cố gắng không sử dụng những cấu trúc quá phức tạp.

Sử dụng những từ ngữ đơn giản thay cho những từ khó hiểu, từ viết tắt, đặc biệt là khi bạn viết cho những người đọc là người không quen với những từ chuyên môn, kỹ thuật.

Tránh sự cường điệu.

Đừng cố gắng ra vẻ quá tài năng, kinh nghiệm

Hãy viết đúng ngữ pháp.

### 1.2.2. Lịch sự , nhã nhặn

Sử dụng những câu phức có sử dụng liên từ (conjunctions) hơn là sử dụng những câu đơn giản. Tránh viết những câu quá ngắn và đơn giản, nếu không thì nó trông có vẻ đơn giản, cộc lốc và cụt ngủn.

Sử dụng good style bằng cách tránh chế nhạo, lăng mạ, sỉ nhục. Tránh sự công kích quá trực tiếp, thậm chí khi bạn phải viết về những tình huống đáng bực mình nhất (ví dụ: không trả tiền hóa đơn, giao hàng chậm, v..v)

Sử dụng cấu trúc hoàn chỉnh thay vì viết tắt (ví dụ dùng I would/ I had thay vì I'd), trừ những trường hợp viết tắt được quốc tế chấp nhận như FOB, CIF, Ltd, B/L (Bill of Loading),...

Sử dụng câu chủ động và câu bị động một cách khéo léo.

Tránh sử dụng từ ngữ không thích hợp, thành ngữ, cụm động từ, form ngắn (nó có thể dẫn đến việc cảm thấy quá quen thuộc (over-familiarity), nhầm lẫn hoặc hiểu lầm).

Tránh tò mò- đừng hỏi những điều mà bạn không có quyền được biết, hoặc những điều riêng tư, bí mật.

Viết nháp (draft) và chỉnh sửa bức thư. Kiểm tra bức thư cẩn thận về chính tả và các lỗi ngữ pháp trước khi gửi thư đi.

Diễn đạt hợp lý, đặc biệt với mục đích yêu cầu (requests).

Sử dụng cách tiếp cận của người đọc và cách tiếp cận của người viết một cách hợp lý.

### 1.2.3. Tính rõ ràng và chính xác

Cẩn thận với những con số, dấu thập phân, đơn vị đo lường, tổng số tiền và đơn vị tiền của những nước khác nhau. Ví dụ sau đây cho thấy sự khác biệt giữa các quốc gia:

1 tỷ (one billion): 1,000,000,000,000 (1 triệu triệu-one million millions) ở nước Anh; 1,000,000,000 (1 nghìn triệu-one thousand millions) ở Mỹ.

1 gallon: 4.546 lít ở Anh, 3.78 lít ở Mỹ.

1 tấn: 2240 pounds (LB) hay 1016 kg ở Anh (Long ton); 2000 pounds (LB) hay 907.2 kg ở Mỹ (Short ton).

1 metric ton(hay tonne-viết tắt là MT): 1000 kg.

Cẩn thận khi viết tên, chức danh, địa chỉ; tránh lỗi chính tả, ví dụ như Mr. John hay Mr.Jones.

Cẩn thận khi viết ngày tháng, nếu không tranh chấp có thể xảy ra nếu như có sự nhầm lẫn về ngày tháng.

Cẩn thận khi tham chiếu đến một điều gì đó, như số catalogue, số hóa đơn, giá...

Tránh dùng những từ viết tắt không thông dụng, ví dụ rất ít người biết O.N.O ('or the nearest offer').

Diễn đạt ý tưởng, quan điểm rõ ràng, công khai và thẳng thắn.

### 1.2.4. Ngắn gọn

Đừng đi vào chi tiết nếu không cần thiết.

Sử dụng những cụm từ ngắn khi có thể, thay vì cụm từ dài.

Tránh việc dư thừa, ví dụ: discuss about, enter into, co-operate together, enclose with this letter, trong những câu này, 'about', 'into', 'together'...là những phần thừa.

Viết vào điểm chính; không đề cập đến những điều đã biết.

Viết trực tiếp vào chủ đề, diễn đạt logic.

Đính kèm tài liệu như leaflets, brochures, bảng giá (price lists, quotations) nếu có thể, để hỗ trợ cho nội dung bức thư và để mô tả, giới thiệu sản phẩm & dịch vụ.

### 1.2.5. Logic

Diễn đạt nên theo thứ tự logic, ví dụ như:

Lý do viết thư.

Nội dung chính.

Tóm tắt lại hay kết luận.

Là một trình tự logic.

Chúng ta nên vạch ra những điểm chúng ta cần viết trước khi viết một bức thư.

Luôn luôn nghĩ về mục tiêu chính cần đạt được khi viết bức thư là gì, ví dụ: thư chào hàng (offer), thư liên quan đến chuyện thanh toán tiền hàng, thư phàn nàn, v..v.

Nên có một sự liên kết giữa nội dung sắp đề cập với những nội dung đã nói trước đó, nghĩa là không nhảy từ chủ đề này sang chủ đề khác, sau đó lại quay lại với nội dung đã được nhắc đến trước đó.

Sử dụng những từ nối như:

Thus: Do đó.

Consequently: Do đó, vậy nên.

Moreover: Hơn nữa.

Firstly: Đầu tiên, Secondly: Thứ nhì, Finally: Cuối cùng.

For the conclusion: Tóm lại.

On the one hand/ on the other hand: Mặt khác.

## 1.3. Vai trò của thư tín thương mại

Thư tín thương mại là một phương tiện thông tin liên lạc mà tổ chức kinh tế sử dụng để gửi cho đối tác và khách hàng của mình.

 Tại nhiều nước trên thế giới, việc sử dụng thư tín thương mại là công việc thường xuyên trong hoạt động thương mại. Hoạt động thương mại sử dụng nhiều hình thức giao tiếp, trong số đó, thư tín thương mại là một công cụ hỗ trợ rất hiệu quả.

 Tại Việt Nam hiện nay, việc sử dụng thư thương mại chưa phổ biến đối với nhiều tổ chức kinh tế, nhất là đối với nhiều doanh nghiệp nhà nước. Các đơn vị này vẫn chỉ sử dụng văn bản hành chính như là phương tiện thông tin liên lạc chính thức và duy nhất trong giao dịch thương mại. Điều này đã làm hạn chế hiệu quả của hoạt động kinh doanh. Rõ ràng một số loại như thư báo giá, thư đặt hàng, thư giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ thích hợp cho hoạt động giao tiếp thương mại hơn là thông báo hoặc công văn.

 Một số doanh nghiệp khác mặc dù có sử dụng thư thương mại tiếng Việt nhưng cũng hết sức lúng túng trong cách viết và hình thức trình bày, vì vậy thường sao chép cách diễn đạt từ những mẫu thư thương mại tiếng Anh, nhiều trường hợp không phù hợp với tập quán giao tiếp của người Việt. Bên cạnh đó, cũng có nhiều đơn vị vận dụng thư tín thương mại rất hiệu quả, mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của cơ quan, đơn vị mình.

 Qua nguồn dữ liệu là những thư thương mại bằng tiếng Việt của một số doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam nhận thấy thể loại này có một số nét ngôn ngữ đặc thù, có nhiều điểm khác biệt so với văn bản hành chính.

## 1.4. Nguyên tắc viết thư thương mại

Khi sở hữu doanh nghiệp, các doanh nghiệp sẽ phải viết thư cho khách hàng của mình. Viết thư để thông báo sự kiện mới hay chương trình khuyến mãi, hoặc thay mặt cho công ty phản hồi khiếu nại của khách hàng. Với bất kỳ mục đích và lý do gì, các doanh nghiệp cần phải viết sao cho thư của mình được chuyên nghiệp.

Một bức thư thương mại có thể được gửi thông qua email (ở dạng đính kèm hoặc trong nội dung email) hoặc dưới dạng bản cứng qua đường bưu điện. Về mặt hình thức, thư tín thương mại thường trang trọng hơn thư thương mại điện tử (email). Chúng truyền đạt những nội dung, thỏa thuận chính thức, trong những tình huống kinh doanh cụ thể.

Một bức thư với nội dung, bố cục tốt, logic, dễ hiểu sẽ giúp các doanh nghiệp ghi điểm trong mắt khách hàng và đối tác.

### 1.4.1. Định dạng thư tín thương mại

#### 1.4.1.1 Dùng giấy viết thư có phần tiêu đề chuyên nghiệp

Thư tín thương mại chính là đại diện cho một công ty, doanh nghiệp. Vì thế, loại thư này cần có chất lượng cao và khác biệt. Trong thư tín thương mại cũng phải có logo và thương hiệu của công ty, doanh nghiệp.

Các công ty, doanh nghiệp có thể tạo tiêu đề trên giấy viết thư bằng cách dùng mẫu tiêu đề màu được thiết kế sẵn từ Microsoft, chỉ cần đảm bảo đặt logo và thương hiệu hiện hành của mình vào phần này.

Tiêu đề luôn phải rõ ràng

Trên thực tế, khi gửi và trả lời email tiếng Anh nhiều bạn vẫn hay rơi vào một trong ba trường hợp:

* Hoàn toàn không ghi tiêu đề.
* Ghi tiêu đề thành một câu dài.
* Chỉ vỏn vẹn một chữ “Re:…” hoặc quá ngắn.

Những lỗi nhỏ nhặt như vậy có thể khiến email của công ty, doanh nghiệp lọt thỏm trong vô vàn email công việc, hoặc bị tự động xếp vào mục spam (thư rác) trong inbox của người nhận. Vì vậy, điều đầu tiên công ty, doanh nghiệp cần phải tuân thủ khi viết email thương mại tiếng Anh là luôn luôn phải có tiêu đề. Thông thường tiêu đề là một cụm danh từ, rõ ràng, không dài quá 50 ký tự và tóm tắt nội dung chính của email.

*Ví dụ:*Khi gửi báo giá cho khách hàng, tiêu đề sẽ là:

* Rõ ràng: “Quote for Order 5520 from NYC Inc”.
* Không rõ ràng: “Quote”.

Chúng ta không nên và không bao giờ được gửi một email mà không có tiêu đề, điều đó thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp trong việc giao tiếp. Ngoài ra, tránh gửi những email có tiêu đề theo kiểu chung chung như: Gấp!, Quan trọng cần đọc ngay, Gửi anh/em/chị,… Nếu bạn muốn thể hiện tính chất của email đó, bạn có thể dùng cú pháp sau: [Tình trạng] Tiêu đề email.

*Ví dụ:* “[Important] Quote for Order 5520 from NYC Inc”.

Như vậy thì người nhận email sẽ biết ngay tình trạng email này và sẽ quyết định là có nên đọc ngay bây giờ không, hay nên dành lúc có nhiều thời gian sẽ đọc kỹ hơn.

#### 1.4.1.2. Mở chương trình xử lý văn bản

Tất cả loại thư tín thương mại nên được đánh máy trên máy tính.

Mở tài liệu mới và đặt canh lề khoảng 1 inch (2,5 cm).

Dùng phông chữ serif như Times New Roman, Georgia hoặc Ariel. Đảm bảo đặt cỡ chữ không lớn hơn 12 điểm (points), và không nhỏ hơn 10. Việc lựa chọn phông chữ và cỡ chữ không phù hợp có thể khiến lá thư của bạn khó đọc.

Đảm bảo tài liệu được cài đặt cách dòng đơn.

#### 1.4.1.3. Cài đặt định dạng theo khối (block form)

Định dạng khối là định dạng phổ biến nhất được sử dụng trong thư tín thương mại. Đây cũng là định dạng đơn giản nhất để cài đặt và làm theo. Mỗi tiêu đề phải được canh lề trái và có khoảng cách trống giữa mỗi tiêu đề. Bắt đầu từ phía trên cùng đến dưới cùng của tài liệu, lá thư của bạn phải có các tiêu đề sau:[[3]](https://www.wikihow.vn/Vi%E1%BA%BFt-Th%C6%B0-t%C3%ADn-th%C6%B0%C6%A1ng-m%E1%BA%A1i-cho-kh%C3%A1ch-h%C3%A0ng#_note-3)

Ngày tháng năm viết thư, hoặc ngày gửi. Phần ngày tháng rất quan trọng vì nó có thể được sử dụng để lưu trong hồ sơ của bạn và của người nhận. Đồng thời, nó có thể được sử dụng hợp pháp. Vì vậy, bạn phải đảm bảo rằng ngày tháng năm được ghi chính xác.

Địa chỉ của người gửi. Đây là địa chỉ của bạn, được định dạng theo kiểu ghi địa chỉ chuẩn. Nếu phần đầu thư đã có mục này thì bạn có thể bỏ qua.

Địa chỉ bên trong. Đây là tên và địa chỉ của người nhận thư. Tùy theo giới tính và tình trạng hôn nhân của người nhận mà dùng danh xưng cho hợp lý, chẳng hạn như Ông/Bà. Ví dụ, nếu viết thư cho Nina Brown mà không chắc về tình trạng hôn nhân của bà ấy, bạn có thể không cần dùng danh xưng Bà/Cô trước tên Nina Brown.

Lời chào. Bạn có thể dùng lời chào như sau "Kính gửi bà Brown" hoặc "Kính gửi Nina Brown". Nếu bạn không chắc chắn người đọc thư là ai, hãy dùng "Kính gừi ông, hoặc Kính gửi bà".[[4]](https://www.wikihow.vn/Vi%E1%BA%BFt-Th%C6%B0-t%C3%ADn-th%C6%B0%C6%A1ng-m%E1%BA%A1i-cho-kh%C3%A1ch-h%C3%A0ng#_note-4) Bạn cũng có thể dùng cụm "Kính gửi quý cơ quan", nhưng đây chỉ là phương án cuối cùng nếu bạn hoàn toàn không biết người đọc thư của bạn là ai.

Phần nội dung bức thư. Chúng tôi sẽ hướng dẫn cụ thể phần này trong mục tiếp theo của bài viết.

Kết thúc thư bằng chữ ký. Bạn có thể dùng lời chào cuối thư như "Trân trọng" hoặc "Thân ái".

**Trình bày gọn gàng và đầy đủ**

Theo thống kê của Viện nghiên cứu toàn cầu McKinsey, trung bình chúng ta dành ra 1/3 thời gian ở văn phòng để kiểm tra, gửi và hồi âm email. Chính vì vậy, khi viết [thư thương mại](https://qts.edu.vn/news/cach-viet-email-thuong-mai-bang-tieng-anh-307) , hãy cố gắng trình bày nội dung thật cô đọng và dễ hiểu để tiết kiệm thời gian nhưng vẫn truyền tải đủ thông điệp cần trao đổi. Cho dù khả năng ngoại ngữ chưa tốt, bạn vẫn cần rèn luyện thói quen dùng các mẫu câu thông dụng thay cho việc “Google dịch” email từ tiếng Việt sang tiếng Anh, vốn mất thời gian hơn và cũng làm cho email trở nên dài dòng, luộm thuộm. Không kể đến lời chào ở đầu và cuối, email thương mại trong tiếng Anh thường chỉ gồm ba mục:

* Cảm ơn người nhận vì đã hồi âm hoặc chủ động liên lạc.
* Trình bày lý do viết email.
* Câu kết luận nêu mong muốn, yêu cầu đối với người nhận.

**Nắm vững một số cấu trúc thông dụng**

Để có thể viết email một cách trôi chảy và chuyên nghiệp nhất, bạn phải nắm vững các cấu trúc thông dụng. Bạn có thể tham khảo các mẫu câu thông dụng cho một email thương mại dưới đây:

* **Chào hỏi:**
* Dear Mr…./ Mrs….(Nếu bạn biết rõ tên người nhận).
* Dear Sir or Madam (Nếu bạn chưa biết rõ tên người nhận).
* **Cảm ơn người nhận vì một lý do gì đó:**
* Thank you for your email about… (Cảm ơn email của bạn về vấn đề…).
* Thank you for contacting us at... (Cảm ơn đã liên hệ với công ty…).
* Thank you for your prompt reply (Cảm ơn vì đã phản hồi nhanh chóng).
* **Trình bày lý do viết email:**
* I am writing this email to… (Tôi viết email này để…).
* I am writing in reference to… (Tôi viết email này để trình bày về…).
* I deeply regret to inform you that… (Tôi rất tiếc phải thông báo rằng…).
* We are pleased to announced that… (Chúng tôi rất vui khi thông báo rằng…).
* **Nêu mong muốn, yêu cầu với người nhận:**
* We would appreciate it if you could… (Chúng tôi rất vui nếu bạn có thể…).
* Could you please…? (Bạn có thể vui lòng…?).
* Please accept our sincere apologies for… (Xin hãy chấp nhận lời xin lỗi của chúng tôi về…).
* I am looking forward to hearing from you (Tôi rất mong nhận được hồi âm từ bạn).
* If you have any question, please do not hesitate to contact us (Nếu bạn có câu hỏi gì, xin đừng ngần ngại liên hệ với chúng tôi).
* **Kết thúc email:**
* Yours sincerely, (Khi bạn biết tên người nhận).
* Sincerely yours,
* Yours faithfully, (Khi bạn không biết tên người nhận).

**Lưu ý chọn văn phong phù hợp**

Trước khi chọn lối văn phong cho [thư thương mại](https://qts.edu.vn/news/cach-viet-email-thuong-mai-bang-tieng-anh-307), bạn cần trả lời các câu hỏi như sau: người đọc email có thể là một đồng nghiệp, một khách hàng hay sếp của bạn? Tùy vào đối tượng nhận mail mà chọn văn phong trang trọng hay bình thường cho phù hợp.

Phần lớn các email ngày nay đều có một giọng văn trung lập. Bạn lưu ý sự khác biệt giữa văn phong trang trọng và không trang trọng (formal và informal) qua một số ví dụ dưới đây:

* Informal – Thanks for emailing me on 15th February.

        Formal – Thank you for your email dated 15th February.

* Informal – Sorry, I can’t make it.

        Formal – I am afraid I will not be able to attend.

* Informal – Can you…?

        Formal – I was wondering if you could…?

Một số email gửi đến đồng nghiệp có thể không cần trang trọng quá nếu bạn đã có mối quan hệ làm việc lâu dài và hiểu rõ họ. Đây là phong cách thân mật nhất trong giao tiếp nên bạn có thể sử dụng các từ ngữ thông dụng hằng ngày và các cấu trúc đời thường. Ví dụ như “Don’t forget”, “Catch you later”, “Cheers”.

Người đọc có thể chấp nhận hoặc bỏ qua những lỗi ngữ pháp nhỏ nhặt trong email không chính thức (informal). Tuy nhiên, nếu email được gửi đến một khách hàng hay một đồng nghiệp cấp cao hơn, lỗi ngữ pháp và một phong cách viết thân thiện quá sẽ khó có thể chấp nhận được.

**Luôn kiểm tra lại email**

Nguyên tắc cuối cùng mà bạn nên tuân thủ là luôn luôn dành thời gian kiểm tra lại email để tránh sai lỗi chính tả, sai lỗi dấu chấm, phẩy căn bản. Bởi những lỗi đó có thể được bỏ qua trong những email informal, nhưng chúng lại rất quan trọng trong thư thương mại. Vì vậy, hãy để tâm kiểm tra lại một lượt nội dung thư lần cuối trước khi gửi để chắc chắn bạn không mắc phải những lỗi này.

### 1.4.2. Kỹ năng viết thư tín thương mại

#### 1.4.2.1. Lựa chọn loại thư cần viết:

Thư tín thương mại có người gửi (sender) và người nhận (recipient).Người gửi có thể là một người hoặc một tổ chức, tương tự như vậy đối với người nhận.

Tùy thuộc vào mục đích gửi thư mà có thể phân loại thư tín thương mại thành một số dạng như sau:

**Letter of complaint (Thư phàn nàn/khiếu nại):**Đây là loại thư viết bởi một người hoặc một tổ chức, không hài lòng với sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty người nhận. Khi viết thư khiếu nại, điều quan trọng là phải giữ được giọng văn lịch sự, ngay cả khi bạn đang rất bực mình và có rất nhiều điều muốn phàn nàn.

**Letter of inquiry (Thư hỏi hàng)**: Loại thư này được sử dụng khi bạn muốn hỏi về sản phẩm, dịch vụ v.v của công ty khác. Nếu bạn dự định viết một lá thư hỏi hàng, hãy chắc chắn rằng bạn cần thu thập được càng nhiều thông tin càng tốt. Hãy tạo một checklist (danh sách) các vấn đề bạn cần tìm hiểu để không bỏ sót bất kỳ thông tin nào nhé.

**Cover letters** (Thư giới thiệu): Khi bạn đang ứng tuyển vào một công việc nào đó, thì chắc chắn bạn sẽ cần dùng đến loại thư này. Chúng thường được gửi kèm với bản sơ yếu lý lịch để giới thiệu cho nhà tuyển dụng biết bạn là ai. Một thư giới thiệu tốt có thể giúp bạn có được công việc. Nên viết ngắn gọn, xúc tích, thể hiện được màu sắc riêng của bản thân nhưng cũng đừng cố gắng gây ấn tượng với người đọc một cách quá mức.

**Adjustment letters (Thư hòa giải)**: Được sử dụng khi phúc đáp lại thư khiếu nại của khách hàng. Nội dung bức thư sẽ thể hiện cách thức vấn đề đối với sản phẩm hoặc dịch vụ được giải quyết (hoặc không). Đây là loại thư khó bởi người đọc thường là những khách hàng không hài lòng với công ty và đang rất bức xúc, nên cần sử dụng ngôn ngữ phù hợp để xoa dịu họ mà không làm ảnh hưởng đến việc kinh doanh của công ty.

**Order letters (Thư đặt hàng)**: Loại thư này được sử dụng khi bạn muốn đặt hàng với một công ty. Thư đặt hàng cần chứa những thông tin chính xác, vì vậy bạn cần kiểm tra kỹ tất cả các thông số trước khi gửi thư. Ngôn ngữ sử dụng cần chuẩn chỉnh. Nên sử dụng từ ngữ đơn giản và rõ ràng. Các câu văn dài thường khiến người đọc khó theo dõi và nắm được ý của người viết.

**Các loại thư khác**: Ngoài ra, tùy theo tình huống cụ thể, người viết có thể sử dụng rất nhiều loại thư thương mại khác nhau. Ví dụ như, bạn có thể viết một bức thư để:

Thuyết phục khách hàng mua sản phẩm hoặc dịch vụ;

Giới thiệu nhân sự

Thông báo nhân sự nghỉ việc….

#### 1.4.2.2. Gạch đầu dòng các ý chính

Sau khi bạn đã chọn được loại thư sẽ viết, điều quan trọng là dừng lại và suy nghĩ. Hãy gạch đầu dòng các ý chính trước khi bạn bắt đầu viết.Nếu bỏ qua bước này, bạn có thể mất nhiều thời gian hơn đấy.

Sửa chữa các lỗi nhỏ như cách dùng từ sẽ đơn giản hơn nhiều so với thay đổi ý chính.

Vì vậy, bước đầu tiên là thu thập tất cả các thông tin liên quan đến nội dung bạn cần viết. Nếu bạn đang viết một bức thư khiếu nại, bạn cần biết chắc chắn vấn đề như thế nào và bạn mong muốn đạt được điều gì.

Nếu bạn đang viết một bức thư đặt hàng, nhớ thu thập đầy đủ thông tin về sản phẩm mà bạn yêu cầu.

Tiếp theo, viết các ý chính. Bạn có thể viết cả câu, hoặc chỉ viết các từ khóa nếu như bạn đang vội. Ví dụ, nếu bạn đang viết thư giới thiệu, bạn có thể gạch đầu dòng các ý sau (viết bằng tiếng Anh để tư duy nhé):

1. *What job you are applying for*. (Bạn đang ứng tuyển vị trí gì)
2. *Why you think you would be good for the job/why the company should hire you*. (Tại sao bạn nghĩ mình là ứng viên phù hợp/vì sao công ty nên tuyển dụng bạn)
3. *Why the job would be good for you* (vì sao công việc này lại phù hợp với bạn)
4. *When you are available for an interview* (khi nào thì bạn sẵn sàng đi phỏng vấn)

Khi bạn nắm được các ý chính, bạn sẽ biết cần phải viết bao nhiêu đoạn văn. Hãy nhớ, một đoạn văn chỉ diễn tả một ý chính. Điều này sẽ giúp cho người đọc nắm được ý bạn muốn nói và bức thư của bạn sẽ logic và chặt chẽ hơn. Người đọc cũng sẽ cảm thấy thoải mái khi đọc thư nếu bạn  kết nối các ý tốt. Lưu ý sử dụng *connectors* (từ nối) khi chuyển ý giữa các đoạn văn.

#### 1.4.2.3. Sử dụng bố cục và lời chào hợp lý

Thư tín thương mại có những quy định chặt chẽ về bố cục và cách trình bày. Bạn cần có mục người nhận, người gửi và tuân thủ theo một số quy tắc cơ bản sau:

**Bắt đầu với địa chỉ của người gửi.**Bạn có thể viết dòng này ở chính giữa văn bản hoặc căn trái. Đừng ghi tên của bạn hoặc chức danh vì vị trí của chúng là ở cuối thư.

**Để cách một dòng và viết ngày gửi ngay dưới địa chỉ của người gửi.**Nếu bạn đang viết thư gửi một công ty tại Mỹ, hãy nhớ sử dụng định dạng ngày tháng kiểu Mỹ theo thứ tự: tháng/ngày/năm.

**Để cách thêm một dòng nữa và viết tên người nhận, vị trí công tác, địa chỉ.**

Lưu ý đến cách xưng hô. Dùng **Mr.** cho nam giới, với phụ nữ thì **Miss.** cho người chưa có gia đình, **Mrs.** cho người đã có gia đình,**Ms.** khi chúng ta chưa biết tình trạng hôn nhân. Tốt nhất là nên sử dụng **Ms.**khi gửi thư cho nữ giới

**Bắt đầu bức thư với lời chào hợp lý,**tùy thuộc vào việc bạn đã biết về người nhận hay chưa và mức độ thân thiết của bạn với họ. Trong tiếng Anh – Mỹ, chúng ta sử dụng dấu hai chấm ( : ) sau lời chào trong những bức thư thương mại trang trọng. Trong tiếng Anh – Anh, chúng ta sử dụng dấu phẩy (,).

*Tham khảo ví dụ dưới đây:*

Dear Ms. Smith: (Nếu bạn biết tên người nhận.)

Dear Jane: (Nếu bạn biết người nhận khá rõ và gọi họ bằng tên đầu – first name)

Dear Sir or Madam: (Nếu bạn không biết tên người nhận.)

To Whom It May Concern: (Nếu bạn không biết người nhận cụ thể. Cụm từ này thông dụng hơn “Dear Sir or Madam”. Tốt hơn hết là nên có người liên hệ cụ thể khi viết và gửi thư tín thương mại)

**Kết thúc bức thư một cách hợp lý**, tùy thuộc vào lời chào bạn dùng ở đầu thư:

(Dear Ms. Smith:) Yours sincerely / Sincerely / Sincerely yours,

(Dear Jane:) Best / Best regards / Kind regards,

(Dear Sir or Madam: / To Whom It May Concern:) Yours faithfully / Faithfully / Faithfully yours,

**Ký tên,**nếu bạn gửi thư được in ra và viết tên, chức danh của bạn

#### 1.4.2.4. Sử dụng từ ngữ thích hợp cho mỗi loại thư

Tùy thuộc vào loại thư tín thương mại bản gửi, bạn có thể sử dụng một số mẫu câu và cụm từ gợi ý dưới đây

**Letters of complaint (Thư khiếu nại):**

I am writing to complain about… (Tôi viết thư này để phàn nàn về việc …)

I am writing to draw your attention to… (Tôi viết thư này để lưu ý các ngài về việc …)

I recently purchased … from your company. (Gần đây tôi có mua sản phẩm … của công ty ngài)

Not only…(did the product arrive late), but…(it was faulty as well) (Không những …(giao hàng muộn), mà … (sản phẩm còn bị lỗi))

As you can imagine, I was quite disappointed/upset when… (Như các ngài thấy, tôi khá là thất vọng/buồn khi …)

I suggest that I get a full refund. (Tôi đề xuất việc hoàn lại tiền)

I feel entitled to a refund (Tôi nhận thấy tôi có quyền được hoàn lại tiền).

I would be grateful if you could give me a refund. (Tôi sẽ cảm thấy biết ơn nếu ngài có thể hoàn lại tiền cho tôi)

I would appreciate it if you could replace the product. (Tôi sẽ rất cảm kích nếu ngài có thể đổi sản phẩm khác)

I look forward to receiving a prompt reply. (Tôi mong sớm nhận được hồi âm)

**Letters of inquiry (Thư hỏi hàng):**

I am writing to inquire about… (Tôi viết thư này để hỏi về …)

Would you be kind enough to provide me with some information about… (Ngài có thể vui lòng cung cấp cho tôi một số thông tin về …)

I would be appreciative if you could help me find out…(Tôi sẽ rất cảm kích nếu ngài có thể giúp tôi tìm hiểu về … )

Could you tell me whether… (Ngài có thể cho tôi biết liệu … )

I would also be interested in… (Tôi cũng rất hứng thú với … )

**Cover letters (Thư giới thiệu):**

I am writing to apply for the position of… (Tôi viết thư này để ứng tuyển cho vị trí …)

I am writing in response to your advertisement… (Tôi viết thư này theo quảng cáo của ngài …)

I would like to apply for the position of… (Tôi hân hạnh được ứng tuyển vị trí …)

I am particularly interested in this job because… (Tôi đặc biệt hứng thú với công việc này bởi …)

As you can see from my resume,… (Như ngài có thể thấy từ bản sơ yếu lý lịch của tôi,…)

As you will notice in my resume,… (Nếu ngài để ý ở bản sơ yếu lý lịch của tôi, …)

I am currently employed by… (Hiện tại tôi làm việc cho …)

I am keen to pursue a career in…, because… (Tôi thích thú với việc theo đuổi sự nghiệp trong lĩnh vực …, bởi vì …)

My main strengths are… (Những thế mạnh chính của tôi là …)

I would be available for an interview starting… (Tôi sẵn lòng cho buổi phỏng vấn từ ngày …)

Should you require any further information, please do not hesitate to contact me. (Nếu ngài cần thêm thông tin gì, đừng ngần ngại liên lạc với tôi.)

**Adjustment letters (Thư điều chỉnh/hòa giải):**

Please accept our apologies for…(Xin hãy chấp nhận lời xin lỗi của chúng tôi cho vấn đề …)

We sincerely apologize for… (Chúng tôi thành thật xin lỗi cho việc …)

The mistake was apparently due to…(Sai lầm dường như là do …)

We are currently working on… (Chúng tôi hiện đang làm việc …)

To prevent this from happening again,… (Để ngăn ngừa việc này xảy ra một lần nữa,…)

We understand how upset you must have been when…, but unfortunately… (Chúng tôi hiểu ngài đã khó chịu như thế nào khi …, nhưng thật không may …)

**Order letters (Thư đặt hàng):**

We would like to place an order for… (Chúng tôi hân hạnh đặt đơn hàng cho sản phẩm …)

We look forward to receiving your offer for… (Chúng tôi mong nhận được đề nghị công ty về …)

Could you please confirm the prices for… (Ngài vui lòng xác nhận giá của …)

We are looking forward to your confirmation. (Chúng tôi mong nhận được xác nhận của công ty ngài)

#### 1.4.2.5. Kiểm tra lỗi chính tả

Khi viết một bức thư thương mại thì chính tả là điều vô cùng quan trọng. Nếu có thể, hãy sử dụng công cụ kiểm tra lỗi chính tả để chắc chắn rằng bạn không mắc lỗi này. Ví dụ như trang web này chẳng hạn:

<https://www.jspell.com/public-spell-checker.html>

Nếu bạn đang viết thư thương mại như một phần của bài kiểm tra thì hãy tránh các lỗi chính tả bằng cách thay thế các từ mà bạn cảm thấy không chắc chắn bằng một từ khác. Ví dụ, nếu bạn không cảm thấy tự tin khi sử dụng từ **occur**, bạn có thể dùng từ**happen**để thay thế.

Một điều rất có ích nữa, đặc biệt khi bạn đang viết thư giới thiệu hoặc bạn đang cố gây ấn tượng với người đọc, đó là xem người đọc sử dụng tiếng Anh – Anh hay Anh –Mỹ. Có rất nhiều từ viết khác nhau trong tiếng Anh-Anh và tiếng Anh-Mỹ, hãy tham khảo trang web dưới đây để thấy những sự khác biệt chính.

<https://en.oxforddictionaries.com/spelling/british-and-spelling>

#### 1.4.2.6. Kiểm tra lỗi ngữ pháp

Sai ngữ pháp là một vấn đề rất thường gặp trong các bài viết tiếng Anh nói chung và thư thương mại nói riêng. Không có cách nào khác là bạn phải học các quy tắc và thực hành càng nhiều càng tốt. Bạn có thể mua các sách ngữ pháp trên thị trường (English Grammar in use, How English works …) hoặc luyện tập thông qua trang web có bài tập online, hoặc cả hai, tùy thuộc vào việc bạn thấy cách nào phù hợp và thuận tiện cho bạn hơn.

Bạn có thể tham khảo các bài tập ngữ pháp online tại trang web sau:

<https://www.englisch-hilfen.de/en/exercises_list/alle_grammar.htm>

Một điều khác bạn có thể làm là nắm được điểm yếu ngữ pháp của mình là gì. Ví dụ, bạn có hay quên không thêm ***s***vào sau động từ ngôi thứ ba số ít ở thì hiện tại? Hay bạn có đang sử dụng ***the***một cách tùy tiện?

Và dưới đây là danh sách các lỗi ngữ pháp mà rất nhiều người thường mắc phải:

***Your vs. you’re***

Lỗi: ***Your****a valued customer and we’d like to apologize for the inconvenience we’ve caused you.*

Sửa: ***You’re****a valued customer and we’d like to apologize for the inconvenience we’ve caused you.*

Sửa: ***Your****interest is important to us.*

Giải thích: ***Your*** là tính từ sở hữu. ***You’re*** = You are.

***Its vs. it’s***

Lỗi: ***Its****important that we get a reply as soon as possible.*

Sửa: ***It’s****important that we get a reply as soon as possible.*

Sửa: *We did not receive the email and****its****attachment.*

Giải thích: ***Its*** là tính từ sở hữu. ***It’s***= It is.

**Danh từ sở hữu số nhiều**

Lỗi: *The****employee’s****lack of motivation stems from their low salaries.*

Sửa: *The****employees’****lack of motivation stems from their low salaries.*

Giải thích: Với danh từ số ít, chúng ta thêm ***‘s*** để diễn tả sự sở hữu. Với danh từ số nhiều kết thúc bằng đuôi ***s***, chúng ta chỉ thêm ***‘***

**Thì Hiện tại đơn vs Hiện tại tiếp diễn**

Lỗi: *I****am working****with kids and I love my job.*

Sửa: *I****work****with kids and I love my job.*

Sửa: *I****am working****with these kids while their teacher is on maternity leave.*

Giải thích: Chúng ta sử dụng thì Hiện tại đơn cho những hành động nói chung, có tính vĩnh viễn, chẳng hạn như công việc của một người nào đó. Chúng ta sử dụng thì Hiện tại tiếp diễn cho những hành động xảy ra tạm thời.

**Thì Hiện tại hoàn thành với thì Quá khứ**

Lỗi: *I****have read****your cover letter when you sent it.*

Sửa: *I****read****your cover letter when you sent it.*

Sửa: *I****have read****your cover letter and would like to follow up with you.*

Giải thích: Chúng ta sử dụng thì Hiện tại hoàn thành cho những hành động diễn ra trong quá khứ và kéo dài tới hiện tại. Chúng ta sử dụng thì Quá khứ cho những hành động xảy ra trong một thời điểm cụ thể ở quá khứ.

***Than vs. then***

Lỗi: *Our profits are lower****then****last year.*

Sửa: *Our profits are lower****than****last year.*

Sửa: *We analyzed your request and****then****we contacted you.*

Giải thích: Chúng ta sử dụng ***than***với dạng câu so sánh và ***then***khi muốn đề cập đến một việc gì đó xảy ra.

Trông có vẻ khó nhằn nhưng cũng đừng quá lo lắng. Ngữ pháp tiếng Anh tương đối phức tạp, và ngay cả người bản ngữ đôi lúc cũng cảm thấy lúng túng với các lỗi ngữ pháp. Để đảm bảo văn bản thương mại của bạn không mắc lỗi ngữ pháp, Apollo English gợi ý cho bạn một công cụ rất hiệu quả để kiểm tra lỗi <https://app.grammarly.com/> phần mềm này sẽ kiểm tra, làm nổi bật các lỗi và đưa ra gợi ý sửa lỗi giúp bạn.

#### 1.4.2.7. Kiểm tra lỗi dấu câu

Để tìm ra hết các lỗi chính tả, ngữ pháp, dấu câu v.v. trong cùng một lúc là điều không đơn giản. Vì vậy, hãy cố gắng đọc lại thư của bạn nhiều lần và chia các lần ra, mỗi lần tìm một loại lỗi. Dưới đây là một số lỗi về dấu câu mà nhiều người hay mắc phải:

**Quên dấu phẩy(,)**

Lỗi: *We tried emailing them but there was no reply.*

Sửa: *We tried emailing them****,****but there was no reply.*

Giải thích: Nếu bạn ko biết chắc chắn khi nào thì dùng dấu phẩy,thì hãy thử cách chia nhỏ câu văn của mình ra: ***We tried emailing them. There was no reply.***Như vậy dễ hiểu hơn phải không nào? Nếu như bạn vẫn chưa chắc chắn, thì hãy đọc câu đó lên. Thêm dấu phẩy vào những chỗ bạn ngừng lại.

**Sử dụng dấu chấm than và biểu tượng**

Lỗi: *I was extremely upset when I received a faulty product****!***

Sửa: *I was extremely upset when I received a faulty product.*

Giải thích: Dấu chấm than và biểu tượng chỉ hay sử dụng trong các văn bản mang tính thân mật, vì vậy bạn nên tránh sử dụng chúng trong những lá thư thương mại.

**Sử dụng quá nhiều hoặc ko có dấu cách**

Lỗi: *I haven’t applied for a job before , but I’ll give it a try now .  I’m not sure if I’m qualified,  though.*

Sửa: *I haven’t applied for a job before, but I’ll give it a try now. I’m not sure if I’m qualified, though.*

Giải thích: Khi đánh máy, chúng ta chỉ sử dụng một dấu cách sau dấu phẩy, dấu chấm và không có dấu cách ở trước

#### 1.4.2.8. Căn chỉnh thư

Hãy để phần căn chỉnh làm cuối cùng, bởi nó tốn ít thời gian hơn. Hầu hết thư tín thương mại sử dụng một cấu trúc cố định, được căn lề trái (left justified) và cách dòng đơn (single spaced). Bạn nên sử dụng cách dòng đôi giữa hai đoạn văn để dễ nhìn hơn. Phông chữ thông dụng nhất là Times New Roman 12, hoặc Arial

Tất cả chỉ có vậy thôi! Chỉ cần làm theo các bước trên, việc viết thư tín thương mại sẽ trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết.

Hãy nhớ rằng, dù bạn có biết người đọc thư hay không, thì việc tỏ ra thân thiện cũng đồng nghĩa với chuyên nghiệp.

### 1.4.3. Viết thư tín thương mại

#### 1.4.3.1. Xác định đối tượng nhận thư

Bức thư phải thể hiện được sự chuyên nghiệp cho dù đối tượng bạn hướng đến là ai. Nhưng bạn có thể điều chỉnh ngôn ngữ hoặc lựa chọn từ dựa vào đối tượng mà bạn muốn gửi thư. Nếu viết thư cho phòng nhân sự của doanh nghiệp khác, bạn có thể cần phải sử dụng ngôn ngữ trang trọng hơn. Nhưng nếu viết thư cho một khách hàng cụ thể, bạn có thể sử dụng ngôn ngữ không quá trang trọng hoặc thân mật hơn.

Việc xác định đối tượng cũng sẽ giúp bạn tránh gây bối rối cho người nhận thư. Tránh sử dụng thuật ngữ mà người đọc không hiểu. Chẳng hạn như, khách hàng có thể sẽ không biết các từ viết tắt được sử dụng trong dự án thám hiểm không gian của công ty bạn, do đó đừng sử dụng chúng trong khi viết thư.

Quy tắc đầu tiên trong viết thư thương mại là phải rõ ràng, súc tích và lịch sự.

#### 1.4.3.2. Xác định mục đích của bức thư ở ngay dòng đầu tiên

Xem xét mục đích của bức thư. Có phải mục đích của bức thư là thông báo cho khách hàng về vị trí mới của công ty ở nơi nào đó trong thành phố hay không? Hay bạn muốn nhắc nhở khách hàng về hóa đơn hoặc số dư chưa thanh toán? Hoặc trả lời khiếu nại của khách hàng? Luôn ghi nhớ mục đích của bạn, đề cập đến mục đích ở dòng đâu tiên để người đọc biết ngay lá thư về vấn đề gì. Đừng mơ hồ về mục đích viết thư. Không nói vòng vo.

Bắt đầu bằng từ "Tôi" nếu bạn muốn tuyên bố ý kiến của bạn với vai trò là chủ doanh nghiệp. Hoặc dùng "Chúng tôi" nếu bạn đang thay mặt cho cả công ty hoặc tổ chức.

Tập trung vào câu tuyên bố trực tiếp như: "Chúng tôi viết thư để thông báo cho ông/bà/anh/chị" hoặc "Chúng tôi viết thư yêu cầu". Bạn cũng có thể dùng từ "Tôi" nếu bạn viết thư với tư cách chủ sở hữu doanh nghiệp. Chẳng hạn như: "Tôi gửi thư cho anh /chị vì" hoặc "Gần đây tôi đã nghe về ... và muốn biết thêm về ..."

Ví dụ: bạn (chủ doanh nghiệp) viết cho Nina Brown về hóa đơn chưa thanh toán từ tháng trước. Bạn có thể mở đầu thư bằng: "Tôi gửi thư này vì quý khách có số dư chưa thanh toán vào tài khoản của mình từ tháng 3 năm 2015."

Hoặc nếu bạn là nhân viên của công ty và viết thư để phản hồi lại khiếu nại của khách hàng đối với dự án thám hiểm không gian sao Hỏa của công ty. Bắt đầu lá thư với: "Chúng tôi đã nhận được khiếu nại của bạn về dự án thám hiểm không gian của sao Hoả".

Bạn có thể viết thư để thông báo khách hàng đã giành chiến thắng trong cuộc thi, hoặc nhận được một suất trong chương trình sau đại học. Bạn có thể bắt đầu bằng cụm từ như: "Tôi vui mừng thông báo cho bạn ..." Hoặc "Chúng tôi rất vui mừng thông báo cho bạn ...".

Nếu bạn cung cấp tin xấu, bắt đầu bằng cụm từ như: "Chúng tôi rất tiếc phải thông báo cho ông/bà ...". Hoặc, "Sau khi xem xét kỹ lưỡng, tôi đã quyết định không ...".

#### 1.4.3.3. Dùng hình thức chủ động thay cho bị động

Đối với các bài diễn văn chung, chúng ta hay dùng bị động. Nhưng đối với dạng thư tín thương mai, thể bị động có thể khiến cho bài viết của bạn có vẻ mơ hồ hoặc khó hiểu. Dùng cách nói chủ động sẽ mang lại hiệu quả cao hơn nhiều nhờ nó thể hiện sự quyết đoán hơn.

Ví dụ cách nói bị động là: "Tôi có thể giải quyết những khiếu nại cụ thể nào cho anh/chị?" Chủ ngữ của câu này chính là khách hàng ("anh/chị"), xuất hiện ở cuối câu, chứ không phải là đầu câu.

Ví dụ về cách nói chủ động là: "Tôi có thể làm gì để giải quyết khiếu nại của anh/chị?" Cách nói này sẽ tạo ra cảm giác tích cực, rõ ràng và dễ hiểu hơn nhiều cho người đọc.

Việc sử dụng hình thức bị động có thể là cách hay để truyền đạt thông điệp của bạn mà không làm cho người đọc chú ý đến sai sót hoặc một điểm không tốt nào đó, nhưng bạn chỉ nên sử dụng hình thức bị động trong trường hợp này. Nhìn chung, hình thức chủ động mang lại hiệu quả cao hơn trong thư tin thương mại

#### 1.4.3.4. Nhấn mạnh đến sự kiện trước đó hoặc thông tin trước đó với người đọc, nếu có

Có thể bạn đã liên lạc với Nina Brown hồi tháng trước về việc nhắc nhở hóa đơn chưa thanh toán của cô ấy. Hoặc có lẽ khách hàng đã bày tỏ sự thất vọng của họ với dự án thám hiểm không gian tại cuộc hội nghị vào tháng trước. Nếu bạn đã liên lạc với người được gửi thư, hãy thể hiện điều này. Nó sẽ giúp nhắc nhở người đọc thư nhớ đến lần liên lạc trước đây của bạn và làm cho bức thư tín thương mại của bạn trở nên quan trọng và cấp thiết hơn.

Dùng cụm từ như: "Theo thư trước đây của tôi về hóa đơn chưa thanh toán của quý khách ..." hoặc "Cảm ơn quý khách đã thanh toán vào tháng 3". Hoặc "Thật hữu ích nhận được ý kiến chia sẻ của bạn về dự án thám hiểm tại hội nghị vào tháng 5. "

#### 1.4.3.5. Đưa ra yêu cầu hoặc đề nghị trợ giúp

Tạo cảm giác tích cực với người đọc thư bằng cách đưa ra yêu cầu lịch sự hoặc đề nghị trợ giúp dưới hình thức mối quan hệ công việc.

Cho biết rằng bạn là chủ doanh nghiệp và đang cố gắng nhắc nhở khách hàng thanh toán hóa đơn. Sử dụng cụm từ như: "Tôi sẽ đánh giá cao sự chú ý ngay lập tức của anh/chị về vấn đề hóa đơn chưa thanh toán của mình."

Cho biết rằng bạn đang viết thư thay cho công ty của bạn. Sử dụng cụm từ như: "Chúng tôi muốn sắp xếp cuộc gặp mặt trực tiếp với ông.bà và giám độc Bộ phận nhân lực của chúng tôi."

Bạn cũng nên đề xuất trả lời bất kỳ câu hỏi hoặc thắc mắc nào mà người đọc nếu có. Sử dụng cụm từ như: "Tôi rất sẵn lòng trả lời bất kỳ câu hỏi hoặc thắc mắc nào quý khách về hóa đơn" Hoặc "Anh/chị có muốn chúng tôi cung cấp thêm chi tiết về chương trình không?"

#### 1.4.3.6. Kết thúc thư

Hãy thêm lời kêu gọi hành động, về phía bạn, hoặc của người đọc. Đó có thể là yêu cầu thanh toán vào ngày nhất định, hoặc lưu ý về việc sắp xếp cuộc họp chính thức với người đọc.

Cuối thư viết thêm một câu về việc trao đổi thêm với người nhận thư trong tương lai. "Tôi mong được gặp ông/bà tại cuộc họp ngân sách vào tuần tới." Hoặc "Tôi mong muốn được thảo luận thêm với anh/chị trong chuyến thăm trụ sở chính của chúng tôi.”[[13]](https://www.wikihow.vn/Vi%E1%BA%BFt-Th%C6%B0-t%C3%ADn-th%C6%B0%C6%A1ng-m%E1%BA%A1i-cho-kh%C3%A1ch-h%C3%A0ng#_note-13)

Ghi chú về mọi tài liệu có gửi kèm với thư. Bổ sung thêm cụm từ như "Hãy tìm hóa đơn chưa thanh toán của quý khách trong tài liệu đính kèm" hoặc "Bạn sẽ tìm được bản sao của dự án thám hiểm không gian được đính kèm."

Kết thúc bức thư bằng lời chào. Dùng "Trân trọng" hoặc "Thân ái" đối với khách hàng hoặc đối tác.

Dùng lời chào "Trân trọng" đối với kiểu thư trang trọng gửi cho cá nhân mà bạn không hề biết là ai.

Chỉ dùng "Thân ái" hoặc "Chúc mọi điều tốt đẹp" nếu bạn biết rõ người bạn đang viết là ai hoặc có mối quan hệ dựa trên công việc.

#### 1.4.3.7. Đọc lại thư

Sự cẩn thận trong định dạng và cách viết sẽ là vô nghĩa nếu bức thư đầy lỗi chính tả!

Tìm câu viết ở hình thức bị động và cố gắng điều chỉnh để nó trở thành chủ động.

Chú ý bất kỳ câu nào quá dài hoặc không rõ ràng và trực tiếp. Trong thư tín thương mại, thường thì càng súc tích càng tốt, do đó bạn nên giảm độ dài của câu nếu có thể.

Khi in thư, bạn nên dùng giấy không có đường viền cỡ 8 x 11. Và khi gửi đi, hãy gấp thư lại thành ba phần và bỏ vào phong bì.

## 1.5. Cách trình bày một lá thư thương mại

Ngày nay, cách trình bày một bức thư tiếng Anh theo phong cách hiện đại khá đơn giản. Mặc dù lối viết thư của người Anh và người Mỹ có đôi chút khác biệt và mỗi người lại có một cách hành văn riêng nhưng các lá thư giao dịch bằng tiếng Anh vẫn tuân theo một số nguyên tắc trình bày nhất định.

### 1.5.1. Thông tin cá nhân của người viết

Địa chỉ người gửi được viết ở trên cùng và góc phải của [email](http://diendantienganh.com/bai-viet/5-buoc-viet-email-chuyen-nghiep-bang-tieng-Anh_3221.html). Thông tin người gửi theo thứ tự từ trên xuống dưới là: Họ tên người gửi/tên công ty, tên toà nhà (nếu có), tên đường, thành phố, mã vùng, tên quốc gia. Lưu ý tên riêng được dùng khi đó là giao dịch cá nhân hoặc khi bạn là trưởng một bộ phận nào đó trong công ty, nếu bạn là người đại diện viết thì nên dùng tên công ty.

### 1.5.2. Ngày tháng

Hãy cẩn thận khi viết ngày tháng trong bức thư. Người Anh sẽ viết ngày trước tháng sau (04/02/2000) còn người Mỹ lại viết tháng trước ngày sau (02/04/2000). Cách viết theo kiểu số này có thể gây nhầm lẫn. Vì thế, tốt hơn hết là bạn viết thứ ngày tháng đầy đủ (4 February 2000 hoặc February 2nd, 2000). Cách viết này không chỉ tránh nhầm lẫn mà còn lich sự hơn cách chỉ dùng số.

### 1.5.3. Tên và địa chỉ người nhận

Cách trình bày tên, chức danh, tên công ty, và địa chỉ giao dịch của đối tác (người nhận) giống như cách bạn trình bầy tên công ty của bạn và các thông tin liên quan ở đầu thư. Chỉ có một điểm khác là những thông tin về người nhận được đặt ở bên trái thư hay vì bên phải hay chính giữa.

### 1.5.4. Mã thư bạn hồi âm

Vì số lượng thư giao dich trong ngày rất nhiều nên các bức thư thương mại thường có mã số riêng. Khi bạn viết trả lời, đừng quên ghi mã số bức thư bạn muốn hồi đáp (Your ref: 01234). Nếu muốn hãy ghi mã số thư của bạn trong trường hợp người nhận muốn hồi đáp lại cho bạn (My ref: 56789 hay Our ref: 56789).

### 1.5.5. Cách xưng hô đầu thư

Một bức thư tiếng Anh thường bắt đầu bằng "Dear..." nếu bạn không quen người nhận.

Ví dụ:

* Dear Mr. Smith
* Dear Mrs. Smith
* Dear Miss Smith
* Dear Ms. Smith
* Dear Sir
* Dear Madam
* Dear Sirs
* Dear Gentlemen

### 1.5.6. Tiêu đề

Tiêu đề bức thư sẽ rất hữu ích nhưng không phải là phần bắt buộc phải có trong thư.

### 1.5.7. Nội dung

Nội dung bức thư sẽ được trình bày thành khối với những đoạn văn mạch lạc, rõ ràng trình bày thông tin mà bạn muốn chuyển tới người đọc. Đầu dòng sẽ bắt đầu từ lề trái, không thụt vào như cách viết thư trước đây.

### 1.5.8. Cuối thư

Cuối thư giao dịch với những người bạn không quen, người Anh thường dùng những cụm như:

* Yours sincerely
* Yours faithfully
* Yours truly

### 1.5.9. Chữ ký

Bạn nên ký bằng mực đen hoặc mực xanh, tốt nhất là dùng bút mực.

### 1.5.10. Tên họ đầy đủ của người viết

Bạn nên viết tên họ đầy đủ của mình vào ngay dưới chữ ký.

Ví dụ:

* Nguyen Van A
* Le Thuy B

### 1.5.11. Chức danh của người viết

Chức danh của người viết trong thư giao dịch thương mại thưòng được viết ngay dưới tên họ đầy đủ của người đó.

### 1.5.12. Ghi chú tài liệu gửi kèm

Trong trường hợp có tài liệu gửi kèm theo thư, bạn có thể viết cuối thư ghi chú về số lượng tài liệu gửi kèm.

Ví dụ: Enc: 2

Trên đây là cấu trúc chuẩn của một lá thư thương mại viết bằng tiếng Anh. Hy vọng bài viết này sẽ giúp ích cho các bạn đang học tập và làm việc trong lĩnh vực kinh doanh hoặc những người thường xuyên phải làm việc với thư tín.

# CHƯƠNG 2 CÁC LOẠI HÌNH THƯ TÍN THƯƠNG MẠI

**Giới thiệu:**

Phương thức thanh toán tín dụng chứng từ đã được lựa chọn nhiều nhất làm phương thức thanh toán. Tuy nhiên, để phù hợp với từng tình huống hoàn cảnh cụ thể nảy sinh giữa các bên trong quá trình thanh toán do đặc thù tập quán các nước, do điều kiện và mối quan hệ hợp tác khác nhau, theo quy ước có nhiều loại thư tín dụng khác nhau để chúng ta có thể lựa chọn loại thư tín dụng phù hợp nhất với từng yêu cầu thanh toán cụ thể.

**Mục tiêu:**

**-** Giới thiệu các loại hình thư tín thương mại được sử dụng trong các giao dịch thương mại;

**-** Nắm được cách thức trình bày và văn phong từng loại hình thư tín thương mại.

**Nội dung**

## 2.1. Thư chào hàng đặt quan hệ giao dịch

**Chào hàng là lời đề nghị ký kết hợp đồng xuất phát từ phía người bán. Khác với hỏi hàng chỉ là đề nghị thiết lập quan hệ mua bán. Dưới đây là mẫu thư chào hàng và các mẫu câu trong thư chào hàng.**

Cách viết thư ngỏ chào hàng không phải ai cũng biết cách viết và viết dễ dàng. Và những mẫu thư ngỏ chào hàng áp dụng cho từng tình huống khác nhau. Để đạt hiệu quả trong kinh doanh đặc biệt là trong lĩnh vực internet marketing.

Viết thư ngỏ chào hàng luôn là vấn đề mà những người làm kinh doanh thường gặp khó khăn. Những câu từ, những điểm nhấn hay cách để khách hàng cảm thấy hấp dẫn khi đọc nội dung bài viết của bạn là cả một nghệ thuật. Để giúp các bạn có được cái nhìn tổng quan và thực hiện được thư ngỏ chào hàng của mình [***Chốt Sale***](https://chotsale.com.vn/)đã tổng hợp các mẫu thư ngỏ chào hàng hay nhất theo từng ngành hàng với hy vọng sẽ giúp các bạn viết thư chào hàng dễ dàng hơn.

###  2.1.1. Những lưu ý khi viết thư chào hàng

#### 2.1.1.1. Văn phong ngắn gọn và nội dung được phân bổ hợp lý

Hãy chia thư ngỏ ra thành nhiều đoạn, mỗi đoạn không nên dài hơn năm câu và chia nội dung rõ ràng từng đoạn. Nên tập trung vào ý chính và trình bày sao cho dễ đọc và dễ hiểu.

Ngay tiêu đề đầu tiên, hãy đề cập ngay đến lợi ích của sản phẩm, dịch vụ một cách ngắn gọn, súc tích và lịch thiệp. Một tiêu đề chỉ nên gói gọn trong phạm vi 17 từ nếu bạn thật sự muốn nó phát huy hiệu quả cao nhất.

#### 2.1.1.2. Chú trọng vào khách hàng

Tâm lý chung, mọi khách hàng đều muốn biết họ sẽ được gì khi sử dụng sản phẩm của bạn? Hay nói cách khác là khách hàng không quan tâm nhiều đến công ty cũng như sản phẩm, dịch vụ của bạn, điều họ quan tâm là những lợi ích mà họ sẽ nhận được  thôi. Do đó, khi viết thư để giới thiệu về sản phẩm dịch vụ, hãy tập trung vào các từ ngữ như “ông, bà, anh, chị, bạn…” thay vì nói “chúng tôi, tôi…”. Hãy nhớ rằng khách hàng là người sẽ mua hàng chứ không phải là bạn vì vậy hãy luôn đặt mình vào khách hàng..

Một điều quan trọng nữa mà bạn cần biết là hãy nghiên cứu kỹ  thị trường mục tiêu để nắm bắt được tâm lý tiêu dùng của khách hàng, biết được lý do làm cho khách hàng chịu mở hầu bao để mua hàng.

Khách hàng chỉ muốn biết 1 điều duy nhất: họ được gì khi sử dụng sản phẩm của bạn, đó là quy luật tâm lý. Nói thẳng ra, họ chẳng để ý gì đến công ty lẫn sản phẩm của bạn cả, họ chỉ muốn biết đến những cái lợi mà họ sẽ nhận được mà thôi. Vì vậy, khi viết thư chào hàng, hãy sử dụng nhiều và trực tiếp những đại từ “bạn, anh, ông, bà …” thay vì “tôi, chúng tôi”. Hãy nhớ là bạn đang bán hàng cho khách chứ không phải bán cho chính mình.

Tương tự, hãy nghiên cứu thị trường mục tiêu để biết được tâm lý mua hàng của họ, biết được điều gì khiến khách hàng của mình nhanh chóng móc ví chi tiền.

#### 2.1.1.3. Tạo được sự chú ý ngay tức thì

Bạn chỉ có vài giây để làm cho khách hàng để tâm đến sản phẩm đang được chào bán. Vì thế hãy tận dụng cơ hội đó và “nói” thế nào để giành được sự chú ý của khách hàng ngay tức thì.

Đề cập đến lợi ích của sản phẩm ngay ở headline đầu tiên một cách ngắn gọn, duyên dáng và trực tiếp. Một headline chỉ nên chứa không quá 17 từ, nếu không nó sẽ không thể phát huy hiệu quả.

Thời gian để khách hàng quan tâm đến sản phẩm, dịch vụ được chào bán không nhiều. Do đó, bạn hãy tranh thủ thời khắc ngắn ngủi đó và làm thế nào để thu hút được sự chú ý lập tức của họ.

Ngay tiêu đề đầu tiên, hãy đề cập ngay đến lợi ích của sản phẩm, dịch vụ một cách ngắn gọn, súc tích và lịch thiệp. Một tiêu đề chỉ nên gói gọn trong phạm vi 17 từ nếu bạn thật sự muốn nó phát huy hiệu quả cao nhất.

#### 2.1.1.4. Thêm phụ đề

Phụ đề giúp cho một lá thư chào hàng dễ đọc và có vẻ bớt dài dòng hơn đồng thời nhấn mạnh thêm những lợi ích của sản phẩm mà bạn đang chào bán. Cứ 3-4 đoạn hãy thêm 1 phần phụ đề nhằm củng cố và tóm tắt lại nội dung chính.

#### 2.1.1.5. Câu cú ngắn gọn và phải được phân đoạn tốt

Hãy viết những câu ngắn và chia thành nhiều đoạn, mỗi đoạn chỉ nên có từ 4 đến 5 câu và tập trung vào ý chính nhằm giúp người đọc dễ đọc, dễ hiểu và dễ tiếp thu hơn.

#### 2.1.1.6. Có những “bằng chứng” thuyết phục

Những “chứng thực” này sẽ là một công cụ rất hữu ích. Về tâm lý, khách hàng thường bị ảnh hưởng bởi ý kiến của người khác, đặc biệt là ý kiến của những chuyên gia tiếng tăm. Tiếng nói của họ sẽ là bằng chứng thuyết phục khách hàng tin tưởng hơn vào sản phẩm củ bạn.Các giải thưởng, bằng khen, chứng nhận … chẳng hạn như chứng nhận “hàng Việt nam chất lượng cao” hay các tiêu chuẩn như ISO … cũng được xem là những “bằng chứng” rất thuyết phục. Hãy biết cách sử dụng công cụ này một cách khéo léo, hiệu quả và trung thực.

Đây là những “chứng thực” hoàn toàn có lợi cho bạn. Tâm lý chung là phần đông người tiêu dùng thường bị ảnh hưởng bởi những người khác, nhất lý ý kiến của những chuyên gia có tên tuổi. Tiếng nói của họ sẽ dễ dàng thuyết phục khách hàng tin tưởng hơn vào sản phẩm, dịch vụ của bạn.

Đặc biệt, các giải thưởng, giấy khen hay giấy chứng nhận chất lượng… sẽ dễ dàng tạo dựng được niềm tin hơn từ khách hàng. Đừng bỏ qua ưu điểm của những cộng cụ này nếu bạn đang có nó và hãy sử dụng nó một cách khôn ngoan và trung thực.

#### 2.1.1.7. Nên sử dụng các gạch đầu dòng

Hãy sử dụng thật nhiều công cụ này trong bản thảo của bạn. Mọi người thường rất thích đọc những tài liệu được trình bày kiểu gạch đầu dòng vì nó cho cảm giác ngắn gọn, cô đọng, đỡ tốn thời gian. Do đó, hãy liệt kê những lợi ích và điểm mạnh của bạn dưới dạng các gạch đầu dòng để thêm hiệu quả tác động.

#### 2.1.1.8. Đừng dùng những từ ngữ mang nghĩa phủ định

Hạn chế đến mức thấp nhất việc dùng những từ ngữ mang nghĩa phủ định bằng cách chuyển chúng sang nghĩa khẳng định. Đừng sử dụng những từ như “phức tạp”, “sai lầm”, mà hãy viết thường xuyên những từ kiểu như “dễ dàng”, “ chắc chắn”. Những tính từ mang nghĩa phủ nhận hoặc tiêu cực sẽ làm thiệt hại lớn đến kết quả công việc, bởi chúng dễ tạo ra những cảm giác tiêu cực nơi người tiếp nhận.

#### 2.1.1.9. Mời chào hấp dẫn

Một lời mời chào hấp dẫn đóng góp 25% thành công của thư chào hàng, song nó rất thường hay bị bỏ quên. Hãy tưởng tượng bạn đang chào bán một sản phẩm nào đó với thật nhiều quà tặng hấp dẫn cho khách hàng. Làm thế nào để chào hàng của bạn càng tạo được ấn tượng và quan tâm ? Hãy khuếch đại giá trị của những món quà khuyến mại kèm theo. Bạn cũng có thể dùng cả thủ thuật này cố gắng tạo cho khách hàng cảm giác rằng giá trị của các quà tặng còn lớn hơn giá trị của sản phẩm đang chào bán. Thật sự là có những người mua sản phẩm chỉ vì những quà tặng đi kèm mà thôi. (có bà nội trợ mua 1 lần 7kg bột nêm Knor để có được 1 bộ 7 chiếc tô thuỷ tinh trong suốt.)

#### 2.1.1.10. Yêu cầu đặt hàng

Thật là thiếu sót khi bạn đã nói về sản phẩm, lợi ích, hướng dẫn sử dụng cũng như mọi thứ thông tin liên quan khác nhưng cuối cùng lại không mời gọi người ta đặt hàng.

Đối với thương mại điện tử cũng vậy, đừng bao giờ để khách hàng thoát ra khỏi website của bạn mà không chi tiền để đặt mua món gì đó. Tạo một đường link kiểu như “hãy click vào đây để đặt hàng”. Hãy hướng dẫn một cách thật rõ ràng, tỉ mỉ và dễ hiểu.Bạn cần phải nói cho khách hàng biết họ phải làm gì tiếp theo để có thể mua hàng của bạn một cách dễ dàng tiện lợi nhất.

#### 2.1.1.11. Tái bút

Dành ít nhất 2 dòng cho tái bút bởi đây là phần khách hàng thường đọc nhiều nhất ngoài headline. Đừng quên viết phần này nếu bạn không muốn bỏ qua những cơ hội tốt để có được những khách hàng tiềm năng.

Có thể nội dung tái bút là (1) nhắc lại và củng cố headline (2) tóm tắt nội dung bạn vừa viết. Tóm lại, chỉ cần nhớ rằng bạn không nên bỏ qua phần tái bút.

#### 2.1.1.12. Tiêu đề email đã đủ sức lôi cuốn?

Một yếu tố khác “giết chết” cơ hội bán hàng của bạn chính là không đưa ra bất kỳ một sự gợi ý nào về nội dung của email ngay trên dòng tiêu đề.
Hành động thường có của một cá nhân đối diện với hàng tá email trong hộp thư điện tử, cùng với sự hạn chế về thời gian và lòng kiên nhẫn, chính là xóa bỏ mọi thứ không nằm trong tầm quan tâm của họ. Thật sai lầm khi cho rằng người đọc sẵn sàng mở đọc các thư điện tử mà chẳng cần biết trước nó chứa đựng nội dung gì.

### 2.1.2. Mẫu thư ngỏ chào hàng bằng tiếng việt

**Mẫu 1: Ngành thực phẩm**

**Kính gửi:** QUÝ CÔNG TY

CÔNG TY CỔ PHẦN TRÀ BẮC xin gửi lời chào trân trọng đến Quý Công Ty

Công ty Cổ Phần Trà Bắc là một trong những doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm từ trái dừa lớn nhất và uy tín nhất tại Việt Nam với quy mô 4 nhà máy sản xuất, tổng diện tích sử dụng trên 92.000 m2, lực lượng lao động trên 250 người. Sau hơn 15 năm kinh nghiệm hoạt động, công ty đã không ngừng khẳng định vị thế thương hiệu trên thị trường và niềm tin đối với khách hàng. Hiện nay sản phẩm của công ty đã được xuất khẩu sang hơn 30 quốc gia và vùng lãnh thổ, cùng với hệ thống phân phối rộng khắp trong cả nước. Từ năm 2001 đến nay, công ty liên tục được Bộ Công Thương quyết định công nhận danh hiệu xuất khẩu uy tín của Việt Nam, năm 2011 công ty chúng tôi vinh dự được chủ tịch nước trao tặng huân chương lao động hàng ba.

Nay công ty chúng tôi chân trọng gửi đến quý công ty thư ngỏ này với mong muốn quý công ty có thêm sự lựa chọn và chúng tôi có thêm khách hàng thân thiết mới:

Các sản phẩm của công ty :

Than hoạt tính dùng trong công nghiệp xử lí nước, lọc khí, khử mùi.

Cơm dừa sấy khô dùng trong công nghiệp chế biến thực phẩm.

Thảm xơ dừa.

Mùn dừa (đất sạch).

Hộp khử mùi tủ lạnh.

Với nền tảng vững chắc trên, mới đây chúng vừa đưa ra một sản phẩm mới là than hoạt tính tẩy màu dùng trong công nghệ thực phẩm như: mía đường, dầu ăn,….

Với thời gian và hình thức thanh toán linh hoạt, đáp ứng nhanh. Đặc biệt giá cả hồn hảo nhất và có tính cạnh tranh cao trên thị trường.

Quý công ty có nhu cầu hợp tác hoặc muốn biết thêm chi tiết về sản phẩm, xin vui lòng liên hệ với công ty chúng tôi qua Website: \*\*\*\*\*\*\*\*\*.vn hoặc liên hệ trực tiếp. Rất mong được hợp tác và phục vụ.

Chân thành cảm ơn Quý Công Ty đã quan tâm đến thư ngỏ này!

\*Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng liên hệ:

Phòng kinh doanh (tại TP.HCM) Phòng kinh doanh (tại TP.Trà Vinh)

Tô Kim Phi Long: 0977 xxx 523 Nguyễn Văn Di : 0918 xxx 080

Email: xxxxxx@vnn.vn Email: xxxxxx@vnn.vn

Fax : ( 08)37552320 Tel: (074) 3852561 Fax: (074) 3854857

**Mẫu 2: Ngành điện tử, điện lạnh**

Thư Ngỏ Chào Hàng

Lời đầu tiên xin gửi tới tất cả Quý công ty lời chúc sức khỏe và thành công.

Công Ty TNHH SX – TM –DV THUẬN PHÁT ĐẠT là doanh nghiệp chuyên sản xuất, kinh doanh các sản phẩm điện, điện tử, điện lạnh, nhựa công nghiệp, nhựa kỹ thuật cao, nhựa gia dụng…Đặc biệt là thiết kế và chế tạo khuôn mẫu ngành nhựa.

Nay công ty chúng tôi trân trọng gửi đến Quý công ty thư ngỏ này với mong muốn Quý công ty có thêm sự lựa chọn và chúng tôi có thêm khách hàng thân thiết mới.

Nhằm hướng tới phục vụ cho nhu cầu của khách hàng, hiện công ty chúng tôi đã trạng bị đầy đủ các loại máy ép từ 80 tấn đến 450 tấn. Với đội ngũ các bộ CNV có trình độ tay nghề cao với nhiều năm kinh nghiệm trong ngành ép nhựa. Vậy nên chúng tôi cam kết sẽ cung cấp những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất, chất lượng nhất đến Quý công ty với phương châm “Đáp ứng sự kỳ vọng của khách hàng là sự thành công của chúng tôi ”

Thời gian và hình thức thanh toán linh hoạt, đáp ứng nhanh, đặc biệt giá cả hoàn hảo nhất mang tính cạnh tranh cao trên thị trường là một trong số các yếu tố tạo nên uy tính của chúng tôi.

Khách hàng thường xuyên của chúng tôi:

- Ngành Dược : Công Ty TNHH MTV Pharma U.S.A.

- Ngành Điện tử , Điện lạnh : Công Ty TNHH Điện Máy Haier VN (Sanyo VN ), Công Ty Điện tử Điện lạnh Darling.

- Ngành gia dụng : Công Ty Noch Asia, Công Ty Sam Linh.

Với thế mạnh về chất lượng và uy tính trên thị trường ép nhựa, Thuận Phát Đạt tự tin sẽ mang đến sự hài lòng nhất cho khách hàng khi đến với chúng tôi.

Khi Quý công ty có nhu cầu hợp tác cùng chúng tôi xin vui lòng liên hệ :

Website: ...

Tel : (08) 3724\*\*\*\*\*\*

Hand Phone: 0916.\*\*\*\*\*\*

Chân thành cảm ơn đến Quý công ty đã quan tâm tới thư ngỏ này !

Trân trọng kính chào !

**Mẫu 3: Thư ngỏ ngành dịch vụ**

Kính gửi: Qúy Khách Hàng

Lời đầu tiên, CÔNG TY CP TÍCH HỢP DỊCH VỤ SỐ xin gửi lời chào trân trọng đến quý công ty. Theo như chúng tôi được biết, quý công ty hiện nay website đang hoạt động không tốt:

- Nội dung cập nhật lần mới nhất từ năm 2013

- Hình ảnh đưa lên website mờ và xấu

- Nội dung không được chỉnh sửa và chắp vá

- Website không lột tả được tầm vóc và vị thế của doanh nghiệp

Với thống kê của Alexa chúng tôi biết hàng ngày website của công ty có 350 người truy cập, đây là một số lượng lớn người vào và với một website không được tốt như hiện nay sẽ làm ảnh hưởng đến uy tín của quý công ty trong mắt khách hàng

. Chúng tôi xin phép được giới thiệu dịch vụ “ Chăm sóc website “ tới quý khách hàng. Chỉ từ 500.000 VNĐ/ tháng quý khách sẽ được:

- 01 nhân viên chăm sóc website 24/24

- 01 thiết kế phụ trách hình ảnh của doanh nghiệp

- Cập nhật 10 tin tức mới liên quan đến ngành nghề của công ty hàng ngày

- Khi doanh nghiệp có tin tức mới chúng tôi sẽ viết lại, chỉnh sửa hình ảnh và đưa tin bài trình bày đẹp mắt lên website. …Và còn nhiều lợi ích khác khi quý khách tham gia dịch vụ “ Chăm sóc website “ của chúng tôi.

Nếu quý khách cần hỏi thêm thông tin xin vui lòng gọi

Hotline: 0919321885 để được tư vấn chi tiết.

Cám ơn quý khách đã dành thời gian đọc email!

Nếu email này làm phiền, xin hãy báo lại chúng tôi để chúng tôi xin lỗi và rút email của quý khách khỏi danh sách Email của chúng tôi.

Thân

Phòng Marketing online Công ty CP Tích hợp Dịch vụ số

http://dichvuso.vn – ĐT: 04 62\*\*\*\*\*\*

### 2.1.3. Mẫu thư ngỏ chào hàng bằng tiếng anh

**Mẫu thư chào hàng số 1**

Dear sirs

Re: rush mats

We would like to thank you for your letter of 25 June and we were pleased to learn that you liked our rush mats. We are happy to offer you the goods on the following terms and conditions, subject to our final acceptance upon receipt of your order.

**Commodity**: fancy rush mats

**Quantity**: 5000 pieces

**Specification:** as per enclosed specifications

**Price:** GBP 1 per unit CIF Hamburg including packing

**Packing:** 20 pieces in one bale wrapped in strong rush-matting and steel hooped.

**Delivery:** in one lot in mid August

**Payment**: in Pound sterling of Great Britain by an irrevocable letter of credit to be opened through London Commercial Bank, 15 days prior to the shipment to the account of the Bank for Foreign Trade of Vietnam in our favour.

We look forward to your early order and assure you that any of yours orders will have our best attention.

Yours faithfully

Vu Nga

**Mẫu thư chào hàng số 2**

Dear sirs,

Thank you for your enquiry of 4 December for our rattan ware.

We would like to inform you that the items you requested namely shopping baskets and fruit plates are out of stock. However, we are able to offer you similar products made of carefully selected bamboos. As you will see from the enclosed photo of the samples, the items marked VH3320 and VH3312 are much more attractive in design than usual existing ones.

Our products are available in various standard sizes with different designs and we are in position to deliver the goods in different sizes, designs and colors with three months from receipt of the order on request.

Our bamboo products are more and more beautiful and attractive thanks to the technical process which make them durable and artistic. We therefore, believe that the offered goods will be favorably received by British customers and sell well there.

We assure you that any of your orders will have our great attention.

Yours faithfully

Vu Nga

**Mẫu câu trong thư chào hàng**

* We acknowledged with thanks for your enquiry of 1 December for our Laocai apatite (Hoang Thach cement, kitchen ware, rattan chairs, range of woolen carpets...)
* With reference of your enquiry date 20 October boxed peanuts and pineapples. We are pleased to offer you these three items on most favorable terms and conditions.
* It is our pleasure to receive your letter dated 14 December asking for supply of anise and pine oil, and as requested, we have sent you the samples by post.
* We thank you for your enquiry of October for vase line and are please to offer firm, subject to acceptance within 10 days for 1000 tons at the price of ....per ton CIF...
* We would like to buy ten pumps type X30 and ten pumps type X-25. Could you let us know if you allow a 5% discount for order of this quantity?
* We regret to inform you that we cannot allow discount on such a small order. If you increase your volume up to 30 units, we are prepared to give you a 2.5% discount.
* Delivery is to be made as soon as possible but no later than 1 December.
* We shall try our best to deliver the goods by the middle of November or at the latest by the end of that month.
* With regard to the terms of payment, payment is to be made by irrevocable letter of credit.
* The letter of credit shall be opened through the Bank for Foreign Trade of Vietnam 15 days prior to the shipment to the account of Northern Europe Commercial bank in your favour.
* We would appreciate if you could dispatch half the quantity we ordered and the rest will be sent in 2 weeks' time.
* We regret to inform you that our inability to give you an immediate order/shipment of hand bag at present.
* We will allow you a discount of 5% on orders of quantities of 150000 pieces or more.
* We shall be glad to serve/ to be of service you and hope to receive your further orders.

## 2.2. Thư hỏi hàng và trả lời thư hỏi hàng

Trong nghiệp vụ xuất nhập khẩu, việc tìm kiếm nhà cung cấp mới hay việc hỏi hàng là chuyện bình thường và thường xuyên diễn ra. Vậy làm thế nào để [viết một thư hỏi hàng chuyên nghiệp](http://dathangtrungquoc.com.vn/cac-viet-thu-hoi-hang-88420.html) đầy đủ thông tin và thể hiện được thiện chí của mình đối với hàng hóa của nhà cung cấp và nhà cung cấp sẽ rất vui vẻ trả lời nhưng câu hỏi của bạn đối với hàng hóa của họ?

### 2.2.1. ****Thư hỏi hàng là gì?****

**Thư hỏi hàng** là lời đề nghị giao dịch hay nói cách khác là đề nghị thiết lập quan hệ mua bán xuất phát từ phía người mua (có thể là nhà cung cấp mới hoặc nhà cung cấp lâu năm). Đây là việc người mua đề nghị người bán báo cho mình biết giá cả và các điều kiện để mua hàng. Tuy nhiên, trong qua trình trao đổi, người mua có thể đưa ra nhưng yêu cầu  hay điều kiện của mình đối với hàng hóa để hai bên thỏa thuận và đi đến quyết định cuối cùng.

### 2.2.2. ****Các yêu cầu khi viết thư hỏi hàng****

  - Thư yêu cầu hỏi hàng cần ngắn gọn, rõ rang, tập trung trực tiếp vào các thông tin chính cần hỏi

    - Lưu ý đặt tên công ty lên đầu thư (hoặc tiêu đề thư in sẵn của công ty bạn)

    - Cần ghi rõ địa chỉ công ty mà bạn muốn gửi thư tới

   - Ngày tháng năm (nên ghi lệch về bên phải)

### 2.2.3. ****Các nội dung cần có trong một bức thư hỏi hàng****

Trong nội dung bạn cần thông báo cho chủ hàng biết bạn đang cần loại hàng gì, yêu cầu chủ hàng gửi Catalog, mẫu hàng… đồng thời cho biết giá cả, chất lượng hàng hóa, số lượng yêu cầu cung cấp, thời gian giao hàng, điều kiện thanh toán và các điều kiện cần thiết khác,…

**Phần nội dung thường có 3 phần chính như sau:**

 - Giới thiệu (Introduction):

 - Tiêu đề mail

 - Tên bạn, tên công ty (các thông tin có lợi cho công ty) để tăng độ tin cậy đối với người bán

- Yêu cầu (Request):

- Cần mặt hàng gì, số lượng hàng, chất lượng hàng,

- Giá yêu cầu, điều kiện giao hàng hay điều kiện thanh toán

- Cảm ơn (Thank and reply):

- Thể hiện thiện chí của bản thân

- Mong thời gian trả lời (mong bên kia trả lời nhanh do cần gấp)

### 2.2.4. Văn phong chung

Lời văn cần phải khéo léo và nhả nhặn, đặc biệt là khi bạn đang viết thư cho một công ty mà bạn chưa từng giao dịch trước đây.

Thư hỏi hàng cần phải rỏ ràng, tránh gây hiểu nhầm. Cần diễn tả rỏ loại hàng, chất lượng và số lượng của hàng mà bạn cần. Tốt hơn bạn nên gửi hàng mẫu hoặc yêu cầu hàng mẫu từ nhà cung cấp để hai bên hiểu về hàng một cách chính xác hơn.

Bất cứ yêu cầu đặc biệt từ bạn – người mua, cần phải chú ý tới việc đóng gói và vận chuyển và phải được đề cập rỏ ràng. Dĩ nhiên, chi phí phát sinh cho việc đóng gói đặc biệt đó đã phải chiệu cho người mua.

Trong thư hỏi hàng cũng cần thể hiện sự hấp dẫn, sự hứa hẹn.

E.g: If the goods conform to the requirements, we will place further bigger orders.

Những phương sách cần phải tuân theo:

- Ngắn gọn, rõ ràng.

- Hợp lý.

Không được nhắc về giá giới hạn mà bạn có thể mua. Vì người bán có thể đôn giá trong báo giá bằng giá cao nhất

Hầu hết nhà cung cấp sẽ nêu điều khoản thanh toán trong mail trả lời, vì vậy hạn không cần phải hỏi về điều này, trừ khi bạn đang tìm kiếm một mức giá đặc biệt hoặc cần sự nhượng bộ từ nhà cung cấp.

### 2.2.5. Cách hành văn

Một thư hỏi hàng thông thường thường có những phần sau

#### 2.2.5.1. Mở bài

**Nói về lý do bạn biết tới nhà cung cấp hoặc sản phẩm của họ:**

Bạn có thể tham khảm một số cách viết như sau và chú ý đến những từ được gạch dưới

We are interested in the pure wool Gabardines you advertised in “The Economist” of last week’s issue. (muốn mua…)

We learnt from the Comercial Section of the Indonesian Embassy in Hanoi that you are producing rattan wares for export. (được biết từ…)

We were advised by Mr. J. Jone of …. (TCCI) that you are producing export hand-made shoes and bags in pure leather and other natural materials. (được thông báo bởi…)

We were impressed by the selection of gardening tools that were displayedon your stand at this year’s Gardening Exhibition held in Hamburg. (ấn tượng bởi…)

I am replying to your advertisement in the June edition of “Tailor” (đang trả lời từ…)

We are indebted to the British Embassy in Hanoi for your company and know that you you can supply us with metal fitting. (biết ơn từ….)

We are indebted for your name and address to the Vietnam Chamber of Commerceand Industry (VCCI), who have informed us that you are a sole exporter of paraffin wax. (biết ơn cho…)

The name of your firm was given to us by Messrs John Hopkins and Sons Ltd., London, who have been regular buyers (purchasers/customers) of your products for some years. We asked them if they knew of a manufacturer/producer who would be able to supply without delay (immediately) the goods specified on the enclosed list. (được cung cấp từ…)

We would like to say to you frankly (frankly: nói thẳng vào vấn đề) that our usual supplier has rather let us down these months on delivery dates, qualities and quantities, and we are in danger of getting ito deficiency with some of our contracts. Mr James Taylor, one of your regular customers, kindly advised us that you can meet our requirement in quality and quantity. (sẵn lòng góp ý về…)

We are given your name by the Vietnam-Japan Association in Nagoya. (được cho thông tin bỡi…)

You were recommended to us by Mr. J, Wood, the Britsh Genneral Consul in Ho Chi Minh City (được giới thiệu…)

The British Embassy in Hanoi informed us that you are looking for an agent in DaNang to represent your interests in central Vietnam. (cho chúng tôi biết…)

We have been informed by McDouglas & Hunter, with whom we have had business relations for quite a long time, that you capable of disigning and manufacturing a production chain for noodle. (được thông báo bởi…)

**Nói cho nhà cung cấp về công ty của bạn:**

Bạn nên giới thiệu công ty của bạn trong trường hợp đây là lần đầu tiên bạn tiếp xúc với nhà cung cấp. Bạn tham khảo các mẫu câu sau:

We would like to take this opportunity of introducing ourselves as one of the leading importers of the commodities here in Vietnam. (một trong những nhà nhập khẩu hàng đầu tại Việt Nam)

We would like to take the oportunity of inintroducing ourselves as one of the country’s prominent companies dealing in all kinds of commodities.

We are a regular buyer of paraffin wax and we are looking for a supplier of this material

We are a co-operative wholesale society based in Ho Chi Minh City.

We are a subsidiary of Matsushita Electronics Corporation which specializes in the making of semi-conductors.

We are one of the leading producers of chemicals in the region and are now looking for new business partners in Vietnam.

We introduce ourselves as one of the leading Indian firms in the trade of chemicals and flavouring essences. At present, we are in the market for some raw materials, natural essential oils (especially, linseed oil, solvents, aromatic chemicals, etc.)

#### 2.2.5.2. Thân bài

**Hỏi thông tin chất liệu, hàng mẫu, khuôn mẫu.**

Bạn muốn thấy chất liệu hoặc sản phẩm trước khi đặt hàng, Hầu hết nhà cung cấp đều sẵn lòng cung cấp hàng mẫu để bạn có thể lựa chọn dễ dàng hơn. Tuy nhiên, một vài trường hợp hàng mẫu quá lớn hoặc quá phức tạp thì bạn phải đến showroom để xem hoặc người bán cử người đại diện giới thiệu rõ hơn về sản phẩm. Bạn xem một số ví dụ thực tế trong việc yêu cầu xem hàng mẫu

Please could you send me a leaflet (prochure...) of this electronic apparatus and tell me how much it wuold cost.

Please sent me your illustrated catalogue with the price list and state your payment conditions for prompt delivery.

Please give us by return your lowest quotation for “Suomi 205” electric heater for delivery within four weeks from receipt of order.

**Đề nghị những điều khoản, phương thức thanh toán, giảm giá.**

Những công ty thường cung cấp giá và điều kiện trong quản cáo hoặc tài liệu mà có thể không giống trong việc cung cấp cho khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên thậm chí những điều kiện đã được đặt giá, nó có thể nhắc lại rằng bạn mong một sự giảm giá nào đó. Mặc dù sự thật là nhà cung cấp sẽ không sẵn lòng thay đổi giá hoặc những điều khoản mà họ đã đưa ra. Bạn có thể đưa ra những điều khoản của mình để thực hiện việc mua hàng.

I would like to discuss the problem of maintenance before deciding which model to install in my factory. I would be grateful if you could arrange for one of your representatives to call on me within the next two weeks. (đến nhà máy của tôi)

As a rule, our suppliers allow us to settle by monthly statement and we can offer the usual references if necessary. (thư giới thiệu – bảo lãnh của ngân hàng)

**Yêu cầu được trả lại hàng khi không bán được**

Đôi khi những nhà bá sỉ và bán lẻ muốn thấy một sản phẩm sẽ được bán như thế nào trước khi đặt một đơn hàng với nhà cung cấp. Họ có thể thực hiện điều này bằng cách thực hiện bán hàng ký gửi (tức là bán hàng không được sẽ được quyền trả lại nhà cung cấp). Trong trường hợp đó, nhà cung cấp sẽ phải biết về khách hàng tốt hơn, họ cũng sẽ đặt ra thời gian phải trả lại hoặc trả tiền.

Your leaflet advertising your latest publications of History magazines intersted us, and we would like to stock a selection of these. However, we would only consider placing an order providedit was on the usual basis of sale or return. If this is acceptable we will send you our official order.

#### 2.2.5.3. Kết luận

Thông thường một câu đơn giản “thank you” là có thể kết thúc cho một thư hỏi hàng. Tuy nhiên, bạn có thể đề cập rằng một sự trả lời nhanh sẽ được đánh giá cao. Hoặc chỉ ra rằng những điều kiện nhất định hoặc điều kiện bảo hành là cần thiết.

We would be grateful for an early reply.

Finally, we would like to point out that delivery before Christmas is essential and hope that you can offer us that guarantee.

Prompt delivery would be necessary as we have a fast turnover. We would, therefore, need your assurance that you could meet all delivery dates.

Bạn cũng có thể trình bày việc kinh doanh hợp tác trong tương lai. Nếu một nhà cung cấp nghĩ rằng bạn có thể trở thành một khách hàng thân thiết hơn là những khách hàng cũ đang có của họ, nếu họ sẽ cho bạn nhiều điều khoản cạnh tranh và nhiều nhượng bộ.

If the product is satisfactory, we will place further orders with you in the future.

If the prices quoted are competitive, and the quality up to standards, we will order on a regular basic.

There is a steady demand here for high-class goods of this type, especially in brighter colours.

Sales are not high, but a good price can be obtained for fashionable designs.

If the concessions we have asked for could be met, we would place a substantial order.

## 2.3. Thư báo giá

Mẫu báo giá là một form có sẵn được lưu dưới dạng excel hoặc word. Dựa trên mẫu báo giá có sẵn chúng ta chỉ cần điền các thông tin cần thiết theo yêu cầu và gửi tới cho khách hàng.

Một mẫu báo giá chuyên nghiệp ngoài việc cung cấp đầy đủ thông tin, dễ hiểu thì cần phải phải có được tính thẩm mỹ cao.  Dưới đây là những mẫu bảng báo giá form chuẩn nhất theo từng ngành hàng. Bạn có thể lựa chọn mẫu báo giá nào phù hợp với sản phẩm hoặc dịch vụ của mình.

**Các thông tin cơ bản cần có trong một Form báo giá.**

**Thông tin công ty của bạn, kèm theo logo…**Thông tin liên hệ bao gồm tên công ty, địa chỉ, số điện thoại và email.

**Tiêu đề thường được viết hoa và lời chào.**

Ví dụ “ BẢNG BÁO GIÁ ” Kính gửi quý khách,Chúng tôi xin gửi tới quý khách bảng báo giá sản phẩm hoặc dịch vụ như sau:”

**+ Nội dung mà khách hàng của bạn đang muốn biết**. Bao gồm tên hàng hóa hoặc dịch vụ, quy cách, đơn giá và tổng tiền, kèm ghi chú…

**+ Ngày hết hạn**: thông thường bảng báo giá chỉ có thời hạn khoảng 15 ngày.

**+ Giảm giá, chiết khấu:** Giảm giá hoặc chiết khấu cho khách hàng là một cách để lôi kéo khách hàng mới mua hàng từ bạn. Khách hàng của bạn có thể gửi yêu cầu báo giá cho nhiều doanh nghiệp khác. Vì vậy giảm giá, chiết khấu là một mục vô cùng quan trọng trong bảng báo giá.

**+ Chữ ký của người duyệt báo giá**.

**Lưu ý khi gửi bảng báo giá cho khách hàng.**

Khi nói đến báo giá, hầu hết các giao tiếp, tương tác với khách hàng đều xảy ra trong email. File thực tế mà bạn sử dụng để tạo bảng báo giá cho khách hàng

Thông thường sẽ được lưu trữ kèm theo giá sản phẩm đầu vào hoặc thông tin báo giá của những khách hàng khác.

Vì vậy bạn không nên gửi file Excel cho khách hàng mà nên gửi file PDF. Các tạo một file PDF đã được hỗ trợ sẵn trong ứng dụng Excel.

 **Một số mẫu báo giá**

****

**Hình 2. 1 Mẫu báo giá 1**



**Hình 2. 2 Mẫu báo giá 2**



**Hình 2. 3 Mẫu báo giá 3**



**Hình 2. 4 Mẫu báo giá 4**

## 2.4. Thư trả giá và trả lời thư trả giá

Trong công việc và cuộc sống hàng ngày các bạn sẽ thường xuyên giao dịch với khách hàng, trao đổi hàng hóa. Hoạt động “trả giá” được tận dụng tối đa nếu như bạn muốn mua món hàng  chất lượng với mức giá hời nhất hay phù hợp nhất với khả năng chi trả của mình. Sau đây là các mẫu câu cho thư trả giá và trả lời thư trả giá:

Customer: Good morning, I want to order poster printing to advertise my brand name. Will you quote me how much it is for 500 plastic-filmed posters at A2 size? (Chào anh, hiện tại tôi đang có nhu cầu đặt in poster để quảng cáo thương hiệu? Anh có thể báo giá giúp tôi về in ấn 500 tờ poster khổ giấy A2 có cán màng plastic không?)

  Sales clerk: Good morning Ma’am, I recommend you use the coucher 300 for name promotion, printed 4 colors and plastic-filmed. With the number of 500, the unit price is 20k dong a sheet. You can get it cheaper with bigger number of sheets. (Chào chị, loại poster quảng cáo tôi nghĩ nên dùng loại giấy coucher 300, in 4 màu có cán màng với số lượng đó thì đơn giá khoảng 20.000đ/tờ. Nếu như số lượng tăng hơn thì mức giá có thể giảm hơn ạ.)

Customer: I won’t be offered any discount with big 500 sheets, will I? I am even not very sure about the quality that might not be satisfactory. (Với số lượng 500 tờ poster tôi không được chiết khấu à? Tôi còn e ngại về chất lượng sản phẩm không được như mong muốn?)

  Sales clerk: Just feel big easy about the quality Ma’am. X will deliver a sample first of all so you can check it out before you decide. Considering the quality, it’s worth your cost.(Về chất lượng sản phẩm thì chị yên tâm công ty X  của chúng tôi sẽ gửi hàng mẫu đến trực tiếp cho chị để kiểm tra. Nếu xét về chất lượng thì nó rất đáng giá đồng tiền.)

Customer: What about considering the price? Any cheaper? (Còn về giá thì sao? Có thể giảm thấp hơn không?)

Sales clerk: With the number of 500, I’ve just given you the best price and I just can offer you a discount with bigger number. It’s down to 12k per sheet for the discount. (Với số lượng 500 thì mức giá tôi đang đề xuất khá thấp rồi nhưng nếu như số lượng lớn hơn thì  tôi sẽ tính giá giảm cho chị chỉ còn 12.000đ/tờ thôi.)

Customer: We just need 500 at this occasion, so I hope you can consider to decide the price of 12k for us, can’t you? (Nhưng hiện tại nhu cầu sử dụng của công ty tôi chỉ là 500 tờ poster nên anh có thể cân nhắc đề xuất mức giá 12.000đ/tờ cho tôi được không?)

Sales clerk: Sorry, but I can’t make it any cheaper. You can’t get this make for less anywhere else. (Xin lỗi nhưng nó không thể rẻ hơn. Chị sẽ không thể tìm thấy chỗ nào giá rẻ hơn đâu.)

Customer: Can you consider about discount for this order? (Anh có thể cân nhắc phần chiết khấu cho đơn hàng đó của công ty tôi.)

Sales clerk: Our manager has agreed to give you a 5 percent discount (Quản lý của tôi đã đồng ý cho chị 5% chiết khấu.)

Customer: How’s about if I have orders monthly? Nếu như tôi có đơn hàng in ấn hàng tháng thì sao?

Sales clerk: As you have made many other orders in coming time, I will take off 10 percent from the price on the tag. (Vì chị còn có thể có nhiều đơn hàng khác cho thời gian sắp tới nên tôi sẽ tính giảm 10% trên đơn giá.)

Customer: So just discount by 10% for this first time so that we can feel its good quality first and decide to place much bigger orders for next then. (Vậy thì trước tiên hãy giảm cho tôi 10% đơn giá cho lần đặt hàng đầu tiên để có thể cảm nhận chất lượng và có thể đặt hàng số lượng lớn hơn cho những đơn hàng sau.)

Sales clerk: Hope this time’s good price makes a long-standing cooperation between us. Many thanks and I’ll start to carry out the sales contract and email you. (Hi vọng với mức giá tốt lần này sẽ là cơ hội tốt để hợp tác lâu dài giữa hai bên công ty. Cám ơn chị và tôi sẽ bắt đầu tiền hành làm hợp đồng chuyển qua email cho chị nhé!)

## 2.5. Thư chấp nhận giá

Thư xác nhận được dùng để trao đổi khi cần xác nhận giá. Thư chấp nhận thường ngắn gọn và rất dễ viết theo một mẫu đơn giản.

### 2.5.1. Viết thư chấp nhận

**Dùng giấy có in sẵn logo công ty (letterhead).** Thư xác nhận nên được viết trên giấy có in sẵn logo công ty nếu nội dung liên quan đến việc kinh doanh. Việc này sẽ làm cho lá thư trở nên trang trọng và là văn bản chính thức của công ty. Tiếp theo, ngay phía trên phần lời chào, bạn nên ghi tên đầy đủ và địa chỉ của người nhận thư, trong đó bao gồm tên của người nhận thư, chức vụ, phòng ban hoặc tên công ty mà họ công tác (nếu có) và địa chỉ công ty.

Nếu thư viết về vấn đề cá nhân hoặc cá nhân bạn gửi cho một công ty thì bạn vẫn nên trình bày đúng theo hình thức thương mại. Viết địa chỉ của bạn và ngày tháng ở lề trái hoặc bạn có thể canh dọc theo lề phải. Cách một dòng, sau đó viết địa chỉ người nhận ở lề bên trái.

**Bắt đầu lá thư với lời chào phù hợp.** Khi gửi thư xác nhận, bạn nên dùng lời chào thích hợp cùng với tên và chức vụ của người nhận. Mẫu lời chào thông thường sẽ là *Dear Mr./Mrs./Ms./Dr.* (Kính gửi Ông/Bà/Cô/Giáo sư) cùng với họ của người nhận (nếu là người nước ngoài) và tên (nếu là người Việt Nam).

Đừng gọi ai đó là *Mrs.* (Bà - dành cho phụ nữ đã kết hôn) trừ khi bạn biết họ đã kết hôn.

Nếu viết một lá thư xác nhận mang tính cá nhân thông thường thì bạn có thể chỉ dùng tên của người nhận.

**Xác nhận thông tin của vấn đề đã thỏa thuận ở đoạn đầu tiên.** Đề cập rõ vấn đề ngay trong thư xác nhận. Bạn không cần phải giới thiệu hoặc dùng những câu trao đổi lịch sự. Thay vào đó, ghi rõ những việc cụ thể mà bạn cần xác nhận ngay trong đoạn đầu tiên. Bạn sẽ cần viết rõ ngày, thời gian và địa điểm. Hãy trình bày thông tin thật cụ thể.

Một số cách phổ biến để bắt đầu là *I am writing to confirm….* (Tôi viết thư này để xác nhận…), *I would like to confirm….* (Tôi muốn xác nhận…) hoặc *This letter is to confirm...* (Lá thư này được viết để xác nhận…).

Nếu bạn gửi thư xác nhận đã nhận được đồ vật gì đó thì nên viết rõ trong đoạn đầu tiên. Hãy trình bày cụ thể đó là vật gì, số lượng bao nhiêu và mã đặt hàng. Bạn có thể bắt đầu đoạn văn bằng câu: *I am happy to confirm* (Tôi vui mừng xác nhận…) or *I was pleased to receive* (Tôi rất vui khi nhận được…).

**Đề cập các chi tiết khác.** Bạn có thể đề cập các chi tiết liên quan khác trong cùng một đoạn hoặc viết ngắn gọn trong đoạn văn thứ hai. Nội dung ở đây bao gồm thỏa thuận tiền bạc, điều khoản hoặc bất kỳ thứ gì cần được xác nhận. Ngoài ra, các chi tiết này có thể là trách nhiệm đối với công việc cụ thể hoặc công việc tồn đọng cần được hoàn thiện.

Bạn nên nhắc lại điều khoản đã thỏa thuận để chắc chắn không có sự hiểu nhầm đối với những việc đã thống nhất trước đó. Việc lặp lại điều khoản đã thỏa thuận cũng giúp bạn làm rõ mong đợi của người khác đối với bạn.

Nếu bạn yêu cầu ai đó đảm trách công việc, hãy đề nghị họ xác nhận đồng ý với những gì đã được thỏa thuận. Bạn có thể nói rõ yêu cầu xác nhận bằng văn bản, qua điện thoại hoặc email.

Thư xác nhận không chỉ để xác nhận cuộc hẹn, thỏa thuận hoặc nhận được thứ gì đó từ cả hai phía mà còn được dùng như một văn bản lưu trữ. Thư xác nhận là văn bản được dùng như bằng chứng trao đổi giữa hai phía. Đây là văn bản bảo vệ các bên khi xảy ra vấn đề hoặc tranh chấp.

**Yêu cầu trao đổi thêm nếu cần.** Đoạn cuối nên có một dòng nói rõ người nhận thư có thể liên hệ với bạn khi cần. Cho họ biết nếu có các vấn đề như cần xác minh, hiểu nhầm hoặc rắc rối thì họ có thể liên hệ với bạn.

Nội dung đó có thể viết như sau: *Please inform me if you need additional information...* (Vui lòng cho tôi biết nếu ông (bà) cần thêm thông tin…) hoặc *Please respond if you need to add...* (Vui lòng phản hồi nếu ông (bà) cần bổ sung…).

**Kết thúc lá thư bằng lời cảm ơn dành cho người nhận.** Bạn nên nhớ kết thúc lá thư đúng cách. Dùng các cụm từ như *Thank you* (Cảm ơn), *Sincerely*/*Regards*/*Respectfully* (Trân trọng). Gõ tên của bạn ở bên dưới và ký tên ngay phía trên. Dùng tên đầy đủ đối với thư thương mại.

### 2.5.2. Đọc và sửa thư chấp nhận

**Đọc và sửa thư xác nhận.** Trước khi gửi bất kỳ văn bản trang trọng nào, kể cả là về vấn đề cá nhân, bạn vẫn nên đọc và sửa thư. Việc này cực kỳ quan trọng nếu thư có nội dung liên quan đến thỏa thuận kinh doanh. Hãy xem và sửa các lỗi chính tả, thiếu từ, sai ngữ pháp, dấu câu hoặc các vấn đề về khác về mặt chữ viết.

Việc gửi lá thư được trau chuốt kỹ sẽ cho thấy bạn là một người có trách nhiệm, chuyên nghiệp và tỉ mỉ.

**Dùng loại giấy phù hợp với máy in tốt.** Khi in thư kinh doanh, bạn nên dùng giấy của công ty có sẵn logo. Nếu thư của bạn không liên quan đến kinh doanh và bạn không có đầy đủ văn phòng phẩm thì chỉ cần in thư trên giấy chuẩn. Đảm bảo in thư bằng máy in hoạt động tốt và không bị hết mực trong khi in.

Luôn luôn in thư xác nhận ra giấy nếu bạn không gửi email. Bạn không nên viết tay các lá thư thương mại.

**Dùng phông chữ và lề chuẩn.** Khi viết bất kỳ lá thư trang trọng nào, bạn nên dùng phông chữ chuẩn như Times New Roman hoặc Arial. Phông chữ nên có kích cỡ 12 và không được in đậm, in nghiêng hoặc gạch dưới. Phần lề sẽ cách mỗi mép giấy khoảng 2,5cm.

Với các lá thư trang trọng như thư xác nhận, bạn nên dùng định dạng khối. Có nghĩa là thư sẽ được định dạng cách dòng đơn, các đoạn sẽ cách nhau một dòng và dòng đầu tiên không thụt vào trong.

**Viết ngắn gọn và rõ vấn đề.** Thư xác nhận thường ngắn. Bạn không nên viết thư dài và tránh từ ngữ, cụm từ lẫn thông tin không cần thiết. Nội dung của thư chỉ viết bám sát vào chi tiết mà bạn muốn xác nhận.

**Giữ ngôn ngữ kinh doanh.** Vì hầu hết các thư xác nhận đều ngắn gọn nên có ngôn ngữ rất trang trọng và không mang tính cá nhân. Việc này làm cho nội dung tập trung vào chi tiết được xác nhận và giảm bớt phần trao đổi lịch sự không cần thiết.

Nếu viết thư xác nhận mang tính cá nhân như gửi cho người quen hoặc người có mối quan hệ tương đối thân thiết, bạn có thể viết một cách thân mật. Tuy nhiên, nếu không chắc nên viết thế nào, bạn nên viết thư theo kiểu trang trọng.

Mặc dù bạn muốn viết thư kiểu trang trọng nhưng vẫn có thể thêm sự cảm kích hoặc nhiệt tình. Ví dụ, nếu được xếp lịch hẹn phỏng vấn việc làm, bạn có thể trả lời như sau *I appreciate this opportunity to interview for the position...* (Tôi rất cảm kích vì có cơ hội đến phỏng vấn cho vị trí này…) hoặc *I am really looking forward to interviewing for the position...* (Tôi rất mong chờ buổi phỏng vấn cho vị trí này…).

## 2.6. Thư đặt hàng

**Đặt hàng là một thuật ngữ kinh doanh, là lời đề nghị ký kết hợp đồng xuất phát từ phía người mua được đưa ra dưới hình thức đặt hàng. Trong đặt hàng, người mua nêu cụ thể về hàng hóa định mua và tất cả những nội dung cần thiết cho việc ký kết hợp đồng.**

**Lưu ý về thư đặt hàng**

Thông tin trên mẫu đơn đặt hàng được ghi đầy đủ và chi tiết về nhu cầu đặt hàng về số lượng, đơn giá và tính thành tiền tương ứng. Theo cùng với nó là địa điểm và thời gian giao hàng cũng được bên đặt hàng ghi rõ để làm căn cứ giao hàng và thanh toán đúng theo nhu cầu của bên mua.

Thông tin về mặt hàng:Mẫu đơn đặt hàng chắc chắn không thể thiếu những thông tin về mặt hàng. Sản phẩm nên ghi rõ số thứ tự, tên mặt hàng và đơn giá kèm theo số lượng. Có thể cùng một mặt hàng nhưng người mua muốn lấy số lượng nhiều hoặc ngược lại, người mua cần số lượng ít nhưng lại mua nhiều mặt hàng. Nói chung thông tin phải rõ ràng, càng chi tiết càng tốt thì bên bán mới biết được chính xác bên mua cần những sản phẩm nào. Nếu như có sự sai sót, nhầm lẫn sẽ dẫn tới mất thời gian trong việc vận chuyển, đổi hàng hóa vì thế cần làm cẩn thận mọi khâu, ngay từ những khâu nhỏ nhất. Thường thì đối với những mặt hàng có giá trị và số lượng lớn, các bên mua và bán cần làm hợp đồng mua bán hàng hóa trong đó nói rõ các thông tin về mặt hàng, các điều khoản về giá cả, cách thức giao hàng, ngoài ra, hợp đồng mua bán hàng hóa cũng phải nói đến các điều khoản phạt nếu giao hàng chậm, trả tiền chậm.

Thời gian và địa điểm giao hàng:Mẫu đơn đặt hàng cần phải ghi rõ thời gian và địa điểm giao hàng mà bên B yêu cầu, đồng thời trong đơn đặt hàng địa chỉ phải được ghi chính xác, số nhà, ngõ, hẻm…để bên A biết chính xác thông tin và giao hàng nhanh nhất có thể. Khoảng thời gian cũng là do bên B yêu cầu. Trong trường hợp nếu như bên A không sắp xếp được thì có thể liên lạc với bên B để trao đổi thông tin, sắp xếp thời gian hợp lý để thuận tiện nhất cho cả hai bên.

Phương thức thanh toán:Mẫu đơn đặt hàng ngoài những thông tin cần thiết phải có ở trên thì người làm đơn cũng cần phải ghi rõ phương thức thanh toán, có thể là thanh toán trước 50 – 50 hoặc thanh toán 60 – 40 hoặc có một sự thỏa thuận khác. Thực chất phương thức này là do sự thỏa thuận giữa hai bên để làm sao đảm bảo được lợi ích cho cả đôi bên. Người bán có quyền đề xuất với người mua và ngược lại người mua cũng có thể trao đổi lại với người bán để đạt được thỏa thuận giữa hai bên. Ngoài ra bạn cũng có thể chọn hình thức thanh toán trực tiếp hoặc nếu điều kiện xa xôi không cho phép cũng có thể tiến hành chuyển khoản qua ngân hàng. Có rất nhiều cách thức và phương thức để các bạn có thể lựa chọn được.

Đơn đặt hàng, mẫu đặt hàng, thư đặt hàng, phiếu đặt hàng nên lập thành 02 bản. Nên yêu cầu bên cung cấp hàng hoá ký xác nhận đã tiếp nhận yêu cầu đặt hàng vào đơn.

**Mẫu đơn đặt hàng**

****

**Hình 2. 5 Mẫu đơn đặt hàng 1**

****

**Hình 2. 6 Mẫu đơn đặt hàng 2**



**Hình 2. 7 Mẫu đơn đặt hàng 3**

## 2.7. Thư tiếp nhận đơn hàng

**Xác thực đơn hàng**

Xác thực đơn hàng là thao tác được Nhà bán hàng thực hiện nhằm xác nhận lại đơn hàng với Khách mua hàng.

Điều này được xem là cần thiết nhằm tránh việc nhầm lẫn, sai sót khi đặt hàng, hay Khách mua hàng đổi ý.

Xác thực đơn hàng không phải là thao tác bắt buộc phải thực hiện

**Xử lý giao hàng**

 Việc giao hàng cho Khách mua hàng là một điều cần thiết nhằm đưa hàng hóa đến tay Khách mua hàng. Tùy vào từng doanh nghiệp, Nhà bán hàng có thể đội ngũ giao hàng riêng hay hợp tác với các nhà vận chuyển.

**Xác nhận thanh toán**

Sau khi nhận được khoản thanh toán của Khách mua hàng cho đơn hàng, Nhà bán hàng cần Xác nhận thanh toán cho đơn hàng nhằm cập nhật trạng thái thanh toán cho đơn hàng.

Nhà bán hàng có thể nhận được khoản thanh toán này từ nhiều nguồn: c*huyển khoản ngân hàng, qua ví điện tử, cổng thanh toán*,...

Việc xác nhận thanh toán cho đơn hàng có ảnh hưởng đến kết quả trong báo cáo bán hàng và tài chính, đến việc quản lý khi Nhà bán hàng kết nối bán hàng đa kênh,...

**Hoàn trả**

 Việc hoàn trả đơn hàng chỉ thực hiện được khi đơn hàng đã được [xác nhận thanh toán](https://huongdan.haravan.com/blogs/tai-lieu-huong-dan/thuc-hien-xu-ly-don-hang#f3).

 **Mẫu thư tiếp nhận đơn hàng**

****

**Hình 2. 8 Mẫu thư tiếp nhận đơn hàng 1**



**Hình 2. 9 Mẫu thư tiếp nhận đơn hàng 2**

**2.8. Thư từ chối đơn hàng**

Từ chối là một lời rất khó để nói ra; các công ty, doanh nghiệp luôn phải đắn đo về việc viết thư từ chối trong tất cả các hoàn cảnh như thế nào? Đặc biệt là trong hoạt động kinh doanh, từ chối hoạt động kinh doanh khi không phù hợp với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Vậy cách viết thư từ chối như thế nào để không làm mất lòng bất cứ ai.

 Khi khách hàng liên hệ với đội hỗ trợ của công ty, họ luôn muốn nghe câu trả lời có, tích cực cho tất cả các yêu cầu của mình. Nhưng điều đó chắc chắn không phải lúc nào cũng có thể đáp ứng.

 Khi đưa ra những lời từ ​​chối nghiêm túc và quá thẳng thắn, chúng ta có thể vô tình tạo phản ứng tiêu cực trong cảm xúc của khách hàng. Họ có thể quát tháo hay đe dọa trước khi bỏ đi – điều này hoàn toàn dễ hiểu. Sau đó, khách hàng trong lúc bực bội, khó chịu lại nhanh chóng chia sẻ câu chuyện trên phương tiện [truyền thông mạng xã hội](https://subiz.com/blog/tag/truyen-thong-mang-xa-hoi) – nơi mà một trải nghiệm xấu vốn dĩ có khả năng chia sẻ cao hơn gấp 3 lần so với những câu chuyện tích cực.

 Đó là lý do tại sao bạn nên lựa chọn, cân nhắc lối diễn đạt của mình trong những trường hợp này thay vì nói luôn là “Không”. Thêm nữa, hiểu được cơ chế từ chối là bạn đã nắm trong tay chìa khóa tiếp cận những tình huống khó khăn hơn. Để làm được điều đó, chúng ta cần nhìn lại hành động cũng như cách cư xử đã có từ thời thơ ấu, đến hiện tại vốn dĩ vẫn có sẵn trong mỗi người. Đầu tiên là câu chuyện cha mẹ từ chối cho ăn kẹo.

**Đứa trẻ bên trong mỗi người**

Trong cuốn sách “Trải nghiệm không giới hạn”, Matthew Dixon, Nick Toman và Rick Delisi lưu ý rằng khi còn là một đứa trẻ và bị ba từ chối, nói KHÔNG, chúng thường có ba lựa chọn:

Hỏi mẹ (với hi vọng nhận được sự hỗ trợ từ người còn lại)

Chấp nhận như chưa có câu trả lời và quên đi (nhưng liệu có ai muốn làm điều đó?)

Khóc lóc, la hét, đá đấm,… để mọi người sẽ thấy sự không hài lòng của mình và hy vọng sự bùng phá của mình sẽ làm người kia thay đổi quyết định (điều này chắc chắn ai cũng đã làm)

Bạn có thể nghĩ rằng mình lớn, mọi chuyện đã thay đổi, nhưng với hầu hết mọi người, những phản ứng này vẫn còn. Chúng ta có thể không đá, cắn nhiều, nhưng vẫn la hét và bĩu môi.

Hãy cùng phân tích những phản ứng từ chối tương tự, phổ biến trong các tình huống [dịch vụ khách hàng](https://subiz.com/blog/category/dich-vu-khach-hang-2):

Tác động đến tâm lý – khách hàng cảm thấy thực sự tức giận và tranh luận với nhân viên hỗ trợ

Cố gắng nói chuyện với nhân viên khác – Điều này cũng tương tự phản ứng “yêu cầu hỗ trợ từ phụ huynh khác”

Đòi nói chuyện với quản lý – khách hàng tin rằng quản lý của bạn có thể bẻ cong những quy tắc và bỏ qua những chính sách và thủ tục này một thời gian

Đe dọa làm xấu hình ảnh doanh nghiệp với đơn vị khác

Bất kể phản ứng mà bạn đang phải đối mặt là gì, tất cả đều có thể gây tổn hại cho công ty của bạn vì những lời lẽ tiêu cực trên phương tiện truyền thông xã hội hoàn toàn có thể xuất hiện sau khi bạn từ chối một yêu cầu.

Khi tức giận, chúng ta không còn là chính mình. Vậy, có cách nào để dịu đi sự nóng nảy của khách hàng trong những trường hợp tương tự? Điều đó hoàn toàn có thể, chỉ phụ thuộc vào thái độ, kiến ​​thức cũng như thành ý muốn giúp đỡ từ phía bạn.

**Nghệ thuật từ chối khi phục vụ khách hàng**

Phản hồi chưa tối ưu có thể bị hiểu nhầm thành trải nghiệm khách hàng xấu. Để tránh điều đó, bạn cần phải tiếp cận từng khó khăn khi từ chối khách hàng một cách cẩn thận hơn. Nhưng làm thế nào bây giờ?

### 2.8.1. Sử dụng ngôn ngữ tích cực

Mỗi lần nói không với khách hàng cũng chính là lúc bạn đang gửi đi thông điệp: bạn không muốn giúp đỡ họ. Ngay cả khi không thể thực hiện một việc gì, vẫn luôn có những cách tích cực để truyền đạt điều này.

Giả sử một khách hàng sử dụng dịch vụ trực tuyến muốn mở một tài khoản thứ hai và theo quy định, bạn không thể làm điều này trừ khi anh ta là một thành viên trả phí. Có hai lựa chọn khi nói về vấn đề này:

Không, anh phải là thành viên trả phí mới được mở tài khoản thứ hai, còn hiện tại, anh chưa đáp ứng được đầy đủ điều kiện cho yêu cầu này.

Chắc chắn rồi! Một khi anh có tài khoản trả phí, anh có thể chạy hai tài khoản riêng. Hướng dẫn để trở thành một thành viên cao cấp ở đây (dẫn link).

Bằng cách lựa chọn phương án sau, bạn không chỉ đỡ tốn thêm thời gian giải thích, tóm tắt cuộc nói chuyện mà còn chứng tỏ sự tích cực, thành ý của mình.

### 2.8.2. Tìm kiếm giải pháp phù hợp nhất

Khi bạn không thể cung cấp những gì khách hàng của bạn muốn, hãy tìm giải pháp thay thế phù hợp nhất. Thậm chí, có thể điều đó sẽ chưa tối ưu nhất cho khách hàng, họ vẫn sẽ đánh giá cao nỗ lực của bạn.

Giả sử khách hàng của bạn hỏi về một sản phẩm cụ thể mà bạn không cung cấp. Bạn có thể lựa chọn:

Tôi xin lỗi, chúng tôi không cung cấp sản phẩm của thương hiệu này.

Chúng tôi không bán sản phẩm của hãng này nhưng bù lại, chúng tôi có những sản phẩm tương tự mà bạn có thể quan tâm.

Bằng cách cung cấp một giải pháp thay thế, bạn vẫn có cơ hội kiếm thêm một đơn hàng. Hãy nhớ rằng đội hỗ trợ của bạn nên hiểu về sản phẩm cũng như khả năng của nó để có thể đưa ra một giải pháp thay thế tối ưu nhất.

### ****2.8.3. Đưa ra một lời giải thích chất lượng****

Không phải tất cả khách hàng đều có mức độ hiểu biết về sản phẩm của bạn theo cùng một cách. Một trong số họ sẽ yêu cầu một lời giải thích chi tiết hoặc chỉ đơn giản khác nhau để thực hiện mua hàng.

Giả sử bạn là một nhà cung cấp phần mềm và một khách hàng đang gặp khó khăn khi sử dụng phần mềm trên website của công ty. Bạn có thể tiếp cận vấn đề này theo hai cách:

Làm theo các bước trong hướng dẫn là bạn đã hoàn toàn có thể sử dụng, trừ khi có bước nào đó chưa đúng ở đây. Hoặc có thể website của bạn không hoạt động.

Hãy cùng nhau làm theo các bước trong hướng dẫn. Nếu vẫn chưa được, tôi sẽ hỏi đồng nghiệp của mình để tìm ra một giải pháp khác, tối ưu hơn.

Có rất nhiều cách để tiếp cận một vấn đề cụ thể. Nếu một khách hàng cần một ví dụ, hãy chỉ cho họ thấy. Nếu họ muốn hướng dẫn từng bước, từng bước, hãy làm cùng họ. Điều quan trọng là đáp ứng nhu cầu khách hàng.

### ****2.8.4. Đừng để khách hàng dẫn bạn đi lòng vòng****

Rõ ràng bạn không thể lúc nào cũng đưa ra cho khách hàng của mình một giải pháp tối ưu cho những yêu cầu của họ, cho dù vấn đề đó thế nào. Nếu phải từ chối, chắc chắn rằng mình trả lời lịch sự.

Lấy ví dụ có một khách hàng muốn trả lại sản phẩm sau một thời gian dài sử dụng và cũng qua thời gian bảo hành khá xa. Theo chính sách công ty, bạn có hai lựa chọn:

Do chính sách của công ty, bạn không thể trả lại sản phẩm vì đã qua thời gian bảo hành đã hết. Tôi xin lỗi vì không giúp được gì cho bạn.

Tôi hiểu vấn đề bạn đang gặp phải. Tôi cũng đã nói chuyện với quản lý về vấn đề này. Nhưng do chính sách của công ty, tôi không được phép nhận nó. Thật sự xin lỗi bạn!

Vấn đề không phải ở việc nói không hoặc có. Ấn tượng mà bạn để lại mới thực sự là vấn đề cần quan tâm. Hãy thể hiện cho khách hàng thấy nỗ lực của mình trong việc suy nghĩ đến tình huống ở khía cạnh khách hàng và bạn chỉ đơn giản là không thể thực hiện yêu cầu, thay vì tập trung vào sai lầm của họ.

### 2.8.5. Nói sao cho đúng

Bạn không thể lúc nào cũng đồng ý với mọi yêu cầu của khách hàng. Học cách nói không một cách tinh tế – đây là một kỹ năng rất quan trọng trong mối quan hệ khách hàng.

Hãy nhớ rằng khách hàng không ở lại mãi mãi chỉ vì bạn đã giúp đỡ họ. Tuy nhiên, họ sẽ nhanh chóng bỏ đi khi cảm thấy rằng bạn không muốn giúp đỡ.

Đừng từ chối một cách thẳng thừng với khách hàng của mình. Đó không phải là thông điệp mà bạn muốn gửi đến họ. Thay vào đó, hãy cố gắng xoa dịu nỗi đau của sự từ chối bằng cách gợi ý các giải pháp thay thế hiệu quả.

### 2.8.6. Cách viết thư từ chối đơn đặt hàng

 Khia khách hàng có ý muốn đặt hàng tại doanh nghiệp với số lượng lớn, để không làm mất lòng bất kỳ ai cũng như thể hiện sự khéo léo trong cách ứng xử với khách hàng, các công ty, doanh nghiệp cần có kỹ năng khéo léo. Đặc biệt là khi từ chối đơn đặt hàng của khách thì doanh nghiệp nên viết với những nội dung đầy đủ như sau:

 - Tiêu đề: Thư từ chối đơn đặt hàng của khách về việc gì đó, chẳng hạn như thư từ chối đơn hàng của khách về việc cấp thiết bị xây dựng

 - Tên người nhận, chức vụ, địa chỉ của họ

 - Lý do từ chối việc cung ứng và đơn đặt hàng của khách hàng

 - Sau khi nêu lý do xong thì nên xin lỗi vì không thể hợp tác lần này và mong muốn có thể hợp tác trong tương lai

 - Trân trọng kính chào

 - Ký tên.

 Với thư từ chối đơn đặt hàng của khách hàng, các công ty, doanh nghiệp có thể gửi thư qua email của khách hàng hoặc gửi fax cho khách. Phổ biến nhất hiện nay là gửi qua email. Lưu ý khi viết dùng ngôn ngữ khéo léo, mang tính tôn trọng họ và viết ngắn gọn, không lan man, thể hiện rõ thành ý dù lần này không hợp tác được vẫn mong có thể hợp tác ở lần sau.

## 2.9. Thư khiếu nại và giải quyết khiếu nại

**Chìa khóa để phục vụ khách hàng một cách xuất sắc không phải lúc nào cũng là nằm ở những gì bạn cung cấp mà nằm ở cách bạn phản ứng với những khiếu nại từ khách hàng.**

Dù cố gắng đến đâu đi nữa, bạn sẽ không bao giờ có thể ngăn được việc các khách hàng của doanh nghiệp than phiền. Tuy nhiên, phản hồi lại các khiếu nại của khách hàng bằng cách sử dụng các chiến thuật phục vụ khách hàng thông minh là một việc làm đúng đắn.

### 2.9.1. Khiếu nại của khách hàng

#### 2.9.1.1. "Sản phẩm của bạn không như những gì tôi nghĩ."

Hãy tìm ra những gì khách hàng của bạn mong đợi khi quyết định mua hàng của công ty bạn. Những kỳ vọng đó có thực tế không? Nếu công ty bạn không thiết lập các kỳ vọng một cách chuẩn xác, các khách hàng sẽ tự thiết lập kỳ vọng của riêng họ. Thật không may, các khiếu nại sẽ xảy ra khi giữa những kỳ vọng bạn đặt ra và kỳ vọng của khách hàng có sự khác biệt đáng kể. Hứa hẹn quá mức, dù ước muốn bán được hàng của bạn có lớn đến mức nào đi nữa thì cũng dẫn đến việc khách hàng không hài lòng và sẽ lan truyền những trải nghiệm tồi tệ mà họ có khi sử dụng sản phẩm của bạn với những khách hàng khác.

Trong trường hợp sản phẩm hoặc dịch vụ đã không đáp ứng được mong đợi của khách hàng thì việc cung cấp một khoản hoàn lại ngay thức thì là cách nhanh nhất để làm họ “nguôi giận”.

#### 2.9.1.2. "Bạn đã không làm những gì bạn đã hứa."

Khiếu nại cũng tương tự khiếu nại ở trên nhưng có chút thêm thắt: Trong trường hợp này, bạn đã hứa hẹn đem lại điều gì đó cho một khách hàng đã không hài lòng từ trước, nhưng rồi sau đó không thực hiện nổi lời hứa đó.

Đây là một tình huống rất khó giải quyết, vì vậy tốt nhất là bạn đừng bao giờ để mình rơi vào tình huống này ngay từ đầu. Bạn phải làm bất cứ điều gì cần thiết để đảm bảo rằng bất kỳ lời hứa nào giữa bạn hoặc một nhân viên với một khách hàng là thực tế và luôn phải giữ những lời hứa đó.  Nếu có bất kỳ nghi ngờ  nào về khả năng giữ lời hứa của mình thì tốt nhất bạn không nên hứa hẹn làm gì. Hãy nhớ rằng: Không phải mọi khiếu nại đều cần phải được giải quyết ngay lập tức, và điều quan trọng nhất mà khách hàng thực sự muốn là được lắng nghe.

#### 2.9.1.3. "Không ai gọi lại cho tôi"

Giao tiếp kém có lẽ là nguyên nhân thường thấy ở những khiếu nại phổ biến nhất. Đồng thời, vì khách hàng có thể sử dụng vô số cách thức để có thể liên lạc với bạn nên thật khó để có thể kịp thời đáp ứng những mong đợi của họ.

Hãy xác định cách khách hàng tiếp cận công ty của bạn, và yêu cầu nhân viên ở từng kênh giao tiếp với khách hàng phải hồi âm lại trong một khoảng thời gian nhất định. Ví dụ, email sẽ được trả lời trong vòng 12 giờ, trong khi các tweet hay bình luận trên Facebook cần được trả lời trong vòng 15 phút.

#### 2.9.1.4. "Yêu cầu của tôi liên tục bị chuyển từ người này sang người khác."

Không có gì khiến khách hàng khó chịu hơn so với việc phải giải thích đi giải thích lại vấn đề của họ với nhiều người khác nhau.

Hãy đào tạo nhân viên chịu trách nhiệm cho từng yêu cầu được đưa ra và chịu trách nhiệm giải quyết chúng cho đến khi đưa ra giải pháp cuối cùng. Điều này sẽ ngăn mối quan hệ giữa bạn và khách hàng xuất hiện những vết rạn nứt.

#### 2.9.1.5. "Bạn không biết mình đang nói gì."

Khả năng đối phó với một loạt các khiếu nại của khách hàng của các nhân viên là không giống nhau.

Điều quan trọng là cần đào tạo và kiểm tra từng nguời trong số họ về càng nhiều vấn đề càng tốt và buộc họ chịu trách nhiệm với việc tìm ra giải pháp cho từng khách hàng. Các nhân viên tuyến đầu cần được hỗ trợ với tất cả nguồn lực sẵn có để có thể giúp khách hàng xử lý phần lớn các vấn đề họ gặp phải.

#### 2.9.1.6. "Bạn đã mất kiên nhẫn và tỏ vẻ khó chịu với tôi trên điện thoại."

Một khách hàng đang thất vọng có thể rất khó tính, và các nhân viên dịch vụ chăm sóc khách hàng có thể mất kiên nhẫn khi đã quá mệt mỏi. Nếu hai điều này kết hợp thì thực sự là một thảm họa.

Vì vậy, hãy đảm bảo nhân viên trực tổng đài của bạn có được sự hỗ trợ tích cực, nghỉ ngơi và giải lao kịp thời để tránh rơi vào cảnh stress và trút giận lên các khách hàng.

#### 2.9.1.7. "Đừng cố gắng bán thêm đồ cho tôi nữa!"

Một khách hàng không hài lòng sẽ cảm thấy khó chịu khi liên tục nhận được lời chào mời kéo họ mua thêm các sản phẩm.

Thay vì ép buộc, hãy giữ mối quan hệ bằng cách gửi cho họ những bài viết có giá trị (và thể hiện chuyên môn của công ty). Khi đó, họ sẽ tự tìm ngay đến bạn khi có nhu cầu mua thêm.

#### 2.9.1.8. "Đối thủ cạnh tranh của bạn nói rằng họ sẽ cung cấp  x, y và z cho tôi."

Khi nỗ lực để có được một điều gì đó từ một công ty bạn, một số khách hàng sẽ khẳng định rằng một đối thủ cạnh tranh sẽ cung cấp những gì họ muốn và do đó, bạn cũng nên làm như vậy. Đừng quá tin tưởng mọi khách hàng bởi vì một số người sẽ nói dối để có được những gì họ muốn.

Nếu có điều gì đó bạn không thể cung cấp thì hãy trình bày nó với khách hàng một cách lịch sự. Nhưng nếu bạn nghĩ rằng yêu cầu này là hợp lý và có triển vọng kinh doanh tốt, hãy thực hiện nó. Và nếu bạn nhận được những lời khiếu nại tương tự từ nhiều khách hàng về những gì một đối thủ cạnh tranh với bạn đang cung cấp thì hãy điều tra. Có lẽ bạn cần cân nhắc đưa yếu tố đó vào tiêu chuẩn mua bán của công ty mình và thực hiện nó.

### 2.9.2. Xử lý khiếu nại của khách hàng

  Xử lý khiếu nại của khách hàng là điều rất quan trọng đối với chăm sóc khách hàng nói riêng và cả doanh nghiệp nói chung. Điều này có ảnh hưởng rất lớn đến độ tin cậy của doanh nghiệp.

Vậy bí quyết giải quyết khiếu nại là gì? Nên giải quyết khiếu nại với từng loại khách hàng ra sao? Chúng ta cùng đi tìm hiểu.

#### 2.9.2.1. Vai trò của xử lý khiếu nại của khách hàng

**Vai trò của xử lý khiếu nại khách hàng**

Xử lý khiếu nại của khách hàng là một phần quan trọng trong quá trình chăm sóc khách hàng. Đây là một mối quan hệ tỷ lệ nghịch với nhau, thời gian xử lý khiếu nại càng thấp thì dịch vụ khách hàng vượt trội sẽ càng cao hơn.

Việc xử lý khiếu nại của khách hàng tốt sẽ tạo nên những trải nghiệm tốt. Từ đó, bạn có thể duy trì và giữ chân vị khách này. Ngoài ra, khiếu nại khách hàng cũng là thước đo độ hiệu quả của dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Nếu khiếu nại càng nhiều thì quản lý trải nghiệm chưa thật sự hiệu quả và ngược lại. Bởi quản lý trải nghiệm khách hàng như phòng bệnh, còn xử lý khiếu nại là chữa bệnh. Quản lý trải nghiệm khách hàng sẽ giúp bạn hiểu họ, lường trước và chủ động trong các hành động để mang đến dịch vụ xuất sắc và nhất quán nhất.

#### 2.9.2.2. Phân loại khách hàng khiếu nại

Khách hàng nóng tính: Đây là những khách hàng sẽ phản ứng gay gắt ngay khi không hài lòng với sản phẩm, dịch vụ và yêu cầu được giải quyết ngay. Tuy nhiên, những khách nóng tính lại có độ “chung thủy” khá cao đấy nhé!

Bí quyết giải quyết khiếu nại với những khách thế này: bạn chỉ cần đưa ra hướng giải quyết phù hợp và thực hiện ngay là đã làm họ hài lòng. Chắc chắn, sau này, họ vẫn sẽ là khách hàng trung thành của bạn.

Khách hàng trầm tính: Khách hàng trầm tính lại vô cùng khó khăn trong việc chăm sóc. Khi không hài lòng về sản phẩm, họ cũng không đưa ra phản hồi, ý kiến mà chỉ âm thầm hoặc tặc lưỡi bỏ qua vì ngại mất thời gian, phiền hà. Tuy nhiên, sau đó, họ cũng sẽ không trở lại với bạn nữa. Vì họ quan điểm rằng mình chỉ bị như vậy 1 lần rồi thôi.

Cách xử lý khiếu nại của khách hàng đối với khách hàng trầm tính, bạn nên khuyến khích họ than phiền, góp ý và giải quyết một cách rõ ràng với họ. Đồng thời, bạn cũng cần đưa ra những thiện chí biết ơn khi họ đã đóng góp ý kiến phản hồi cho bạn.

Khách hàng kiếm chuyện: Đây là kiểu khách hàng rất khó chịu trong việc giải quyết. Có thể khách cố tình kiếm chuyện để hạ thấp uy tín của bạn, hoặc họ bức xúc trước thái độ bán hàng, phục vụ đến từ cá nhân… Hay đôi khi chỉ đơn giản vì họ có chuyện cá nhân khiến khó chịu trong người cùng  lúc với thời điểm bạn hoặc nhân viên của bạn làm họ không hài lòng.

Bí quyết giải quyết khiếu nại đối với khách hàng: bạn cần phải giữ sự bình tĩnh, kiên nhẫn, lắng nghe và thể hiện thái độ hết sức cầu thị với họ. Tuy nhiên, trong những trường hợp mà sự việc đi quá xa, nếu họ vẫn cố tình gây chuyện thì bạn nên từ chối một cách lịch sử. Bởi bạn có quyền lựa chọn khách hàng cho mình. Do đó, bạn cũng cần giữ sự tự trọng cá nhân trong mức giới hạn cho phép.

#### 2.9.2.3. Bí quyết giải quyết khiếu nại của khách hàng

Chỉ với 6 bước sau đây bạn đã có bí quyết xử lý khiếu nại của khách hàng. Chi tiết cùng tìm hiểu ngay sau đây nhé:

**Bước 1: Tiếp nhận phàn nàn**

Đầu tiên, bạn cần phải lắng nghe, tiếp nhận phàn nàn từ phía khách hàng. Dẫu cho khách hàng có nóng tính đến đâu thì bạn cũng hãy cố giữ phép lịch sự một cách tốt nhất. Bạn có thể hít một hơi thật sâu, luôn mang trong đầu tư duy rằng khách đang phàn nàn về sản phẩm chứ không phải chỉ trích bản thân mình.

Trong quá trình khách hàng trình bày, bạn nên bày tỏ thái độ cầu thị, chú tâm lắng nghe từng chút. Từ đó, bạn sẽ dễ dàng nắm bắt được mong muốn và thấu hiểu họ một cách cặn kẽ nhất.

Tiếp nhận thông tin, lắng nghe góp ý của khách hàng

**Bước 2: Thông cảm**

Muốn xử lý khiếu nại của khách hàng tốt thì việc thứ hai bạn cần làm đó là phải biết thông cảm. Bạn hãy chắc chắn rằng không nên phản kháng họ một cách chủ quan. Bởi nếu vậy, bạn sẽ làm tình hình trở nên xấu hơn bao giờ hết. Khách hàng thường không quan tâm vấn đề đó ra sao. Điều họ muốn là vấn đề cần phải được giải quyết cho họ.

Ngoài ra, bạn đừng cố bào chữa cho vấn đề của khách hàng. Điều khôn ngoan hơn tất cả là cố tỏ ra cảm thông, sẻ chia với họ. Lúc này, bạn sẽ góp phần làm giảm đi sự căng thẳng, tức giận trong lòng khách hàng.

Sau đó, bạn hãy giải thích rõ ràng với họ về trường hợp của vấn đề. Bên cạnh đó, bạn cũng nhắc lại những quy định, thỏa thuận giữa bạn với khách hàng trong quá trình mua bán trước đây.

**Bước 3: Đặt câu hỏi phù hợp là bí quyết xử lý khiếu nại của khách hàng**

Bí quyết giải quyết khiếu nại là bạn cần tìm được nguyên nhân của vấn đề. Tuy nhiên, hãy thật thận trọng trong việc đặt câu hỏi của mình. Việc sử dụng các câu hỏi mở sẽ giúp bạn tương tác với khách hàng thoải mái hơn. Bạn nên thử dùng các câu hỏi như “Thế nào…?”, “Điều gì…?” hoặc “Khi nào…?”.

Những câu hỏi theo kiểu này sẽ đánh trúng vào tâm lý của khách hàng. Qua đây, hãy cho họ thấy thiện chí của bạn trong việc cố gắng giúp họ xử lý khiếu nại một cách tốt nhất.

**Bước 4: Đưa ra giải pháp để giải quyết**

Đây là một trong những bước quan trọng nhất khi xử lý khiếu nại của khách hàng. Sau khi đã lắng nghe ý kiến, mong muốn của khách hàng, đồng thời, bạn cũng đã giải thích về các thỏa thuận quy định trước kia thì đây sẽ là lúc để đưa ra hướng giải quyết phù hợp, rõ ràng cho khách.

Bạn đưa ra hướng giải quyết giống như thảo luận và trao đổi giữa 2 bên để bạn và khách hàng có được tiếng nói chung (cả hai cùng đồng ý hướng giải quyết). Trong trường hợp cả hai không tìm được tiếng nói chung, bạn buộc lòng phải nhờ 1 bên thứ 3 làm trung gian để giải quyết.

**Bước 5: Thực hiện giải pháp đã đưa ra**

Sau khi đưa ra được giải pháp thì bạn bắt đầu tiến hành thực hiện. Bí quyết giải quyết khiếu nại đó là: trước tiên, bạn cần đảm bảo rằng đã đưa ra cho khách hàng những biện pháp thay thế tốt nhất.

Bằng việc mang đến ít nhất hai lựa chọn, khách hàng sẽ dần thấy thỏa mãn hơn. Thông thường, những giải pháp bạn đưa ra sẽ bị hạn chế đôi chút. Tuy nhiên, nếu bạn áp dụng các cụm từ như “Chuyện gì sẽ xảy ra nếu…?” hay “Còn… thì thế nào?”, chắc chắn, khách hàng sẽ dần bị thuyết phục hơn.

Một điều quan trọng khác mà bạn cần nhớ là không bao giờ hứa những điều bạn không thể làm. Bởi như vậy, bạn sẽ chỉ làm mọi việc trở nên tồi tệ hơn mà thôi nhé!

**Bước 6: Chăm sóc, theo dõi khách hàng sau khi thực hiện**

Cuối cùng, khi bạn và khách hàng đã có tiếng nói chung (thống nhất về giải pháp), bạn không nên dừng lại ngay sau đó. Bạn nên xử lý khiếu nại của khách hàng đến cùng và đảm bảo rằng những điều bạn đã cam kết chắc chắn sẽ được thực hiện.

### 2.9.3. Cách viết thư khiếu nại

#### 2.9.3.1. Xác định đối tượng nhận thư.

Bạn nên viết thư cho một người cụ thể có khả năng giải quyết vấn đề của bạn. Hãy bắt đầu việc này bằng cách vào website của công ty và tìm kiếm địa chỉ liên lạc. một số tập đoàn lớn sẽ có cả một bộ phận riêng để hỗ trợ khách hàng. Với những công ty địa phương, thì sẽ dễ tiếp cận người quản lý cao cấp hơn. Trong trường hợp bạn không tìm được địa chỉ liên lạc của cá nhân, bạn có thể thử gọi và hỏi địa chỉ liên lạc cụ thể của giám đốc. Nếu bạn không tìm được địa chỉ email cụ thể, hãy thử tìm cấu trúc email của công ty như: hainv@ndh.vn hoặc nguyenvanhai@ndh.vn. Người nhận được thư của bạn chưa chắc sẽ trực tiếp giải quyết vấn đề của bạn. Trong trường hợp của tôi chẳng hạn, giám đốc công ty chuyển lá thư khiếu nại của tôi cho trường phòng marketing và đó mới là người trực tiếp giải quyết khiếu nại của khách hàng. Tuy nhiên việc viết thư cho giám đốc giúp lá thư của tôi đến đúng địa chỉ.

#### 2.9.3.2. Hãy lịch sự và bình tĩnh.

Đừng viết một lá thư đầy giận dữ chỉ để chửi rủa công ty, nhân viên hay sản phẩm của họ. Cũng đừng đe dọa trả thù nếu người ta không giúp bạn. Nếu có khiếu kiện gì bạn hãy trinhg bày thật cự thể và chi tiết về vấn đề của mình. Chửi rủa và đe dọa sẽ không giúp gì cho bạn trong trường hợp này.

#### 2.9.3.3. Đặt tiêu đề dễ hiểu cho lá thư.

Mỗi ngày, các nhân vật bạn viết thư cho đều nhận được hàng trăm email và có thể dễ dàng bỏ sót email của của bạn. Hãy bảo đảm email của bạn có một tiêu đề cụ thể và rõ ràng để thu hút sự chú ý cũng như đơn giản hóa công việc của người đọc. Chú ý bổ sung các thông tin liên quan như địa điểm, số series của sản phẩm, địa điểm,…vào tiêu đề hoặc đầu thư nếu có thể.

#### 2.9.3.4. Trình bày rõ tại sao bạn không hài lòng vì sản phẩm/ dịch vụ nói trên.

Trong trường hợp của tôi, tôi cảm thấy tôi mất thêm tiền, thời gian và bị tổn thương về thân thể khi xung đột với nhân viên. Tôi cũng cho rằng đáng lẽ công ty đã có thể ngăn chặn những sự cố đáng tiếc như vậy xảy ra.

#### 2.9.3.5. Tóm lược lại quá trình bạn khiếu kiện về vấn đề nói trên với công ty.

Ghi rõ bạn đã từng gọi và khiếu nại với những ai về các vấn đề của bạn. Đến mức mà bạn phải viết lá thư khiếu nại này thì chắc chắn bạn đã phải khiếu nại đến nhân viên công ty một vài lần rồi. Hãy nhớ lại cụ thể bạn đã nói chuyện với ai, vào ngày nào. Đồng thời, nói rõ họ có cố gắng giúp đỡ bạn hay không, nhưng tuyệt đối trong trường hợp nào cũng đừng phỉ báng, bôi nhọ họ.

#### 2.9.3.6. Nêu rõ yêu cầu của bạn.

Bạn muốn được bồi hoàn tiền, hay muốn được thay một sản phẩm mới? Nếu đó là một dịch vụ, bạn có muốn nó được hoàn thành sớm nhất có thể? Nếu bạn muốn được giảm giá, hãy nêu ra 1 con số cụ thể. Họ có thể sẽ đề nghị ở mức cao hơn cả mức bạn yêu cầu, ví dụ như trường hợp của tôi.

#### 2.9.3 7. Hãy đưa ra thời hạn trả lời.

Ra một thời hạn hợp lý để họ liên lạc lại và giải quyết vấn đề của bạn. Thời hạn này tối thiểu là một tuần và tối đa là 2 tuần. Đừng quên cảm ơn họ vì đã dành thời gian cân nhắc vấn đề của bạn, nhưng cũng nhắc nhở rằng bạn sẵn sàng khiếu kiện tiếp ở những cấp cao hơn nếu họ không có tín hiệu trả lời.

#### 2.9.3.8. Nhớ để lại địa chỉ liên lạc.

Bảo đảm rằng họ có số điện thoại, địa chỉ nhà và email của bạn để có thể liên lạc với bạn dễ dàng nhất có thể.

#### 2.9.3.9. Thêm các văn bản có liên quan.

Nhớ gửi kèm theo thư khiếu nại của bạn bản sao cuả mọi hóa đơn hay tranh ảnh có liên quan đến vấn đề, và giữ lại bản gốc.

#### 2.9.3.10. CC email khiếu nại cho những người có liên quan.

Nếu bạn tìm được địa chỉ liên lạc của vài người có khả năng giải quyết khiếu nại của bạn, hãy gửi cho tất cả. Hãy cẩn trọng, đừng bỏ qua một nhân viên cấp dưới khi mà người đó thà giải quyết vấn đề của bạn còn hơn để nó đến tai sếp lớn.

Nếu khiếu nại của bạn đến đúng người nhận và bạn tuân thủ những bước trên, phần lớn các công ty sẽ sẵn lòng giải quyết vấn đề của bạn. Trong trường hợp, kể cả khi bạn đã cố gắng hết sức mà, bạn có thể cân nhắc việc khiếu nại lên những cấp cao hơn, như Hội bảo vệ người tiêu dùng, hoặc gửi câu chuyện của mình đến các báo, tạp chí lớn để tìm được sự ủng hộ của dư luận.

### 2.9.4. Cách viết thư trả lời khiếu nại

#### 2.9.4.1. Bạn đang viết về điều gì

Để soạn thảo được những bức thư trả lời khách hàng có tác dụng tích cực đúng như bạn mong muốn, bạn phải tự đặt mình vào trong một trạng thái tâm lý thích hợp – bạn đang viết thư để giải quyết khiếu nại, trả lời thắc mắc, hay cảm ơn họ vì đã mua sản phẩm/dịch vụ của bạn? Việc đặt bố cục bức thư trong một ngữ cảnh cụ thể như vậy sẽ hướng bạn đến việc sử dụng ngôn ngữ và giọng điệu phù hợp. Bạn biết đấy, thông điệp và nội dung của một bức thư cảm ơn sẽ không thể giống như những gì bạn nên thể hiện trong bức thư xin lỗi khách hàng.

#### 2.9.4.2. Diễn giải mục đích của bạn

Hãy bắt đầu bằng việc tóm tắt nguyên nhân khiến bạn viết lá thư này. Ở phần mở đầu của bức thư, bạn nên dành vài dòng để nói về việc bạn đang trả lời một câu hỏi, hay giải quyết một vấn đề cụ thể nào đó của khách hàng. Điều này sẽ cho người đọc hiểu được lý do tại sao bạn liên lạc với họ, đồng thời giúp họ dễ dàng tiếp nhận bức thư của bạn. Một đoạn tóm tắt sơ lược trước khi vào đề sẽ thu hút sự chú ý của khách hàng ngay từ những dòng đầu tiên.

#### 2.9.4.3. WIIFM: Có thứ gì trong đó dành cho tôi không

Xin nói ngay rằng đây không phải là tín hiệu âm thanh radio hay một mật mã nào đó. WIIFM có nghĩa là: “Có thứ gì trong đó dành cho tôi không?” (What’s in it for me?). Để thể hiện sự thân thiện nhằm lôi kéo khách hàng đứng về phía bạn, bạn phải lồng ghép vào trong bức thư một lợi ích nhất định. Họ phải nhìn thấy một điều gì đó, ngoài những lời lẽ thường gặp trong các bức thư, để cảm thấy hài lòng, thoả mãn. Vậy WIIFM dành cho khách hàng nên là gì? Đó là: Phàn nàn của họ được giải quyết thỏa đáng, họ nhận được một đề nghị giảm giá, một dịch vụ ưu tiên cho lần tiếp theo khi sử dụng sản phẩm/dịch vụ của bạn... Nếu lời phàn nàn không quá nghiêm trọng, thì một lời xin lỗi lịch thiệp cũng được xem là đủ.

#### 2.9.4.4. Đừng dùng đại từ Tôi

Bất cứ khi nào có thể, bạn hãy tránh sử dụng đại từ xưng hô “tôi” trong bức thư. Người đọc sẽ cảm thấy thật khó mà tiếp cận hay đồng cảm với bạn, nếu họ nhận được một lá thư tràn ngập những “cái tôi”. Bạn cần đọc lại bức thư và bất cứ chỗ nào có thể, bạn nên thay thế từ “tôi” bằng một từ khác. Hãy thay đổi trọng tâm sao cho bức thư của bạn hướng tới người đọc, làm cho họ cảm thấy mình được tôn trọng.

#### 2.9.4.5. Hãy viết như những gì bạn nói

Có không ít bức thư trả lời khách hàng được soạn thảo như thể chúng ra đời từ những năm 1900 của thế kỷ trước. Chúng được chăm chút cẩn thận, kỹ càng với ngôn ngữ bài bản, cứng nhắc và sáo mòn – nhìn chung là quá cầu kỳ, hình thức. Để khách hàng dễ chấp nhận, và cũng để tiết kiệm thời gian cho họ, bạn nên sử dụng văn nói với câu ngắn, từ ngữ đơn giản, phổ thông. Nói chung, sự giao tiếp giữa bạn với khách hàng, bao gồm cả những bức thư mà bạn gửi cho họ, luôn đóng vai trò quan trọng trong nỗ lực tạo dựng một dịch vụ khách hàng xuất sắc. Vì vậy, bạn hãy đọc lại bức thư và gạch bỏ những cụm từ mà bạn đã học được từ các giờ tập làm văn ở nhà trường.

#### 2.9.4.6. “Xin hãy làm”

Khi viết thư cho khách hàng, chắc hẳn bạn mong muốn là bức thư này sẽ đạt được một mục đích cụ thể nào đó. Vì thế, bạn hãy kết thúc bức thư bằng những lời lẽ kêu gọi rõ ràng. Bạn cần viết sao cho người đọc hiểu được chính xác bạn đang chờ đợi họ làm gì sau khi đọc bức thư bạn gửi. Ví dụ bạn có thể viết: “Xin hãy gọi điện cho tôi để chúng ta có dịp bàn luận sâu hơn về vấn đề này”, hay “Hãy điền vào mẫu đính kèm và gửi lại cho chúng tôi”, “Xin gửi cho chúng tôi đơn đặt hàng”… Một lời thôi thúc hành động sẽ là cách thức tuyệt vời để kết thúc bức thư của bạn và để lại trong tâm trí khách hàng những suy nghĩ về việc họ cần làm sau đó.

#### 2.9.4.7. Kiểm tra lại thư

Nếu bạn đang viết một bức thư quan trọng hay một bức thư có nhiều thông điệp phức tạp, bạn nên đề nghị một ai đó đọc và, nếu cần thiết, hiệu đính lại bức thư trước khi gửi đi. Công việc này không chỉ đơn thuần là kiểm tra lỗi chính tả, mà còn là việc xem lại cả bố cục, nội dung và lối diễn đạt của bức thư. Liệu cấu trúc, nội dung của thông điệp mà bạn muốn truyền tải tới khách hàng có được thể hiện rõ ràng và dễ hiểu không? Bạn có thể phải giật mình trước những khiếm khuyết không ngờ tới mà một ai đó sẽ phát hiện ra được trong bức thư của bạn.

Và giờ đây, bạn đã có được một bức thư trả lời khách hàng hoàn chỉnh! Hãy nhanh chóng gửi đi để có thể “nhận lại” sự hài lòng, thông cảm và lòng trung thành của khách hàng dành cho sản phẩm/dịch vụ của bạn.

### 2.9.5. Cấu trúc thư trả lời khiếu nại

#### 2.9.5.1. Dear \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, (Kính gửi,\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

#### 2.9.5.2. Mở đầu thư:

 – Thank you for writing to us here at the Anytown Hotel. We are sorry to hear that your stay at our establishment did not meet your expectations.

(Cám ơn ông/bà đã viết thư cho khách sạn Anytown chúng tôi. Chúng tôi rất xin lỗi khi nghe rằng kì nghỉ của ông/bà tại đây không như mong đợi.)

– As the manager of the Anytown Grill, I would like to sincerely apologize for the negative experience you had at our restaurant. Having read your letter, I am appalled by the treatment you experienced. This does not reflect the high standards we hold here at the Anytown Grill.

(Với tư cách quản lí của Anytown Grill, tôi chân thành xin lỗi sự cố đáng tiếc mà ông/bà gặp phải tại nhà hàng. Đọc thư của ông/bà, tôi kinh ngạc bởi sự đối đãi mà ông/bà gặp phải. Việc làm đó không đúng với tiêu chuẩn cao cấp chúng tôi đề ra tại Anytown Grill.)

#### 2.9.5.3. Giải thích vấn đề:

In your letter, you state ………(Trong thư phàn nàn, ông/bà chỉ ra rằng)

#### 2.9.5.4. Xin lỗi:

– We are sorry to have inconvenienced you on your visit to Anytown. Your complaint has inspired us to re-train the staffs. Now, all employees have been reminded that the appropriate procedure in this situation.

(Chúng tôi rất xin lỗi vì sự không thoải mái của ông/bà khi ở tại Anytown. Phàn nàn của ông bà giúp chúng tôi huấn luyện lại đội ngũ nhân viên. Bây giờ, tất cả nhân viên đều đưcợ nhắc nhở cách xử trí hợp lí trong trường hợp này.)

– Unfortunately, your description of this server did not include a name, so we are not provided enough information to identify her. We have, however, addressed all the staffs in the retaurant.)

(Thật không may, mô tả của ông bà về người phục vụ đó không kèm tên, nên chúng tôi không có đủ thông tin để xác định cô ấy. Tuy nhiên, chúng tôi cũng đã nhắc nhở tất cả nhân viên trong nhà hàng.)

#### 2.9.5.5. Hứa hẹn bù đắp:

– Please accept our most sincere apologies. Given the unfortunate experience you had here at the Anytown Hotel, we would like to extend to you this $100 voucher for your next stay at our establishment. We hope that your next stay with us will better meet our standard of excellence.

(Xin hãy chấp nhận lời xin lỗi chân thành nhất của chúng tôi. Để bù đắp cho sự cố không may ông/bà gặp phải tại khách sạn Anytown, chúng tôi muốn tặng ông/bà phiếu 100 đôla cho lần ở tiếp theo của ông/bà tại khách sạn của chúng tôi. Chúng tôi hi vọng lần ở tiếp theo tại đây sẽ chuyên nghiệp đúng tiêu chuẩn của chúng tôi.)

– On behalf of everyone at the Anytown Grill, I would like to extend to you this $20 gift card to make up for your experience at our facility. We hope to see you in our restaurant again soon so we can show you what service really means to us.

(Thay mặt cho mọi người ở Anytown Grill, tôi muốn tặng ông/bà phiếu 20 đôla để bù đắp cho sự cố ông/bà gặp phải tại nhà hàng chúng tôi. Chúng tôi hi vọng được gặp lại ông bà tại nhà hàng của chúng tôi và chúng tôi sẽ cho ông/bà thấy sự phục vụ thật sự.)

#### 2.9.5.6. Sincerely,

(Thân,)

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Bùi viết Tuyên, Trịnh Quang Dũng, Trần Anh Thơ, Thư tín thương mại chọn lọc*,*

2. GB & US Crispin Michael Geoghegan, Michael Marchenteau, Bernard Dhuica, Commercial correspondence.