

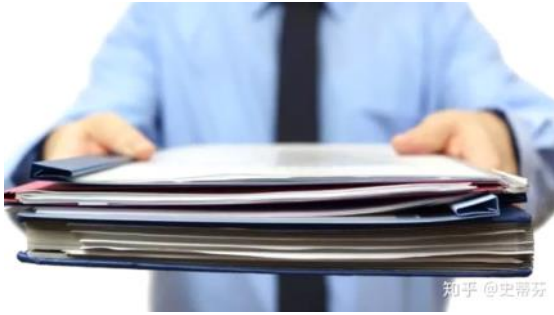


Key Point/Time/Changelog	详细内容
Key Point Time Changelog	首行回车 第二行TAB开始书写
作者：史蒂芬 链接： https://www.zhihu.com/question/38055777/answer/912762141 来源：知乎 著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。	<h2>一、表面上专业</h2> <p>这种纯属装腔作势，看自己的需要，很多人就靠这个吃饭。</p> <p>1) 措辞专业</p> <p>业内人士才使用的行话，别人一听就知道你懂点东西，以为你很专业。</p> <p>不要说逻辑，一定要说底层逻辑。</p> <p>不要说现有的，一定要说存量。</p> <p>不要说新增的，一定要说增量。</p> <p>不要说产品改版，一定要说产品迭代。</p> <p>不要说方法，一定要说算法。</p> <p>不要说角度，一定要说维度。</p> <p>不要说阅读量，一定要说流量。</p> <p>不要说抖音，一定要说字节跳动。</p> <p>不要说大V，一定要说KOL。</p> <p>不要说学到东西，一定要说认知升级。</p> <p>不要说用户界面，一定要说前端。</p> <p>不要说鼠标点击，一定要说交互。</p> <p>不要说回顾，一定要说复盘。</p> <p>不要说循环，一定要说闭环。</p> <p>不要说用户类型，一定要说用户画像。</p> <p>不要说专业网站，一定要说垂直网站。</p> <p>不要说股票市场，一定要说二级市场。</p> <p>不要说投资目标，一定要说投资标的。</p> <p>不要说金额，一定要说头寸。</p> <p>不要说借钱，一定要说拆借。</p> <p>不要说证券公司，一定要说券商。</p> <p>不要说债主，一定要说债权人。</p> <p>不要说基金公司，一定要说机构投资者。</p> <p>2) 中英夹杂</p> <p>关键词全部用英文替换，不管别人听听不懂，听不懂让他自行脑补，给人一种高级华人的感觉，反正就是装大尾巴狼，唬唬人。</p> <ul style="list-style-type: none">• 这个project我一直在follow的呀• 如果这个东西make sense的话呢，我也是no problem的啦• 这个plan又要delay喔 <p>诸如此类，不过我不喜欢，实在是水平差到一定程度才需要装这样的大尾巴狼。</p> <p>以上不多说，华而不实，下面重点说实质上如何做到专业。</p> <h2>二、工作方式专业</h2> <p>1) 有交待就有追踪和反馈</p> <p>只要是别人有交待的事，都要有追踪和回复，所以要用小本子记录待办事项，做一个to do list，以免遗漏。</p>   <p>有一种不专业行为经常被大家忽略，就是非得要等到最终结出来才回复，比如客户发一封邮件问你某件事进度如何，由于你迟迟等不到具体的执行部门的回复，所以也就不回复客户，这样是不专业的，不管怎么样，哪怕没有结果，也要回复客户你也在等结果，否则客户都不知道你看没看到这封邮件。</p> <p>微信里也同理，老板微信你要你去做一件事，很多人习惯性的等到做完了再回复老板结果，中途几个小时没有任何消息，专业的做法是收到信息后马上回复「收到」。</p> <p>2) 以文件作为任何输出结果的主要载体</p>



如果凡事都用大脑来记忆，不做任何书面上的规划，给人感觉就是想到什么做什么，没有条理和计划，容易丢三落四。

但你把一切都形成书面上文件的输出展现给别人看，就给人一种很专业的感觉，至少证明你对这件事是思考过的，心里有数，有条不紊。

有输入必有输出，这是最基本的。输入就是你收到的任何指示，输出就是你书面上能够给人分享的东西，最终所有的输入、输出、变更都要反映在文件上。

输出的文件形式主要包含以下几个方面：

1. 计划和追踪表 Plan & tracking sheet
2. 检查表 Checklist
3. 记录 Record
4. 报告 Report

当老板问你，这件事你打算怎么做呢？你就做一个plan发给他。凡是涉及到「怎么做」的问题，都要有plan。

虽然老板不一定问你进度如何，但是你隔一段时间还是可以主动把tracking sheet 发给他。

当老板问你，怎么保证做到万无一失？你就做一个checklist给他。凡是涉及到 make sure的问题，都要有checklist。中国人不习惯做checklist，但老外天生喜欢各种checklist。所谓checklist就是用「是否」开头的提问清单，这些问题都是经过全盘考虑后写进去的，目的是确保每一项都有完成。

P5 供方管理								
5.1	是否只选择获得批准/放行且具备质量能力的供方？	x					x	查：供方清单，和对所有供方的评审和批准记录
5.2	是否在供应链上考虑到了顾客要求？	x					x	查：发给供方的资料与顾客要求的和对，确保顾客要求已明确告知供方。
5.3	是否与供方就交付绩效约定了目标协议，并加以了落实？	x				x		查：与供方签订的所有协议，包括技术协议、质量协议。关注对供方的质量目标要求，如：退货PPM、三包周期等
5.4	对于外包产品和服务，是否获得了所需的批准/放行？	x					x	查：供方提交的PPAP资料。
5.5	是否确保了外包产品和服务的质量？	x					x	查：供方样品试验报告、进货检查报告的
5.6	是否对进厂的货物进行了适宜的储存？	x					x	查：仓库储存条件，库位、温度、湿度、防尘、通风、标识、先进先出等

P5 供方管理								
5.1	是否只选择获得批准/放行且具备质量能力的供方？	x					x	查：供方清单，和对所有供方的评审和批准记录
5.2	是否在供应链上考虑到了顾客要求？	x					x	查：发给供方的资料与顾客要求的和对，确保顾客要求已明确告知供方。
5.3	是否与供方就交付绩效约定了目标协议，并加以了落实？	x				x		查：与供方签订的所有协议，包括技术协议、质量协议。关注对供方的质量目标要求，如：退货PPM、三包周期等
5.4	对于外包产品和服务，是否获得了所需的批准/放行？	x					x	查：供方提交的PPAP资料。
5.5	是否确保了外包产品和服务的质量？	x					x	查：供方样品试验报告、进货检查报告的
5.6	是否对进厂的货物进行了适宜的储存？	x					x	查：仓库储存条件，库位、温度、湿度、防尘、通风、标识、先进先出等

是因为已经积累了一整套数据和算法，使得每个过程的规范化程度非常高。一个好的例子是互联网行业借助自动化工具对用户数据进行分析，比如微信公众平台的数据分析功能。



来源: <http://www.itongji.cn/article/QRHF12013.html>

这些信息能帮助你去识别和分析用户的属性价值，什么事件带来了突发的增长订阅？有多少人读完了图文？有多少转发？根据这些数据可以了解用户的喜好，有针对性地提升用户规模和活跃度。这样就不会象个无头苍蝇一样摸不着方向，容易把事情做好。

我发现一个事情，在我们传统行业，是比较依赖规范性文件，作业指导书什么的。但在互联网行业，尤其是规模小的公司，大家没有习惯写文档，建立规范，维护checklist，甚至测试也经常是由非专业人员来实施。我个人觉着，规范的确容易抹杀创新性，在团队规模小的时候，并不是最需要考虑的问题，但随着队伍的扩大，项目的增多，怎样把过去的成功经验复制在新项目上降低风险就是紧迫的事情了。一个项目能做好容易，但每个项目都会成功如果没有之前的踏实积累是不可能的。

写的比较散，总结一下，怎样一次性做对事情？

- 1、执行主体具备基本的能力，可以通过培训来达成；
- 2、定义一个可以被实现、满足预期的“好”的目标，这个目标是被利益相关方认可没有歧义的；
- 3、把工作分解成可以被量化、重复、检验的活动，建立和维护checklist，积累经验数据；
- 4、如果一个活动能被量化，那么一切就都在掌控之中。获得的行业有效数据，就是核心；
- 5、在适当的时机将成功从个人机会主义转变成团队资产，手段是建立制度规范和经验数据库。

关于本题问的记笔记的问题，我有点无力回答，是个小命题。之所以做不好是因为你觉着不重要，没有执行的意愿，没有定义一个适合自己的目标，缺少能力或者说方法。别好高骛远要达到顶级的，一步一步来吧，也许换支好钢笔、一个有意思的笔记本来提高执行的意愿是好的开始呢！

编辑于 2014-02-26

老板对你上癮的邮件的是怎么写的？
2020/3/12 23:37
作者：史蒂芬
链接：

一封糟糕的邮件，还不如不写，浪费读者的时间，到时候他看不懂又发邮件问你，又要你来回解释几遍，到头来还是浪费你时间。我见过一个很简单的事情，双方沟通了一个星期还没说清楚，失败的地方就是邮件非常糟糕，别人根本得不到想要的信息，如果按照我下面的写法，基本一两次就能搞定。

邮件主题

主题：XXXX

先上例子

今天 (4 封)			
		Steven	外观样品 (型号T242) 发货日期 10月13日
		Steven	样品发货日期
今天 (6 封)			
		Steven	T321 新模具耐久测试报告 (9月21日测试) -结果OK
		Steven	T321耐久测试报告

前后两个例子，孰优孰劣，高下立判。可惜大多数人写邮件时，默认看邮件的人知道他要发的内容是什么，所以理所当然用自己的理解写出了缺乏信息的主题。这种缺乏信息的主题会给收件人带来哪些不便呢？

- 不知道这封邮件的重点，从而忽略掉不看（经常会有收件人说，我知道你发了邮件，但是我还没看）。如果你把必要的信息写在主题里，是不是一方面能够吸引他打开的兴趣，另一方面，哪怕他没打开，但是他看到了主题就初步掌握了所需信息，是不是能够帮他节省效率呢？
- 不方便日后查询。时间一久，看到这样的主题，完全不知道是干什么的，他会又来找你，要你再发一遍。

所以对于主题，我的基本建议是（所有邮件无非是三种目的，提供信息、需要决策、需要信息）

- 提供信息比如（测试报告、数据之类），直接把基本结果写上去吧，外加这个信息的目的是什么
- 需要收件人做决策的，把需要回复的时间写进主题吧，比如（请星期五之前回复），提高紧迫感
- 需要收件人提供信息的，你在后面加个“咨询”两个字，比如“XXX产品报价咨询”
- 一封邮件反复沟通来沟通去，到最后内容可能会和主题不符合，请主动把主题及时更改为合适的内容。

举个最近的例子，我要休假三天，邮件主题有以下两种写法。高下立判。

- 休假通知
- 本人11月3日-11月6日休假，工作由张三代理，急事打我电话189XXXX。

邮件正文

一句话概括，就是开门见山、能够用表格用表格、不能用表格的也要用项目符号。

- 正文第一句话，请说明你的结论或者你发这封邮件的目的，再解释事情经过。
 - 中国说话习惯卒章显志：先解释事情经过，最后才说明他想要干什么，在邮件里也常常有这种通病，别人看到长长的邮件，没有耐心看到结尾，可能就不看了，所以，以下两封邮件，高下立判（先忽略邮件的措辞）

Hi Bill,

我今天看了一下 T312 样品的开发进度，模具方面一切正常，下面是模具的数据。但是另外由于 XXX 方面 XXXXXXXXX

此数省略二百字

所以我想看看，你这边可不可以同意晚一点出货，以保证产品质量。

Hi Bill,

关于 T312 的开发，我们这边现在遇到一些问题，我想看看你这边可不可以同意晚一点出货，以保证产品质量。

模具方面一切正常，下面是模具的数据。但是另外由于 XXX 方面 XXXXXXXXX

此数省略二百字

- 一定要多用项目符号 用项目符号 用项目符号！重要的话说三遍（项目符号就是我这段话左边的那个圆点）
 - 大部分人发邮件都是眉毛胡子一把抓，和平时说话一样把所有内容全写在一起而不分开（哪怕有分段，但是还是看不清）。这样产生的问题是信息极其不清晰，没有层次感，别人抓不住重点而错过重要的信息。
 - 项目符号的作用是拯救你邮件最强大的利器，能够帮你理清思路，理清结构，看邮件的人也一清二楚，但是我很惊讶的是大多数人都这么用。试比较以下邮件。

Subject: A1 A2线生产状况（A1线继续改善，A2等待通知量产）

各单位，

根据今天的审核结果，发现 A1 线的品质有所改善，厚度在规格之内，硬度也合格，性能参数已经接近下限，请立即改善。另外发现几个产品的颜色偏浅，请调查原因并改善。

A2 线，目前还在评审阶段，暂时不要量产。

Subject: A1 A2线生产状况（A1线继续改善，A2等待通知量产）

各单位,

以下是今天的审核结果，性能和外观有些问题，请立即改善。

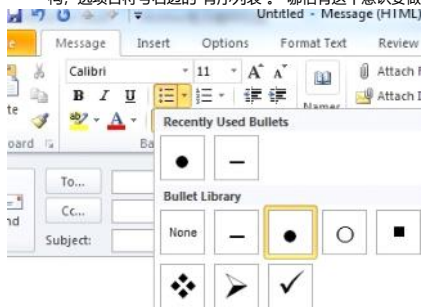
A1 线- 品质有所改善

- 厚度：OK
- 硬度：OK
- 性能：参数接近下限
 - 请立即改善
- 外观-有几个产品的颜色偏浅
 - 请调查原因并改善

A2 线

- 目前还在评审阶段，暂时不要量产。

◦ 项目符号在outlook就在下图这个位置（word类似）。如果想要像上图一样添加次级项目符号（也就是“-”请选择“-”，并且按tab降级，如果是要做有顺序的1、2、3这样的结构，选项目符号右边的“有序列表”。哪怕有这个意识要做1、2、3有序列表的，大部分人都还在手工输入（多少人躺枪请自觉举手？）。



- 一定要多用表格，多用表格，多用表格！重要的话说三遍。道理和上面的项目符号一样

◦ 能够用表格的信息一定要用表格，不能用表格的也要用项目符号

- 以下两例子，哪个能够让人简单省事阅读呢？由于表格有对齐功能，更能够让人一眼看到所需要的信息。

Subject: T311 开发进度

Hi Mike,

以下是我们的开发进度。

#3，实际完成时间是7月9日，目前已经出货

#4，目前模具完成，计划完成时间7月21日，准备投入铸造

#5，目前模具制作中，计划完成时间7月25日，由于模具产能限制，模具完成时间可能会比预期晚两天。

大段文字

Subject: T311 开发进度(=3已经完成)

Hi Mike,

以下是我们开发进度。其中#3 已经完成，其他还在进行中。

型号	计划完成时间	目前进度	实际完成时间	备注
#3	7月10日	完成	7月9日	已出货
#4	7月21日	模具完成	-	准备投入铸造
#5	7月25日	模具制作中	-	由于模具产能限制，模具完成时间可能会比预期晚两天。

用表格

- 如果正文有图片，请务必在所有图片上做文字标注说明，哪怕你正文中也有说明。

◦ 因为每个人看邮件习惯第一时间看图片，如果图片上什么文字信息都没有，收件人会很迷惑，还需要在正文中查找，这样增加了收件人的阅读成本。

◦ 图片一定不放在正文中间（除非图片比较小），一定要放在所有正文最后。因为图片会占用很大的面积，导致图片下面的正文常常被忽略。

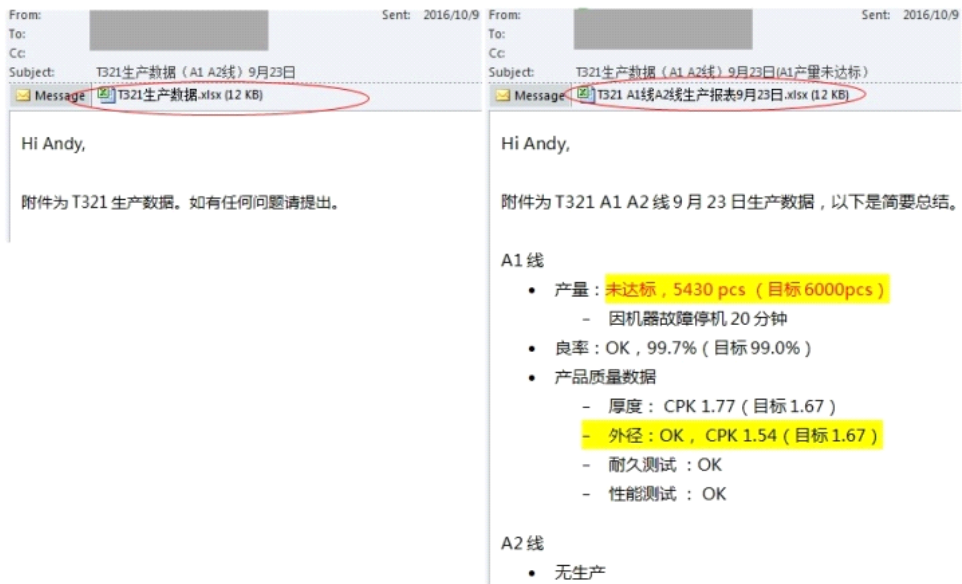


- 强调! 如果发件人的邮件没有思路，长长一段，而且N多问题夹杂在中间，回邮件时务必把所有问题整理一下列出来，附上答案写在自己的回信里。

附件

附件也是大有讲究，发附件不是说你把附件贴上去，然后发出去就这么简单的。

先上例子



如果你老板，你希望看到其中哪一封呢

- 附件的文件名：也和主题一样重要！必须尽可能信息完整。
 - 大部分人的附件只是很简单的几个关键字，有些人的甚至就是“新建文件”。
 - 附件名之所以信息要完整，也为了方便收件人在不看长长正文的情况下，一眼也知道附件是什么，更重要的是，收件人经常需要把附件保存在本地或者转发给别人，如果附件名过于简单，这两种情况都会增加沟通成本。
- 正文里一定要把附件的内容进行一个总结。正文总结 正文总结 正文总结！重要的事情说三遍。
 - 很多人责怪别人不看邮件，可是如果你就是单纯的发附件，正文没有任何comment，谁会有兴趣打开附件仔细看所有的信息呢？
 - 记住，谁都不想打开附件（太费时间）。为了“引诱”别人打开你的附件，在正文贴上总结信息是一种好办法。别人收件人来说，看到正文，如果一切正常，知道了，不需要打开。如果有问题，并且感兴趣，再去打开附件。
 - 很多美国人发附件的时候，还会写I also attached the soft copy below. 附件内容如果比较少，就直接把附件的文字全部copy出来，如果附件内容比较多，有以下两种方法
 - 对附件进行一个总结提炼
 - 把附件的内容直接截图贴在正文

举个反面例子

(心里千万头草泥马呼啸而过，靠，有问题直接贴在正文啊，这种附件，完全没打开的欲望)



最后一个建议是，所有邮件必须当天回，当天回，当天回！当天没办法答复也要回一个“我知道了，正在处理，明天再具体答复你”

我的工作每天需要通过邮件和美国总部沟通，为了减少不必要的误解和沟通成本，必须努力追求一封邮件到位，让别人一目了然看懂我在说什么，不需要再发邮件来询问某件事是什么意思，并且最大限度减少别人在阅读邮件上花的时间。以上是我平时采用的办法，并且证明是有效的，大家的反馈是都喜欢看我的邮件，因为好懂易看。希望以上对大家有帮助。

如何写好一封电子邮件？
<https://www.zhihu.com/mark-et/albums/1038205492262383616/manuscript/1038206816685154304>
2020/3/12

如果我问你，你和客户、领导、跨部门同事最常用的沟通方式有哪些？发邮件，绝对是其中最重要的一项。越是重要的内容，越是需要以邮件的形式进行沟通。邮件的写作水平可以说是一个人的「职业」的一面镜子。

今天我就来和你说说如何写好一封电子邮件。

一、邮件标题要简单直接，善用标签

很多人发邮件不写标题，这是非常不专业的做法，而且会造成很多「后遗症」。比如无法从标题上判断邮件内容，后期不方便搜索查阅等。一个合格的邮件标题应该注意以下 2 个细节:

1.标题要简单直接，最好能明确你内容的方向

2.善用标签，提升打开率 如果特别重要、紧急，或者想吸引对方的注意力，可以在标题加上「[重要]」、「[紧急]」、「[期待回复]」这样的标签。收件方很可能每天收到几十封邮件，通过这样的方式让对方先看你的邮件，以免漏掉了重要信息，耽误项目进展。

二、直接沟通对象是收件人而非抄送人

发送给（TO）需要知悉且希望对方回复的人（收件人），抄送（CC）给「需要知悉但不需要回复」的人，不要使用密送（BCC）。

收件人是你沟通的直接对象，邮件正文放上收件人的名字；与这个主题相关的人是你的抄送对象，可以不写抄送对象的名字，你认为需要知悉这件事情的人都可以抄送给对方，但是请谨慎使用，因为每个人每天都会收到很多邮件，不要打扰与主题无关的人。

三、如有附件，先添加附件，然后再写正文

很多人发邮件经常犯的一个错误是邮件发出去之后，发现忘了添加附件。所以发邮件的时候最好的习惯是:先添加附件，然后写正文，然后是主题，最后写上收件人。这样可以避免忘记发附件的尴尬。

四、用全名称呼对方，最有好感

邮件的开头要称呼对方。相比「Hi」和「Dear」，我更喜欢你直接叫我「师北宸」，显然会更让人舒服，这里要注意，一定不要把别人的名字写错！每个人都会特别在意自己的名字，写上对方的名字是礼貌和尊重，也会让对方对你有更多好感。

五、邮件正文要围绕主题，尽量简洁

在邮件的一开始就要说明来意。比如：「我是某某某，想邀请你合作一门课程」。我能马上判断这封邮件是否感兴趣，进而决定是否要继续阅读下去。 邮件的整体结构可以为：表明主题—>细节阐述—>小结。表达上尽量简洁，所有信息围绕主题，不相关的内容删掉。从一开始就写能引起对方兴趣的事情。

六、需要对方重点注意的地方要标注出来

在邮件正文中，一些需要对方重点注意的内容，你可以用加粗或者高亮的方式标注出来，这样子可以在最短的时间里抓住对方的注意力。

七、作者签名最能体现写信人的「职业化」

这也是很多人在写邮件时经常忽略掉的一个问题，写不写作者签名，作者签名能否写清楚最能体现一个人是否「职业化」。微信是现在人们的主要沟通方式，所以在作者签名栏留下你的微信号，或者附上微信二维码，会大大降低对方联系你的成本，也更容易达成联系。

作者签名写在左下角即可，不需像传统纸质信函一样写在右下角。一方面，不同的邮件系统在「读取」对方邮件的时候，格式容易出现错误；另一方面，电子邮件更多是简洁、直接、高效，阅读习惯是从左至右，如果大家把署名都放在右下角，对于阅读效率是一个很大的打扰——从左至右的阅读过程突然要调到最右边，是很大的阅读干扰。

除了以上 7 个邮件的主要构成部分，在写电子邮件时还有以下 6 个注意事项:

一、一封邮件只说一件事情，不要表达多件事情。如果想讨论多件事情，可以分别写邮件探讨。

二、在多人讨论的邮件中，如果删掉了某个收件人或者添加了某个收件人，要在邮件一开始注明。比如在邮件一开头注明「+张明」， 或者「-王二」，这样让所有收件人知道哪些人加入了讨论，哪些人离开了讨论。

三、如果当面沟通或电话沟通更合适的内容，就不要写电子邮件。否则就是浪费你自己和对方的时间。

四、不要通过电子邮件讨论有复杂议题或有重大分歧的话题，尤其涉及多个人的时候。这种情况更适合约一个工作会议讨论解决。电子邮件适合阐述「事实性」的内容，比如会议纪要、合作备忘、周报等内容，尤其适合在一些口头讨论形成共识和决议的时候，作为「双方共同认可」的内容作为备忘。因为口头表达容易出现表达和理解偏差，随着时间的流逝人们的记忆也会出现偏差，用文字的方式发给参与方以待「日后备查」。

五、不要在邮件里讨论公司机密或别人的隐私。对于规范的公司而言，公司邮件是公司资产，如果不希望被讨论的内容被别人看到，不要在邮件里讨论。这既是对公司的保护，也是对自己的保护；

六、重要的邮件写完之后最好再检查一遍，看看有没有不合适的表达。越是重要的邮件，越多要小心细致。如果不是特别紧急，也可以在邮件写完之后，喝点东西，或者和同事聊几句，过一会儿再来看看自己之前写的邮件有没有不合适的地方。

总结一下这堂课的内容，在写一封电子邮件时，要注意的是：标题要简单直接， 可以使用标签来提高打开率；多个收件人，要分清谁是直接沟通对象，谁是相关抄送人；先添加附件再写正文，不容易遗忘；用全名称呼对方，更有好感；邮件正文要围绕主题，尽量简洁，注意标注重点；要想给人感觉更职业，记得写签名。

在这节课即将结束之前，请大家谨记学习这门课程的一个原则：

好的写作来源于好的阅读和倾听，很多人没有逐字逐句阅读和倾听的耐心，导致学了很多东西，却并没有真正掌握它。在过去的三年里面，我和很多来向我求助如何学习写作的学员都探讨过，如果没有好的阅读、没有逐字逐句倾听和阅读的耐性和能力的话，那你真正能学到的东西也是有限的。

所以大家在学习这个写作课程的时候，希望大家也可以养成逐字逐句阅读与倾听的习惯，这样大家可以更好地学习和吸收。

配色板

2020/3/11
v1.0.0

Battella:

	153, 1, 8		59, 64, 64		14, 1, 64		176, 117, 9

商务色:

	250,255,212		173,178,130		255,255,255		174,173,178

橘红色:

	231,215,200		229,83,34		52,48,49		232,231,229

	图 4.1.1.1.1						
		231,215,200		229,83,34		52,48,49	232,231,229