



Üredsko poslovanje

The background features a repeating pattern of small, light-colored '@' symbols on a light greenish-grey background. A large, white, stylized '@' symbol is superimposed over the center of the page, partially overlapping the main title text.

E-mail poslovne komunikacije

**Barbara Andabak
Vojislav Đuračković**

Što je e-mail?

- E-mail ili elektronička pošta je poruka koja se izrađuje u elektronskom obliku i prenosi putem kompjuterske mreže. Primjenu nalazi u privatnom i poslovnom komuniciranju, a rabi se na lokalnoj i globalnoj razini. (Kliment, 2003)

- Putem e-maila može se jeftino, efikasno i brzo kontaktirati poslovne suradnike i partnere bez obzira gdje se u svijetu nalaze.
- Poruka je neposredna i individualna, dostupna na svakom dijelu planeta gdje je dostupan i Internet.
- Na taj način e-mail omogućuje globalno povezivanje ljudi, znanja te komercijalnih informacija.

Prvi e-mail



➤ Ray Tomlinson

➤ Računalni inženjer

➤ 1971. godine izumio
e-mail

Što je potrebno za korištenje elektroničke pošte?

Za slanje e-maila (poruke) potrebno je imati:

- vlastitu e-mail adresu
- priključak na Internet
- e-mail adresu primatelja
- komunikacijski program za pisanje e-mail poruka (ne nužno)

Izgled jedne e-mail adrese

vdjurack@mathos.hr

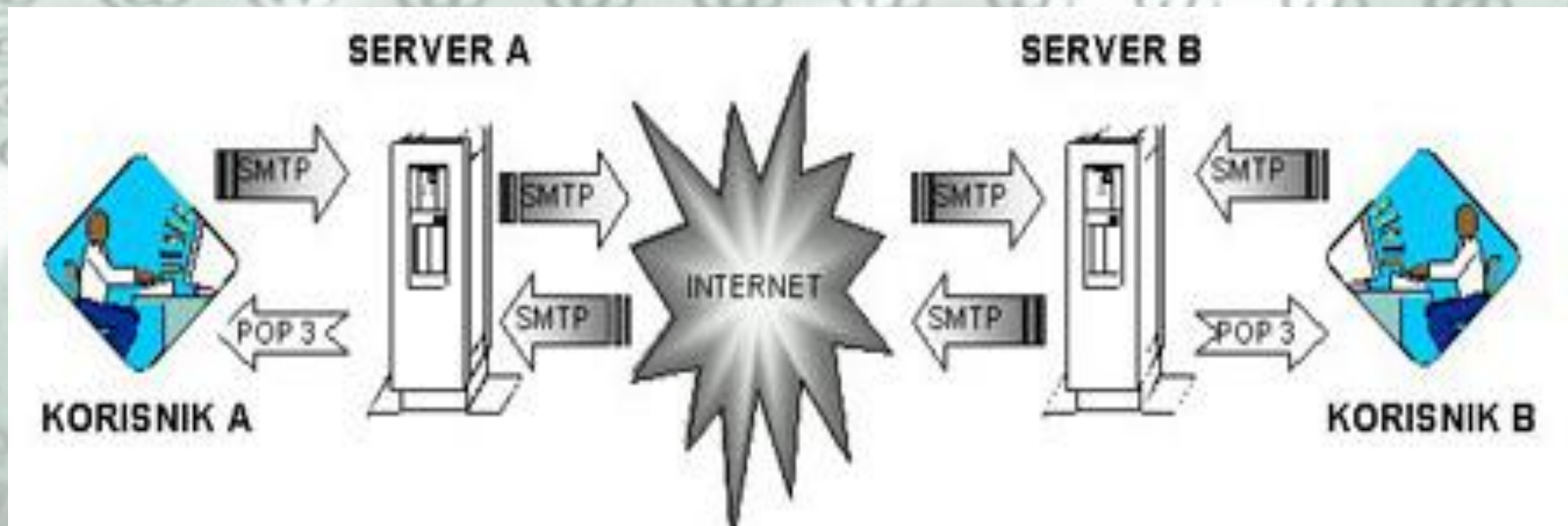
Korisničko
ime

Znak „@“ odvaja
korisničko ime od
imena domene

Vršna domena
poslužitelja

Oznaka države
ili područja

Princip rada elektroničke pošte



Temelji poslovne komunikacije

- Poruke se sastoje od zaglavlja (header) i tijela (body).

Gotovo svaka poruka se sastoji od sljedećeg zaglavlja:

- adresa primatelja poruke (To)
- adresa primatelja ' 'kopije' ' poruke ~ oni koji nisu direktno vezani uz sadržaj poruke, ali trebaju znati da je poruka poslana - Carbon Copy (Cc)

- **adresa primatelja ' 'slijepe kopije' '**
poruke ~ primatelji koji će ostati
nevidljivi za one koji su upisani u
prethodna dva polja – Blind Carbon
Copy (Bcc)
- **kratak i jasan naslov poruke**
(Subject)
- **sadržaj poruke**
- **prilog (Attachments) ~ različiti**
dokumenti koji se šalju e-mailom

Primjer jedne e-mail poruke

To: netko@mathos.hr

Cc: netko1@mathos.hr

Bcc: netko2@mathos.hr

Subject: Seminarski rad

Prioritet: Potvrda: o čitanju o primitku

Potpis

Adresar

Spremi predložak

Pošalji

Seminarski rad još uvijek nije gotov... :)

Pošalji

Priloži:

Browse...

Dodaj

(max. 10 M)

Prednosti e-maila

- Poruka poslana s bilo kojeg računala, bilo gdje u svijetu, stići će do primatelja za najviše nekoliko minuta, uz neznatnu cijenu prijenosa - i to je najveća vrijednost e-maila.
- E-mail nam omogućuje prijenos raznovrsnih oblika dokumenata i datoteka

Nedostaci e-maila

- E-mail nikada nije potpuno privatn
- Teško se zaštititi od spama ili junk maila
- Potrebno je dobro pismeno izražavanje
- Mogući nesporazumi zbog izostanka osobnog kontakta.

E-mail marketing

Karakteristike e-mail marketinga:

- Poznati pošiljatelj
- Poznati primatelj
- Jednostavan ispis s liste
- Legalni proizvodi i usluge
- Legalno poslovanje s poznatim klijentom

Poslovanje unutar poduzeća

Prednosti ovog načina poslovanja:

- Učinkovito upravljanje menadžmenta sa službama poduzeća
- Održavanje sastanaka, dogovora, razgovora, izdavanja uputstava u radu
- Izdavanje naloga za nabavu i prodaju
- Koordinacija djelatnika u radu
- Evidencija poruka

Poslovanje s okruženjem

Osnovne aktivnosti su:

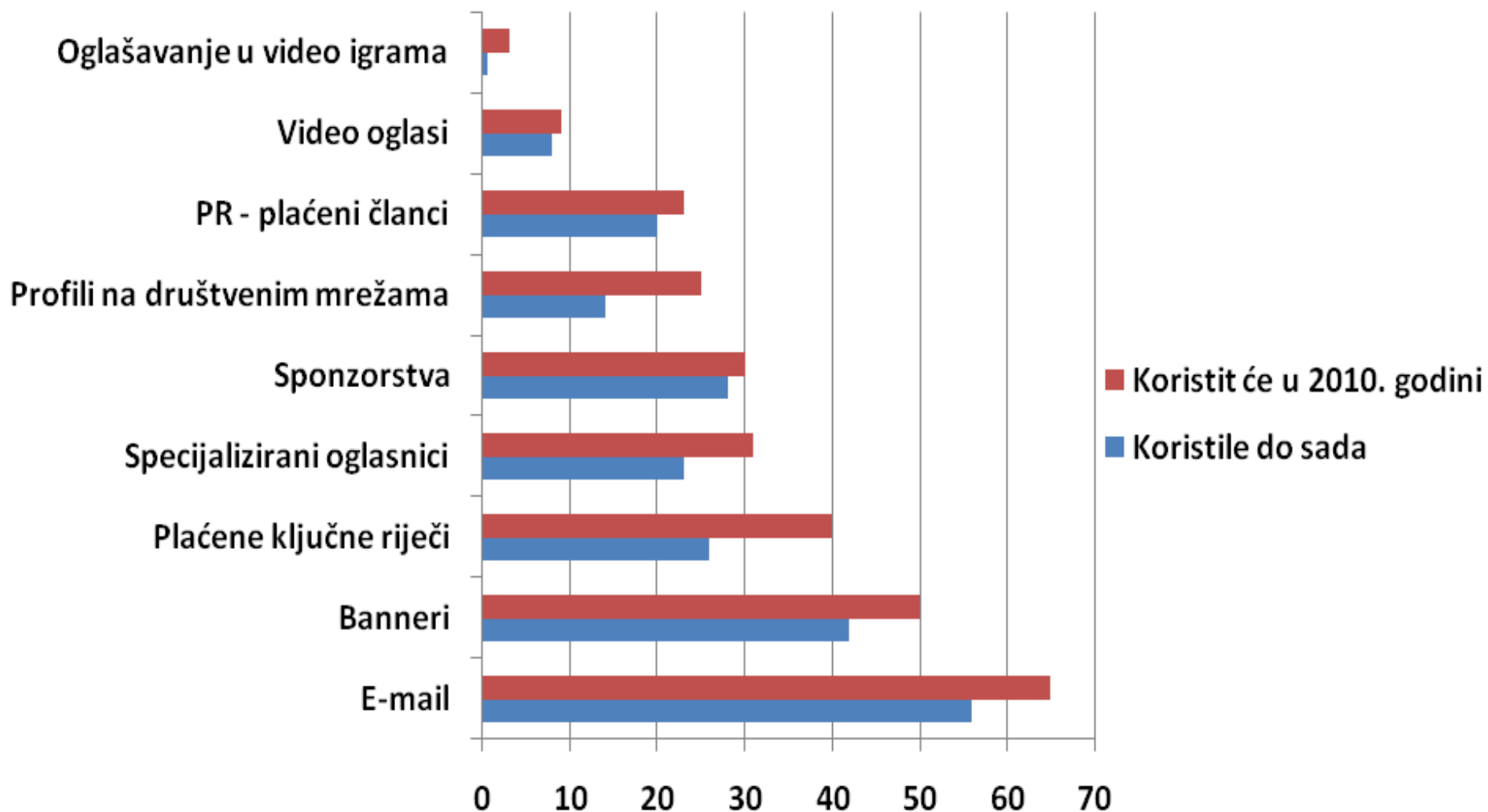
- promocija proizvoda ili usluga
- naručivanje robe ili usluga
- prigodne poruke

Poznatim partnerima putem e-maila dostavljamo ponude. Robert W. Bly smatra da e-mail ponude trebaju:

- odmah privući pažnju čitatelja naglašavajući problem ili situaciju koja je čitatelju bliska
- ponuditi rješenje tog problema
- stvoriti želju za saznavanjem više o vašem proizvodu ili usluzi
- iznijeti dokaz koji potvrđuje da ste najbolji
- uputite čitatelja što bi trebao dalje činiti

(Kliment, 2000)

Predviđanje oglašavanja tvrtki prema mediju u 2010. godini



Poslovni e-mail bonton

- Pišite kratko i jasno.
- Odgovorite na sva postavljena pitanja, ali i na ona koja bi tek mogla uslijediti.
- Pazite na gramatiku.
- Prilagodite poruku primateljima.
- Ne pretjerujte s korištenjem opcije visoke važnosti (*High Priority*).
- Ne pišite velikim slovima.
- Kod odgovora, uvijek uključite prethodne poruke (*Thread*).

- Pažljivo koristite *Rich Text* i HTML formatiranje.
- Ne prosljeđujte lančana pisma.
- Ne tražite potvrdu primitka.
- Ne tražite povrat poruke u slučaju slanja na krivu adresu.
- Ne uključujte tuđu poruku ili privitak bez dozvole.
- Ne koristite e-poštu za raspravu o povjerljivim informacijama.
- Koristite suvisli predmet (*Subject*).

Zaključak

- Možemo reći da je nemoguće zamisliti današnje uredsko poslovanje bez korištenja informacijske tehnologije.
- E-mail je veoma važan jer omogućuje jednostavan i jeftin pristup podacima i razmjenu informacija, te kvalitetno poslovanje.

Literatura

- Antun Kliment, Tradicionalne i digitalne poslovne komunikacije, Zagreb, 2003.
- A.Kliment, Digitalne poslovne komunikacije, Ekonomski fakultet u Mikrorad, Zagreb, 2000.
- V. Čerić, M. Varga, Informacijska tehnologija u poslovanju, Element, Zagreb, 2004.
- Kristijan Soldo,
http://www.grapnet.com/page_net.php?id=448&oid=310,
12.12.2009.
- Robert Gelo,
http://www.sapmag.com.hr/show_article.php?id=361,
12.12.2009.
- <http://www.net.hr/tehnoklik/page/2009/12/04/0394006.html>
12.12.2009.
- <http://www.ambasador.ch/site/scitech/84-sigurnost/332-e-mail-poslovna-komunikacija>, 12.12.2009.
- <http://www.pannoniantourism.hu/htmls/gradivo.html?gID=232&ID=502>, 12.12.2009.