



Part 1 英文 E-mail 必备暖身技

Unit 01 没有正确格式，专业度就无法令人信服！
——英文 E-mail 不能不懂的重点格式说明

Unit 02 称谓一喊错，人脉就泡汤！
——英文 E-mail 不能不瞧的称谓用法教学

Unit 03 无趣的信件标题，删信率高达 85%！
——英文 E-mail 不能不学的强力下标法则



Unit 01

没有正确格式，专业度就无法令人信服！
英文E-mail不能不懂的重点格式说明

随着时代的变迁，E-mail 已大量取代传统的书面英文书信；加上网络科技所带来的即时信息传递与同步进行的视频会议等高效传输，点开 E-mail，专业度便分晓！专业格式化，无形力量大。本单元将一步一步带领你写出专业 E-mail，让你的专业度即时被看见！

3 Steps 完全拆解 E-mail 格式

STEP 1 COMMON SENSE 大考验

一封商业英文 E-mail 所应包含的信息有哪些？请勾选：

收件人的部分			
a.	住家地址	Home Address	
b.	电话号码	Tel. No.	
c.	邮政编码	Post Code	
d.	姓名	Senders Name	
e.	邮件地址	E-mail Address	
f.	传真号码	Fax No.	
g.	公司名称	Company Name	
h.	信件主旨	E-mail Subject	

解答：d / e / h

寄件人的部分			
i.	住家地址	Home Address	
j.	公司电话	Tel. No.	
k.	邮政编码	Post Code	
l.	姓名	Senders Name	



m.	邮件地址	E-mail Address
n.	传真号码	Fax No.
o.	公司名称	Company Name
p.	信件主旨	E-mail Subject
q.	公司网址	Official Website
r.	职称抬头	Position Title
s.	结尾敬语	Complimentary Close
t.	公司税号	Companys VAT No.

解答：除 i 之外其余皆需勾选

附注：如果是非公司名称的个体经营者，如果没有公司名称等相关信息则免提供；反之，则须将公司基本资料完整提供以便收件者做资料存档或了解。公司增值税号的部分，如果是国内公司商业往来则可提供以方便查询或使用；反之，对国外公司则没有必要。

STEP 2 内文格式之要素解读

要素一 起头的敬语

称谓一定要先确认其性别与姓名，如果无法得知收件人姓名则使用公司职位抬头来称呼。

要素二 正文篇幅与内容

商业书信是为了以最少的时间发挥最大效益，因此建议开头的问候语之后即可简单表明今天的来意与总结陈述。之后，再分段落做详细说明，段落一定要分明，请勿只号一段，最好每段呈现一个重点，才不会通通挤在一起而容易漏掉某个点。倘若只是很简单的进出口贸易书信，则没有必要做多段落的划分，请务必注意！

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达 8%！



符号的使用

因为 E-mail 不像口语或表情可以帮我们直接传递感觉给对方，因此如欲告知对方重点部分则可全部以大写字母显示，但尽量用于关键字上面，而避免泛滥使用。其他呈现重点的方式也可以用粗体字或符号表示。符号尽量选取简单明显不要太过花哨或复杂的符号，甚至也可使用 highlight（重点萤光上色）。下表为常见指示符号与使用范例。

常见符号	学名	范例
‘ ’ 单引号 “ ” 双引号	Quotation marks	Learning the format of “formal” writing is important.
	此符号于文学上的意义是作为引经据典使用的，此时用于信件只是为表明清楚重点事项。	
() 圆括号	Parentheses	It is rude (not well-educated) without greeting to your supervisors.
	圆括号内通常用以解释或补充前面的字或词。	
[] 方括号 < > 角括号	Brackets	The date of [design forum] is on 02/11/2010. The date of <design forum> is on 02/11/2010.
	此符号于文学上的意义是在引经据典的内文里加上部分自己的文字而使用，此时用于信件中只是为表明清楚重点事项。	
* 星号	Asterisk	RE : Revised Invoice #2628 ***URGENT***
	常见于标题或需紧急处理的事项上。	
荧光使用	Highlight	The shipment of model #3123 should be arrived within 5 days.



要素三 结尾敬语大搜查

如同中国文化的传统，即便是结束离去都要有祝福对方的话语，并且依据与对方的状况和了解而给予当下最适当的祝福。一句话可以温暖人心又不花钱，何乐而不为呢？现在就开始养成好习惯，从小地方开始做好国民外交吧！

Tips 小提醒

在商务 E-mail 中也须格外多留意往来客户国的国际时事新闻，可成为信件起头最好的开场白，让对方感受到你的用心并做即时的关心！

经典必备用语

情况	正式用法（商业书信）	非正式用法（熟识友人与关系）
常用于对上司或较敬重的人	Best Regards, Best Wishes, Sincerely yours, Truly yours,	All the best! Take care! Good luck! Love,
一般情况	Regards, Thanks,	Warmly, Cheers!（英式用法）
通用情况	Have a nice day! / Have a good day! / Have a great weekend!	

要素四 署名

当信件内容与结尾敬语都完成了，接下来就是自己的全名（通常是第一次接洽或新开发的时候）、自己的职衔与公司相关信息等的提供，以便他人轻松搜寻与资料整理。切记资料一定要完整，如果是一封开发信更不可漏掉这么重要的信息！否则客户想做直接联系都没办法而可能在无形中白白丧失一个合作机会。

Tips 小提醒

因为资料是固定的，所以建议在电邮系统中的 [设定] 里去建立 [个人的签名档] 以便日后可直接用自动插入式，不需要每次都重新录入。

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达 88%！



签名档范例：提供的越详尽，企业或个人就越受惠！

公司名称

中文
签名
范例

李家和
行销部 业务专员
和威国际股份有限公司
110 台北市忠孝东路五段 368 号 12 楼
电话：(02) 2562-3368 # 134
传真：(02) 2613-0892
手机：0933-323456
邮编：293837
E-mail：marcus@hwpc.com.tw
网址：www.hwpc.com.tw
客服信箱：service@hwpc.com.tw

英文
签名
档范例

Lee (Marcus) Chia-Ho
Sales Specialist/Marketing Department
Howard Intl.Ltd.
12F, No.368, Sec.5, Zhong-Xiao E. Rd.,
Xinyi Dist., Taipei City 110, Taiwan
Tel：+886-2-2562-3368 # 134
Fax：+886-2-2613-0892
Mobile：+886-933-323-456
E-mail：marcus@hwpc.com.tw
Website：www.hwpc.com.tw
Customer Service：service@hwpc.com.tw

个人

中文
签名
范例

李家和
110 台北市忠孝东路五段 368 号 12 楼
电话：(02) 2562-3368
传真：(02) 2613-0892
手机：0933-323456
E-mail：marcus@hwpc.com.tw
网址：www.hwpc.com.tw



英文签名档范例

Lee (Marcus) Chia-Ho
 12F, No.368, Sec.5, Zhong-Xiao E. Rd., Xinyi Dist., Taipei City 110,
 Taiwan
 Tel : +886-2-2562-3368
 Fax : +886-2-2613-0892
 Mobile : +886-933-323-456
 E-mail : marcus@hwpc.com.tw

附注：1. 因关系个人隐私，个人的地址部分不一定得放上，仅作参考用。
 2. 公司的增值税号因不适用于国外，也无须特地放上去。

Tips 小补充

关于公司名称的英译缩写与范例

地址撰写的问题，相信对大多数在学习英文初阶的人来说也还是会容易混淆，故在此精简地做以说明。中译英的顺序就会反过来，从最小的单位开始写起。基本上单位的部分都会以缩写+缩写点来取代其冗长的文字，详见下表。

缩写+缩写点范例

Company → Co.	由一群人共同组成的公司
Corporation → Corp.	大型的事业组织体
International → Intl.	Limited → Ltd.
国际有限公司	International company
国际股份有限公司	International Co. Ltd.
XX 商业银行	Commercial Bank of XX
XX 电器/电机公司	XX Electric Co.
XX 工程公司	XX Engineering Corp.
XX 证券金融公司	XX Bill Finance Corp.
XX 水泥公司	XX Cement Co.
XX 汽车制造公司	XX Motor Co.
XX 信托投资公司	XX Investment & Trust Co.
XX 保险公司	XX Insurance Co.

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达85%！



STEP 3 英文 E-mail 达人验收!

正式 E-mail 规格结构完整呈现如下：

To (收件者)

Cc (Carbon Copy 信件副本)

BCC (Blind Carbon Copy 密件副本)

Subject (信件主旨)

Attachment (附件)

Salutation (称谓)

Body (内文)

Complimentary Close (结尾敬语)

Name (送信者名称)

Position (公司职称)

此处亦可嵌入公司的小型识别 ID / Logo

Company Name (公司全名)

Company Address (公司地址)

Company Tel. No. (公司电话号码)

Company Fax No. (公司传真号码)

Company Website Address (公司网址)



越是细节越是重要！

关于 CC 与 BCC 的使用方式

•Carbon Copy (CC) 信件副本的功能——

将同一封信件同时寄送给多人，而且所有收件人都会因信件地址的显示而知道彼此，属公开化方式。此类型常见于企业内部使用，尤以普通职员为明哲保身而传给直属上司或者应公司要求理清各职能的责任范围而规定使用。因此，切记勿将信件寄给太多与内文不相关的人！

•Blind Carbon Copy (BCC) 密件副本的功能——

将同一封信件除了 [To 栏位] 的正式收件人之外，另外又以不公开的方式将同一内容传送给他人，属匿名方式。此类型信件须谨慎使用，必须确保密件收件人与正式收件人不会知道彼此，而且要确保双方都不会直接由同信件做回复的动作！因为如有一方由原件直接回复，将会使得欲低调处理或遮盖的事情曝光！

关于 Reply 与 Reply to All 的使用方式

•Reply 回信——

通常于标题可见 RE 的缩写字样 + [:] 点名呼应主题。而信件也将直接回复于寄件人。EX : RE : Request for Spare parts

•Reply to All 回信给群体——

此功能将把回复的内文传送给所有人，当初寄件者所寄送的其他人也会收到你回复的内容，故必须确认是否有其必要性，以免造成其他人的困扰。

关于 Forward 转寄的使用方式

通常使用的情况为将内容原封不动地转寄给其他人（可能是寄件者寄到错的部门而将之转寄给正确的相关部门），亦或是在转寄的同时可撷取部分原件内文或稍加修改后再寄出。信件主旨也将看见 FW 的缩写字样 + [:] 点名呼应主题。EX : FW : Request for Model #2318

注意 事项

注意事项 1 : 在学以致用之时，请先思考谁是信件的主要相关者与次要相关者，再分别于各栏位输入邮件地址，孰重孰轻要分清楚，否则将影响收件人的情绪（如果遇到会很介意职权轻重的上司，就千万不要出匹漏，以免被上司认为对他不够重视而铭记在心！）

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达 85% ！



注意事项 2 : 在做转寄信件的同时, 请将内文再次浏览一遍, 将不必要的信息先做清除, 可避免原寄件者的身份曝光或资料外流。多一个细心的步骤, 多一个贴心的保护。

现学现卖! 范例套用

写一封信函给知名设计公司的设计总监, 告知对方因其在设计界享誉盛名, 企盼可有荣幸邀请来台参加 10 月底的设计论坛做客座讲者。另外, 须将你的邀请信函附本一份给你的上司 Michael (Michael@cpc.com.tw)。

对方的资料		你的资料	
A)	Carlo Buesges	I)	Patrizia Chou
B)	Design Director	J)	Marketing Specialist
C)	Frost*Design	K)	CPC Intl. Co.
D)	15 Foster St. Surry Hills, NSW 2010 Sydney Australia	L)	2F, No.289, Sec.3, Zhong-Hwa Rd., Zhong-Shan District, Taipei 106 Taiwan
E)	Tel : +61-2-9280-4233	M)	Tel : (02) 2751-3376 转 14
F)	Fax : +61-2-9280-4266	N)	Cell : 0983246788
G)	Email : carlo@frostdesign. com.au	O)	Email : patrizia@cpc.com.tw
		P)	Website : www.cpc.com.tw
H)	Website : www.frostdesign. com.au	Q)	增值税号 : 12345678
		R)	Michael@cpc.com.tw



Perfect Match 天生绝配

依照左页提供的资料找出最适当的位置

To _____(1)
Cc _____(2)

Subject _____(3) [另有选项稍后作答]
Attachment (附件)
可附上论坛议程的档案

Salutation _____(4) [另有选项稍后作答]

Body (5) [另有选项稍后作答]

Complimentary Close (6) [另有选项稍后作答]

Name _____(7)

Position _____(8)

此处亦可嵌入公司的小型识别 ID / Logo

Company Name _____(9)

Company Address _____(10)

Company Tel. No. _____(11)

Company Fax No. _____(12)

Company Website Address _____(13)

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达88%！



(3) **Subject**——下列何为最适合的信件主旨?

- A) Greetings from Taiwan
- B) Invitation from Taiwan
- C) Design forum of CPC from Taiwan
- D) Upcoming Design forum in Taiwan, join us!

(4) **Salutation**——下列何为正确称谓?

- A) Hi Sir,
- B) Dear Carlo,
- C) Dear Mrs. Giannasca,
- D) Dear Mr. Carlo Giannasca,

(5) **Body**——请试着以各类重点标记法 (5W) 找出此篇内文重点 :

We are pleased to inform you that there will be a huge Annual Design forum held in Taipei, Taiwan at the end of October, 2010. The program will be last for 3 days and ended on 02/11/2010. Frost*Design has been known as one of the most outstanding design companies among the industry; therefore, we sincerely invite you to be one of our guest speakers, to come and share your knowledge and experiences with our new designers.

In the attachment, you will see the rundown of the program, accommodation and traffic details will be mentioned altogether. If you have not been to Taiwan before, it would be a great opportunity for you because we will have several 1-on-1 interpreters as your local guide.

In short, it would be a great honor to have you here with us in Taiwan, and please let us know if you would be able to join us by next Monday (05/10/2010) as long as it is convenient to you. Thank you for your attention, we look forward hearing from you soon.

(6) **Complimentary Close**——下列何为最适结尾敬语?

- A) Good Luck!
- B) Thanks,
- C) Best Regards,
- D) Have a great weekend!

解答

(1)-G, (2)-R, (3)-D, (4)-D, (5)(a) Annual Design Forum in Taipei (b) at the end of Oct, 2010 (c) 3 days (d) guest speakers (e) by next Monday, (6)-C, (7)-I, (8)-J, (9)-K, (10)-L, (11)-M, (12)-N/A 未提供, (13)-P



信件礼仪相关事项

• 全盘检查

信件精简有力不要有过长的句子陈述，商场上时间就是金钱；内容要一次说清楚、一次到位，最好不宜超过三段。文字不需要使用晦涩难懂的文字，E-mail 是重沟通不是在考托福、玩文字游戏。

在按下 SEND 键之前，请先再阅读一次自己的信件并查看是否有拼错字或句义不完整的字句。

• 附件档案

Attached (with)... 就是最简短有力的说明

请在附加文档前检查是否附上正确且相关的文档，并做病毒的扫描检测以防对方电脑系统中毒。如遇对方来信显示中毒迹象，为使彼此损害减到最低应立即反馈给对方。

• 回信

商业往来信件应每天定时阅读并做回复。即便无法在第一时间做回复，至少可以告知已收到信件，以避免对方等候多时然后继续寄信件而将信箱淹没。

• 出差与休假

长时间无法读取信件时，记得事先做好系统自动回复的设定，可能的话可以告知紧急状况的代理联络人让彼此都安心。

• 转寄信件

不论于公于私，信箱常会收到与公事不相干的信息，尽量避免抱着分享的心情而转寄别人不必要也不需要的信件。

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达 8% ！



Unit 02

英文Email里不能不瞧的称谓用法教学 称谓一喊错，人脉就泡汤！

天下糗事一箩筐，念错名字或弄错称谓就是最令人喷饭的尴尬事！想必大家都曾经经历过类似的情况，最常发生的就是在学生时期常常要上课点名的时候；念起来像男生名字的其实是女生，而比较像女生名字的竟然是男生！出了社会，相对地在社交场合中，面对新拜访的客户或者国外高层单位来访的人员，都是要事先做足功课准备。我们既然在中文名字的判断上都会有出错的时候，更不用说是国外的姓氏，除了要查询发音，偶尔可能还必须去判定其性别。

敬称 / 称谓使用法则

敬称 / 称谓入门法则 <东西比一比>

常用基本概念篇

♂	东方	西方	
	先生	Sir	通常用于服务业的迎宾敬语或对上级，也就不会再连名带姓称呼。
		Mr.	一般尊称

♀	东方	西方		
	女士		Madam	通常用于服务业的迎宾敬语或对上级，也就不会再连名带姓称呼。
			Lady	对于贵族或有地位女性的尊称 EX. Lady President (总统女士)
			Mrs.	通常指已婚，冠夫姓
			Ms.	不确定是否结婚
	小姐	Miss	通常指未婚年轻女性	



TIP 小补充 1 : 另外, 不分性别的称谓就是具有博士学位的学者或是医生, 一律会通称为 Doctor 并缩写为 Dr.。例如, 当今最牛的某医学专家吴英俊医师的尊称为 Dr. Wu。

TIP 小补充 2 : 如果是要与对方联系但不确定应该咨询哪一个单位、也不知道是谁会看到寄出的邮件时, 就可以使用 To Whom It May Concern (敬启者), 相较于 Dear Sirs、Gentlemen 的使用上更有素养。

现学现卖 <您怎么称呼? >

请依据下列的信息给予最适当的称谓 :

- A) _____ Luis E. Rodriguez 单身
- B) _____ Ken Cook 已婚/博士
- C) _____ Gil Mandelbaum 单身
- D) _____ Felicitas Beichert (不知是否已婚)
- E) _____ Mafe Miguel (与 Gil Mandelbaum 是夫妻)
- F) _____ Helmut Simon 高层主管
- G) _____ Valentina Bez VIP 大客户

解答

(A) Mr. (B) Dr. (C) Mr. (D) Ms. (E) Mrs. (F) Sir / Mr. (G) Madam / Ms.

敬称 / 称谓使用法则 <完整运用篇>

Hello / Dear 就是一般常见的开头称呼语, Dear 通常会给人较亲近的感觉, Hello 就是比较简单的招呼语。但是可以依据对方来信 / 回信的语气去判定用哪一个字会比较合适。有的人在 E-mail 的字句上就可以明显感受到他的亲和力程度, 如果对方不是那么友善或比较公事公办、直来直往型的, 就不建议花太多时间在钻研字句的使用上, 一切就是简单明了、开门见山讲重点。

在称呼语后面会加上逗号(英式)或冒号(美式)再进行换行到内文的撰写, 逗号是最为普遍使用。EX: Dear Mr. Lee,

没有正确格式, 专业度就无法令人信服!

称谓一喊错, 人脉就泡汤!

无趣的信件标题, 删信率高达 88%!



EX: 依据下列不同情况写给 Ken Cook 教授的称呼语：

- A) 与教授未曾谋面 _____
 B) 与教授为直接的师生关系 _____
 C) 与教授熟识且经常联络 _____

解答

(A) Dear Dr. Ken Cook, (B) Dear Dr. Cook, (C) Dear Ken,

附注：A) 的状况是为表尊敬连名带性地称呼，但平常较少使用；B) 的情况是已经知道彼此的存在，但基于是师生关系的敬重，所以还是以其姓氏做称呼；C) 的情况已经是相当熟悉且西方文化不像东方文化那么保守、有距离，所以他们其实是很不介意直呼他们的名字。如果一定程度的熟识还称呼 Dr. Cook 反而会让外国人觉得很不适应。

EX: 依据下列情境给予最完整的敬称语：

- A) Luis E. Rodriguez 单身；熟识且平易近人的南美洲同事 → _____
 B) Ken Cook 已婚 / 博士；欣赏的和善的美国教授 → _____
 C) Gil Mandelbaum 单身；不熟识的以色列客户 → _____
 D) Felicitas Beichert 年轻和善的德国同学 → _____
 E) Mafe Miguel 已婚；亲切主动的巴西人 → _____
 F) Helmut Simon 高层主管；极友善的德国客户 → _____
 G) Valentina Bez VIP 大客户；尊贵、优雅的客户 → _____

解答

(A) Dear Luis, (B) Dear Dr. Cook, (C) Hello Mr. Mandelbaum, (D) Hello Felicitas, (E) Dear Mafe, (F) Dear Helmut, (G) Dear Madam, / Dear Ms. Bez, 答案没有绝对性的正确或错误，最重要的原则是以礼貌为最高指导原则并根据对方的实际回应与互动状况礼貌沟通。



TIP 小补充：于熟识后，有些外国人的英文名字较长时会主动告知可以叫简称（我们所谓的小名），但如果对方没有主动提出时，即便知道对方大概的小名也不可擅自使用，因为那已经攸关到彼此的亲密熟识度问题。
EX. Isabella → Isa ; Michael → Mike ; Katherine → Kay / Kate ;
Stanley → Stan ; Valentina → Vale

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达88%！



Unit 03

无趣的信件标题，删信率高达85%！
英文E-mail不能不学的重点下标法则

还陷在为等候回复信件而被主管三催四请的窘境吗？是否为明明就已经寄出信件，也再次催信却又迟迟没有回应而空等的焦虑过呢？随着业务的发展，打开公司 E-mail 信箱就有一堆看不完的信件，有提案信、询问信、开发信、报价信、投诉信等等，再加上莫名的广告信，如何在茫茫信海中让人辨识出你信件的轻重缓急程度？上述各类的 E-mail 想必是各位读者在工作上常常接触的，或者是提前为未来做准备，不论先前上了多少相关的课，请务必注意以下所提出的都是为了帮助你达到最快也最有效率的下标题法则！

下标重点

下标题前的基本概要

首先，一封“可以被顺利寄出”的 E-mail 除了有明确表达的內文之外，最主要的基本元素就是下列两项：

To (收件人) 你想寄信的对象	Subject (信件主旨) 你想要传递的信息主旨
在输入之前请务必确认邮件地址无误，否则就算标题再好、内容再棒，也是“信”沉大海！	“己所不欲，勿施于人”报着这个信念来下标题就对了！一针见血地精简地点出来信所为何事！
EX: anna@yahoo.com.tw	EX: Request for S/S 09 catalogues

何谓一针见血的标题法则

以前大家耳熟能详的成药某某某有两种，如今也随着市场需求而新增好几种；商业书信也一定因领域与生意模式的不同而出现了无法计数的信件类型。相信你也或许有经历过在追踪前一位同事的工作进度而去查询前同事的 E-mail 往来纪录，是否都能及时找到“关键信函”？

Subject，不只精简更要具体（务必尽量指明其产品型号或其规格与重要日期），因为那是为方便日后彼此做“追踪”或做为



“依据查询”时的重要指标！平时的一个小小动作都会影响着日后做事的效率和速度！

活灵活现！（常见范例列举）

主旨类型	经典范例
关于库存问题	Question(s) about Product inventory
关于 10 财报问题	Questions about 2010 sales report
询问 10 春夏系列产品	Inquiry about 2010 S/S collection
询问宏基小笔电 Aspire One Sample	Inquiry for Sample Acer Aspire One
询问劳力士表款 11234 型号	Inquiry about Rolex watch #11234
产品 11x03 的备材需求	Request for Spare parts of #11x03
437 型号产品备材需求	Request for Spare parts of model #437
10/25 提货单编号 55204	10/25 B/L #55204
手机 23 型号出货通知	Cell phone#23 Shipment Notice
11/03 样品出货	11/03 Sample Shipment
至 4/18 止的欠货明细单	Pending list as of April, 18th
紧急 - 修正后的订单 (让收件者知道迫切性的明显标识)	Revised Order list <URGENT!!!> 或 ***URGENT***
ASUS 2010 价格表单	ASUS 2010 Price List
投诉信件概要与建议	Summary of Customer complaints & Suggestions
2010 春季营销企划案	2010 Spring Marketing Planning
12/10 业务部会议议程	12/10 Meeting Agenda of Sales Department
回复：11/03 样品出货	RE：11/03 Sample Shipment
转寄：12/10 会议议程	FW：12/10 Meeting Agenda

附注：在重要的标题字眼上以大写为起始可在视觉上让重点瞬间凸显。

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达85%！



现学现卖！

A) 依据下表内文，找出最适合的主旨

- a) Customer complaints-Product issue #11x05-00256
- b) Product Issue and Replacement on #32165
- c) Special Offer of A/W 09
- d) Urgent Shipment Invoice #2314
- e) Inquiry about Product Issue of #11x05-00256
- f) Shipment Notice of Model #2314
- g) Repair Issue #32165

- A) _____ We are here to inform you that several of our customers have come back to us complaining about the product code#11x05-00256, which the watch chain cannot be well-adjusted. Please help us to find out the quick solution, thank you!
- B) _____ Due to the recent financial crisis, we all suffered a lot; therefore, we would like to make a special offer on A/W collection 09, please see the attachment where you could find out the new price list.
- C) _____ We are pleased to inform you that your order of model #2314 will soon be released within 2 days. Please confirm the final check of the invoice, as attached. Thank you!
- D) _____ Product code 32165, please see the photo in the attachment. There are several irremovable stains and bad electroplated spots, and we would like to send those products back and give us other replacements. Thank you!

解答

(A) a, 相较于 d 的标题只是告知有产品问题的需求但是 a 则是以投诉为主标题更会让重视客户的企业迅速处理危机 (B) c, 简明直接切入企业在乎的重点 (C) d, 相较于 f 的标题, 因为马上要出货的程序繁琐, 所以打出紧急的字样可以让对方尽快确认与处理才不会影响预定的出货时间 (D) b, 相较于 g 则是更完整的说明。



B) 依据下列短文，给予最贴切、吸引眼球的标题！

(1) _____

We are interested in your products and probably would like to cooperate with you. Please let us know if we could get several pairs of your model samples. We would appreciate if you could send them within a week, thank you!

(2) _____

We've been noticed that there might be new inquiries in your local market, and we have the best offer to meet your current needs. Attached with the up-to-date price list and catalogues of 2010. Please let us know if you need any further information. Thank you!

(3) _____

We are recommended by others from Sunny Corp. that you have the best quality of sunglasses in Taiwan. The thing is that we will be having a huge inquiry for our annual order. Therefore, please contact us with your best quotation, thank you!

(4) _____

We have received large inquiries on our S/S 2010 collection among our agents around the world within this week. Therefore in order to meet your seasonal order quota and availabilities of each collection, please make the order as soon as possible. Thank you!

(5) _____

We regret to inform you that partial goods of shipment #2345 have been damaged. After the examination, it was found out that because of its bad packaging. Therefore we refuse to take this delivery and would like to send them back for new replacements.

解答

(1) Urgent! Request of model samples / Prospective Business-Model sample wanted (2) News! Price list and catalogues of 2010 / Best Choice and Price of 2010 (3) Quotation Request of annual order / Best quotation wanted (4) Notice of Stock Order / Alert! Short in-stock (5) Refusal on shipment #2345 & Replacement

没有正确格式，专业度就无法令人信服！

称谓一喊错，人脉就泡汤！

无趣的信件标题，删信率高达85%！