

## За ЕНДЖИОТАТА и ХОРАТА

**„Да пишеш добре не е дарба по рождение. Трябва да се научиш да пишеш добре!“**

Дейвид Огилви е смятан за пионер на модерната реклама, родоначалник на съвременните бизнес агенции. Той основава агенция Ogilvy & Mather през 1948 година. До ден днешен специалистите в бранша използват публикуваният през 1963 година бестселър на Огилви "Confessions of an Advertising Man" /Изповед на човек от рекламата/, като своя библия. Той вярва, че принципите на добрата реклама са много подобни на тези на добрата презентация. Посланието трябва да е отправено възможно най-ясно, и всички използвани думи трябва да са стегнати. Както всяка една знаменита реклама, страхотната презентация трябва да е запомняща се. През септември 1982 година Огилви изпраща вътрешно съобщение до всички служители на компанията. Под заглавието „Как да пишем?“ той съветва:

- Пишете по начина, по който говорите. Естествено.
- Използвайте кратки думи, кратки изречения и кратки параграфи.
- Никога не ползвайте жаргонни думи – те са отличителен белег на превзети глупаци.
- Никога не пишете повече от две страници по която и да е тема.
- Проверявайте цитатите си.
- Никога не изпращайте писмо или паметна записка в деня, в който я напишете. Прочетете я на глас на следващата сутрин – и тогава я редактирайте.
- Ако текстът е важен, помолете колега да го прегледа и подобри.
- Преди да изпратите писмо или документ, уверете се че е кристално ясно какво точно искате да направи получателят.
- Ако очаквате действие, не пишете нищо. Идете на място и кажете какво искате.