

Scrivere una lettera commerciale: qualche consiglio per una comunicazione efficace

1. Concentrati sui benefici per il lettore

Molti pensano che scrivere una lettera commerciale significhi parlare di quanto la loro azienda sia importante. In questo modo, la loro **comunicazione** è autoreferenziale e pomposa. Peccato però che al lettore non importi alcunché di quanto un'azienda sia "leader di mercato" o della sua "tecnologia innovativa". Sono cose che dicono in troppi per essere credibili. Per esempio, nel momento in cui scrivo, Google.it dà ben 8.600.000 risultati per la query "leader di mercato"! L'unico che non è leader di mercato sono io! 😊

Scrivere una **lettera commerciale** autoreferenziale **significa perdere tempo**. Concentrati invece sui benefici per il lettore. Per esempio, spiegagli quanto denaro risparmierà se sceglierà te, quanto più produttiva diventerà la sua azienda, quanto tempo potrà guadagnare.

Insomma: scrivere una lettera commerciale significa calarsi **nei panni del lettore** per soddisfare le sue esigenze.

2. Di' subito la cosa più importante

Per scrivere una lettera commerciale efficace, usa il metodo della [piramide rovesciata](#). Cioè: **va' subito al sodo**, di' subito quali sono i vantaggi che proponi. Usa il resto della lettera per giustificare la bontà della tua proposta.

3. Sii breve

Tutte le aziende cercano di ottenere visibilità. Perciò, non sei l'unico al mondo a scrivere lettere commerciali. Inoltre, il tuo lettore ha in genere poco tempo da dedicarti. Spesso, si tratta solo qualche secondo. Perciò, è importante che tu sia **sintetico** nella tua comunicazione.

4. Usa un tono formale

Scrivere una lettera commerciale con un tono amichevole è sbagliato. O meglio: funziona solo in determinate e particolari circostanze. Perciò, usa un **tono formale** nei confronti del lettore. Formale non significa barocamente pomposo. Significa rispettoso, professionale, credibile. Ricorda che se scrivi a una persona devi usare il lei, se scrivi a un'azienda devi usare il voi.

5. Cura la struttura testuale

È curioso come molte delle regole del [web writing](#) si possano usare anche per scrivere una lettera commerciale. In sostanza: sintesi, nessun muro di testo ma brevi paragrafi separati da spazi vuoti, uso

di grassetto a sottolineare i concetti importanti, uso di elenchi. Insomma: crea una struttura testuale dalla **grafica pulita**, ben leggibile.

6. Scrivi in italiano perfetto

Qui c'è veramente poco da dire: **niente errori di ortografia**, grammatica, sintassi. Ti accorgi che c'è un refuso nella lettera? Nessuna correzione a mano: ristampa il foglio.

7. Inserisci foto di gente sorridente

Se nella tua lettera commerciale pensi d'inserire una foto, ecco quella ideale: persone sorridenti mentre guardano o usano il tuo prodotto.

Scrivere una lettera commerciale: la struttura della lettera

Dunque, qual è la struttura della perfetta **lettera commerciale**? Come vanno disposti i contenuti e la grafica?

Esiste una struttura base per **scrivere una lettera** commerciale, ma tutti propongono le proprie varianti. Questo è un esempio frutto di esperienza operativa:

1. Intestazione: il mittente

L'**intestazione** delle tue lettere commerciali deve contenere i dati del mittente, in alto a sinistra. Cioè: il logo della tua azienda e il suo nome, l'indirizzo, il numero di telefono e fax, un indirizzo e-mail e l'indirizzo del sito web aziendale. Per esempio:

NOME AZIENDA
NOME VIA, NUMERO CIVICO
TELEFONO – FAX
E-MAIL
SITO WEB

2. Intestazione: il destinatario

Nello scrivere una lettera commerciale, i dati del destinatario vanno in alto a destra. Ecco un esempio:

Spett.le NOME AZIENDA
Alla c.a. del Dott. NOME PERSONA

NOME VIA, NUMERO CIVICO

CAP CITTÀ (PROVINCIA)

3. Intestazione: luogo e data

Nelle lettere commerciali, la **data** si mette in alto a destra, sotto i dati del destinatario. Il giorno si scrive in numero, il mese in lettere – è più elegante – e con la lettera iniziale minuscolo, l'anno in numero. Prima della data bisogna inserire il luogo. Luogo e data devono essere separati dalla virgola.

4. L'oggetto ed eventualmente il protocollo.

Nell'oggetto, **in poche parole**, spieghiamo al lettore perché gli abbiamo scritto una lettera commerciale. Di solito, l'oggetto va in grassetto.

L'oggetto è uno degli elementi da curare maggiormente nello scrivere una lettera commerciale. Dev'essere breve e deve **invogliare alla lettura** della lettera. Il **protocollo** è numero progressivo interno dello scrivente che permette di individuare ogni lettera scritta in maniera veloce ed univoca.

5. Corpo della lettera

Occorre iniziare con l'aggettivo *gentile*, seguito dal titolo e dal nome della persona. Oramai la formula *egr.* non si usa più. Dopodiché si mette una virgola e si va a capo, lasciando una riga bianca, per iniziare a scrivere la **lettera commerciale** vera e propria.

6. Formula di congedo

Anche qui: educazione ma nessuna **pomposità barocca**. La formula che preferisco io è: "Grazie dell'attenzione e cordiali saluti".

7. L'antefirma

L'**antefirma** precede la firma vera e propria ed è costituita dal nome della tua azienda, dal tuo nome e dalla tua carica. Va inserita alla fine del corpo della lettera commerciale. Un esempio:

NOME AZIENDA MITTENTE

TITOLO E NOME MITTENTE

CARICA MITTENTE

8. La firma

Nelle lettere commerciali, la **firma** va inserita in fondo a destra. È elegante che, sotto la firma, tra parentesi, siano stampati il nome e cognome del mittente.

9. Post scriptum

Il **post scriptum** è un'aggiunta alla lettera, dopo averla già terminata e firmata. Va perciò inserito in fondo, a sinistra. La sua funzione è quella di enfatizzare un'idea già espressa nel testo. Nello scrivere una lettera commerciale, il post scriptum è da evitare, perché sa di tecnica a effetto. Personalmente, lo detesto proprio.

10. Gli allegati

Gli **allegati** sono documenti aggiuntivi, correlati agli argomenti della lettera commerciale. Per indicare la presenza di un allegato, si aggiunge l'abbreviazione *All.*, in fondo a sinistra, seguita dal numero di pagina dell'allegato.

Scrivere una lettera commerciale: un esempio

LOGO AZIENDA MITTENTE NOME AZIENDA MITTENTE VIA, NUMERO CIVICO CAP CITTA (PROVINCIA) TELEFONO - FAX E-MAIL SITO WEB	Spett.le NOME AZIENDA Alla c.a. del Dott. NOME PERSONA NOME VIA, NUMERO CIVICO CAP CITTA (PROVINCIA) DATA
OGGETTO: come scrivere una lettera commerciale efficace?	
Gentile TITOLO E NOME PERSONA,	
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras gravida rutrum libero, id tempus turpis interdum vel. Curabitur convallis nulla malesuada felis. Incididunt feudibus.	
Etiam pro justo, sollicitudin nec placerat ac, tempus ut neque. Sed pellentesque, sem et fermentum semper, arcu nibh. Incididunt proi, accumsan dapibus enim idui in reus. Ut eu reus nibh, ac lobortis lorem. Morbi cursus odio ut sem tristique vitae dapibus lorem portitor.	
Suspendisse potenti. Morbi molestie seelerisque libero, varius trindunt magna vestibulum in. Aliquam porta, metus vel ultrices euismod, quam odio consectetur libero. nec lacina erat nisl et diam. Donec utiam orper, mi quis consequat vulputate, ante lectus luctus justo.	
Grazie dell'attenzione e cordiali saluti.	
NOME AZIENDA MITTENTE TITOLO E NOME MITTENTE CARICA MITTENTE	FIRMA AUTOGRAFA MITTENTE (NOME E COGNOME MITTENTE)