



THE LEADERSHIP CORP

PROFESSIONEEL E-MAILVERKEER

E-MAIL IS DE AFGELOPEN JAREN EEN VAN DE BELANGRIJKSTE HULPMIDDELEN GEWORDEN IN HET ZAKELIJKE VERKEER.

Helaas hebben maar weinig mensen een goede opleiding gehad om effectief en efficiënt te e-mailen. Toch kunnen we makkelijk een aantal belangrijke tips geven over wat wel en wat juist niet te doen. Hou in ieder geval altijd in gedachten dat zakelijke e-mail **ZAKELIJK** is. De gebruiken en toonzetting zijn in het zakelijke verkeer anders dan in het privéleven.

Hieronder geven we enkele belangrijke tips en aanbevelingen over professioneel e-mail verkeer.

1. DE GROOTSTE ERGERNISSEN

Helaas zijn er allerlei hardnekkige slechte gewoontes, waardoor e-mail als communicatie-instrument minder effectief en efficiënt wordt. Uit onderzoek blijkt dat elke medewerker jaarlijks gemiddeld 320 uur verknoeit aan inefficiënt mailen. Waarschijnlijk komen de volgende voorbeelden van e-mailergernissen je zeer bekend voor:

- Eindeloos veel CC'tjes.
- Vragen om informatie die door de verzender ook kon worden opgezocht.
- Veel verschillende onderwerpen in een mail behandelen, waardoor je als ontvanger een e-mail niet gemakkelijk kunt afhandelen.
- Je ontvangt een mail waarin wordt verwezen naar een bijlage, maar de bijlage ontbreekt.
- Losse gedachten, tips, suggesties, vragen etc. e-mailen, die beter in dialoogvorm (telefoongesprek of 'om tafel') kunnen worden afgehandeld.
- Je ontvangt informatie die beter op een intranet of andere gestructureerde informatieopslagplaats kan worden gezet.
- Ongevraagd (periodieke) informatie, spam, kettingbrieven en andere 'grappen' ontvangen waar je helemaal niet op zit te wachten.

- Misverstanden over de verwachte follow-up (de verzender van de mail verwacht een reactie van je, maar jij hebt dat niet uit zijn mail begrepen of je blijft lang piekeren over een antwoord terwijl het mailtje 'ter informatie' was).
- Essentiële informatie versnipperen over meerdere e-mails (een uitnodiging voor een vergadering, gevolgd door een toelichting op de agenda, gevolgd door een herinnering met routebeschrijving maar zonder agenda etc.), waardoor je onnodig veel tijd kwijt bent met het verzamelen van de juiste informatie.

2. INFORMATIE-OVERLOAD IN DE MAIL

Via de digitale snelweg komt steeds meer informatie op ons af. Om niet aan deze informatiebrij ten onder te gaan, zal je moeten leren informatie gericht tot je te nemen.

2.1 Wat is informatie?

Het lijkt een triviale vraag: Wat is informatie? Maar dat is het niet. Integendeel. Een groot deel van de werkende bevolking zit bijna de hele dag achter de computer en talloze werknemers laten zich tijdens het werk afleiden door niet-relevante mails van collega's en vrienden. Via de digitale snelweg komt steeds meer informatie op ons af: van reclame voor het nieuwste managementboek van Stephen Covey tot een mededeling van de OR en een CC van de notulen van een vergadering over een project waarbij je zijdelings betrokken bent. Deze informatieoverload is voor veel mensen een concreet probleem geworden en leidt bij steeds meer werknemers tot informatiestress.

Om niet aan deze informatiebrij ten onder te gaan, zal je moeten leren informatie gericht tot je te nemen: je moet een **selectie kunnen maken** tussen belangrijke en onbelangrijke e-mail. De mate waarin je kunt beoordelen welke informatie van belang is en welke niet, bepaalt de mate waarin je werkdruk ervaart.

3. E-MAIL, WANNEER WEL, WANNEER NIET?

'Uit onze administratie blijkt dat uw dienstverband bij de Rijksuniversiteit is beëindigd'.

Dit bericht vonden de 7.000 medewerkers van de Rijksuniversiteit Groningen op een maandagochtend in november 2006 in hun mailbox.

Gelukkig bleek het om een 'fout' in het computersysteem te gaan. Waarom het automatisch gegenereerde mailtje naar duizenden medewerkers was gestuurd, was een groot raadsel. Nadat de fout was ontdekt, volgde meteen een excuusmail waarin de medewerkers werd verzekerd dat het een foutief bericht betrof en zij zich geen zorgen hoefden te maken over hun baan.

Minder fortuinlijk waren de 400 medewerkers van een Amerikaanse elektronikaketen RadioShack in september 2006. Zij werden per e-mail op de hoogte gebracht van hun ontslag en konden meteen hun spullen pakken. 'Omwille van de efficiency', had de directie van het bedrijf voor deze werkwijze gekozen. De medewerkers waren woedend en vonden de werkwijze 'onmenselijk en respectloos'.

E-mail is in lang niet elke situatie het juiste communicatiemiddel. Denk bijvoorbeeld aan zaken die iemand persoonlijk raken, zoals de beëindiging van een dienstverband. Dit hoort in een persoonlijk gesprek besproken te worden. Of als je een vraag hebt waar je meteen antwoord op wilt, kun je beter de telefoon pakken of even bij je collega langsgaan en het hem vragen. Toch wordt e-mail regelmatig gebruikt in situaties waarin een persoonlijk gesprek beter op zijn plaats was geweest. Niet zelden leidt dit – vaak ondoordacht – automatisch tot irritaties, woede en misverstanden. Vraag je bij elk bericht even af of het wel verstandig is voor de betreffende boodschap e-mail als medium te gebruiken.

3.1 Situaties waarin je e-mail kunt gebruiken

Je kunt je mail gebruiken als je:

- Een afspraak wilt maken met 1 of meerdere personen;
- Een afspraak wilt bevestigen;
- Een eenvoudige vraag hebt;
- Een vraag hebt waar je niet snel een antwoord op hoeft te krijgen;
- Een antwoord moet geven op een eenvoudige vraag;

- Aan veel mensen tegelijk een mededeling wilt doen (en die niet heel belangrijk is);
- Een vergadering wilt plannen;
- Iemand wilt bereiken die heel slecht bereikbaar is.

3.2 Situaties waarin je e-mail beter niet kunt gebruiken

Je kunt je mail beter niet gebruiken als je:

- Een meningsverschil hebt;
- Vertrouwelijke informatie wilt uitwisselen;
- Voor het brengen van slecht nieuws;
- In een situatie zit waar een probleem bestaat of dreigt te ontstaan;
- Op het allerlaatste moment een vergadering of afspraak wilt afzeggen;
- Veel vragen hebt;
- Een vraag hebt waar je met spoed een antwoord op wilt hebben;
- Vertrouwelijke informatie wilt uitwisselen;
- Een vervelend bericht hebt.

3.3 Andere mogelijkheden

Wat kun je doen als e-mail niet het meest geschikte medium is?

- Pak de telefoon;
- Loop bij je collega langs;
- Maak een afspraak voor een persoonlijk gesprek;
- Verstuur de informatie via de (interne) post;
- Stuur een fax;
- Spreek je collega aan in de kantine.

4. DE DO'S VAN E-MAIL

Je typt een bericht, kiest een adres, drukt op verzenden en... klaar is Kees. Een kind kan de was doen. E-mail heeft haar populariteit te danken aan het gemak en de snelheid waarmee een berichtje kan worden verstuurd.



THE LEADERSHIP CORP

Maar juist daardoor gaat het ook zo vaak mis: in de haast opgestelde berichten vol spelfouten, onduidelijke verzoeken en nutteloze mededelingen leiden tot irritatie, volle inboxen en veel tijdverlies, want al die e-mails moeten toch geopend en bekeken worden.

4.1 Wees helder en to-the-point

Verplaats je in de ontvanger van je e-mail en **geef in de onderwerpregel bovenaan het bericht aan waar het over gaat**. Je kunt bijvoorbeeld aangeven wat je van hem verlangt en - zonodig - wanneer. Ook kun je (duidelijk!) verwijzen naar eerdere e-mails. Bijvoorbeeld: '... in mijn mail van 24 september jl. met als onderwerp 'concept beleidsnota versie 1.2'.'

Het is dan voor de ontvanger meteen duidelijk of hij snel actie moet ondernemen of dat je bericht even kan wachten. Bovendien kan hij je bericht zo gemakkelijk terugvinden. Hiermee toon je niet alleen respect voor de tijd van een ander, je ontvangt waarschijnlijk ook een helder antwoord terug. Probeer je **zoveel mogelijk tot één onderwerp te beperken**. Heb je meerdere onderwerpen, spreid ze dan over meerdere e-mails. De ontvanger houdt zo het overzicht en kan je e-mails gemakkelijker afhandelen. Behandel je toch meer onderwerpen in je bericht, geef de onderwerpen dan een nummer.

Kom **in de eerste alinea van je e-mailbericht meteen to-the-point**. Wil je dat je collega de tweede versie van je concepttekst van commentaar voorziet, geef dat dan aan. Eventuele toelichting kun je daarna geven. Houd je bericht zo kort mogelijk, want het lezen van lange lappen tekst op een beeldscherm is niet prettig. Dreigt je e-mail toch erg lang te worden, voorzie je tekst dan van tussenkopjes.

Heb je **dringend een reactie nodig, bel dan de ontvanger ook even** om te zeggen dat je een e-mail hebt gestuurd. Je kunt zo de urgentie van je bericht nog eens benadrukken en de ontvanger kan aangeven of hij binnen de door jouw gestelde termijn kan reageren. Overigens: gebruik voor de echte spoedgevallen niet de e-mail, maar pak de telefoon of loop even bij je collega langs.

4.2 Ga weloverwogen met bijlagen om

Met de bijlagenfunctie in je e-mailprogramma kun je bestanden met je e-mail meesturen. Hartstikke handig, alleen moet je ze **wél daadwerkelijk toevoegen**; het is weinig professioneel wanneer je in je e-mail naar een attachment verwijst die ontbreekt.



THE LEADERSHIP CORP

Je kunt dit voorkomen door er een gewoonte van te maken eerst de bijlage te selecteren en daarna pas het begeleidende bericht te schrijven.

Schrijf altijd een begeleidende tekst bij een bijlage. Hierin leg je het doel van de bijlage uit en geef je precies aan wat je van de ontvanger verwacht.

Vraag je altijd af **of het nodig is om de bijlage met je bericht mee te sturen**. Staat de informatie al op het intranet of in een gedeelde map, dan is een link hiernaar voldoende. Zo voorkom je onnodig geheugengebruik in de mailbox van de ontvanger en overbelasting van het bedrijfsnetwerk. Bovendien hoeft de ontvanger minder handelingen te verrichten (bijlage openen, opslaan, verwijderen).

Wanneer je een bijlage meestuurt, let er dan op dat **het bestand een duidelijke naam heeft** en niet te groot is. Nietszeggende bestanden, zoals verslag.doc, en grote bestanden die niet snel geopend kunnen worden, wekken irritaties op bij de ontvanger. Nog erger is het als de ontvanger een bijlage niet kan openen omdat die is gemaakt in een programma dat niet iedereen heeft. Zo kunnen bijvoorbeeld de documenten die met de laatste versies van Microsoft Office gemaakt worden, niet geopend worden met oudere versies. Nog erger is het wanneer je bijlage een virus blijkt te bevatten. Controleer bijlagen dan ook altijd op grootte en virussen.

4.3 Beperk het gebruik van CC

Heel veel ontvangers van CC's lezen deze niet eens meer. Vraag je dus af of je wel moet CC-en, of wellicht het bericht AAN de persoon moet sturen of helemaal niet. In sommige organisaties slibben inboxen helemaal dicht door de enorme hoeveelheid CC'tjes die worden verstuurd. Veelal heeft dit met de bedrijfscultuur te maken. Wees selectief in het versturen van zogenoemde CC'tjes. Gebruik CC alleen als het echt nodig is voor de ontvanger.

4.4 Let op correcte adressering

In de haast kan het wel eens gebeuren dat je een adres verkeerd intikt, de verkeerde contactpersoon in je adresboek selecteert of iemand vergeet. Controleer bij het verzenden van een bericht altijd of je het bericht aan de juiste perso(o)n(en) hebt geadresseerd. **Vooral bij gevoelige informatie kan een dubbele check geen kwaad.**



THE LEADERSHIP CORP

Voorzie externe mail altijd van een disclaimer. In het geval een bericht bij de verkeerde persoon wordt bezorgd, zorgt deze ervoor dat derden hieraan geen rechten kunnen ontlenen of het bedrijf aansprakelijk kunnen stellen.

4.5 Zakelijke e-mail is geen MSN. Let op formulering en spelling

Gaan we voor een brief nog eens goed zitten, bij het schrijven van een e-mail lijken goede omgangsvormen en spellingsregels te verdwijnen als sneeuw voor de zon: berichten vol spelfouten waarin alleen het hoognodige wordt vermeld. Hoewel zo niet bedoeld, kun je bij de ontvanger zo ongenueanceerd en kortaf overkomen.

Natuurlijk maakt het uit naar wie je de e-mail verstuurt - een snelle boodschap aan een collega kan informeler dan een bericht aan een klant - maar een correcte spelling en een goede formulering is ook een kwestie van fatsoen. Bovendien kom je met een goed geformuleerd en een juist gespelde tekst professioneler over dan met een rommelig bericht. Lees een e-mail dus goed door voor je hem verzendt en gebruik je spelling- en grammaticacontrole.

Wees ook voorzichtig met ironie, sarcasme en humor. Door het ontbreken van fysiek contact kan een grap gemakkelijk als kritiek worden uitgelegd.

De dont's van e-mail

Zet de ontvanger niet op het verkeerde been

Verstuur nooit een e-mail zonder het onderwerp in de onderwerpregel aan te geven. Verzond ook nooit een bericht zonder je naam te vermelden. Schrijf geen zinnen in hoofdletters. De ontvanger zal dit interpreteren als schreeuwen en zal denken dat je boos op hem bent.

Gebruik e-mail niet voor gevoelige onderwerpen of slecht nieuws

Hoewel e-mail in lastige situaties een aantrekkelijk alternatief lijkt, mag je je nooit achter een e-mail verschuilen. Door het eendimensionale karakter van e-mail zie je niet hoe je bericht bij de ontvanger overkomt en kun je een misverstand niet meteen rechtzetten. Ook heb je geen idee van de omstandigheden en timing van het moment waarop je e-mail wordt gelezen.



THE LEADERSHIP CORP

Verzend geen vertrouwelijke informatie

In principe is e-mail niet erg geschikt voor het uitwisselen van vertrouwelijke informatie. Ook privé-informatie over collega's wissel je niet uit via de mail. Een e-mail – of de reactie daarop – wordt nogal eens naar anderen doorgestuurd en dan komt je bericht terecht bij mensen voor wie jij hem niet had bestemd. Wees je ervan bewust dat in veel organisaties de systeembeheerder toegang heeft tot je e-mail.

Bcc

Wanneer je een bericht aan meerdere zakelijke contacten verstuurt, is het niet zo professioneel als de e-mailadressen van de geadresseerden voor iedereen zichtbaar zijn. Er zijn organisaties die maar al te gemakkelijk gebruikmaken van deze adressen om spam te versturen. Gebruik in een dergelijk geval bcc (blind carbon copy). De adressen die je hier invoert, zijn dan niet zichtbaar voor de anderen.

Wees niet te gemakzuchtig

Stuur niet voor ieder wissewasje een e-mail. Vraag je bij elk bericht even af of het wel verstandig is voor de betreffende boodschap e-mail als medium te gebruiken. Is een telefoontje of rechtstreeks contact met de collega, die een paar kamers verderop zit niet effectiever? En hoewel het een verleidelijk alternatief is om niet zelf de archiefkast in te hoeven duiken, is het niet verstandig om een e-mail te versturen waarin je om informatie vraagt die je zelf gemakkelijk kunt opzoeken. Het is niet collegiaal en zal voor de nodige irritaties kunnen zorgen.

To: iedereen

In veel organisaties is het mogelijk om een bericht te versturen naar alle medewerkers of de medewerkers van een organisatieonderdeel, bijvoorbeeld de afdeling IT of Personeelszaken. Dat kan erg efficiënt zijn, bijvoorbeeld wanneer de directie een belangrijk bericht heeft. Maar al te vaak wordt deze mogelijkheid uit gemakzucht gebruikt, omdat de verzender van de e-mail niet goed weet aan wie hij zijn bericht moet richten en voor het gemak de hele afdeling maar adresseert. Een bron van onnodige verstopping.

Gebruik e-mail niet voor niet-zakelijke mail

Kettingbrieven horen niet thuis op het werk. Dat geldt ook voor e-mails die kwetsend kunnen zijn door grappen over huidskleur, afkomst, religie, seksuele geaardheid, ras of sekse. Gebruik je e-mail op het werk ook niet voor het verhandelen van spullen.

5. DE BELANGRIJKSTE TIPS NOG EEN KEER OP EEN RIJTJE

Do's

- Let op formulering en spelling;
- Wees voorzichtig met ironie, sarcasme en humor;
- Voorkom spellingfouten: lees je e-mail voor verzenden goed door en gebruik de spellingcontrole;
- Wees helder en to-the-point;
- Zet in de onderwerpregel wat je van de ontvanger verwacht en wanneer;
- Begin je e-mail met je boodschap gevolgd door een toelichting;
- Behandel één onderwerp per e-mail;
- Behandel je meer onderwerpen per e-mail, nummer de onderwerpen dan;
- Houd je e-mail kort en zakelijk;
- Vraagt je e-mail echt snelle actie, bel dan de geadresseerde ook even op;
- Ga weloverwogen met bijlagen om;
- Schrijf altijd een begeleidende tekst bij een bijlage: leg hierin uit wat het doel van de bijlage is en wat je van de ontvanger verwacht;
- Vergeet de bijlage niet mee te sturen: leer jezelf aan eerst de bijlage te selecteren, daarna stel je de begeleidende mail op;
- Vraag je af of het noodzakelijk is om de bijlage toe te voegen of een alleen een link voldoende is;
- Voorzie de bijlage van een duidelijke naam;
- Controleer bijlagen altijd op grootte en virussen;
- Beperk het gebruik van CC;
- Gebruik CC alleen als het echt nodig is voor de ontvanger;
- Let op correcte adressering;
- Controleer altijd of je je e-mail aan de juiste perso(o)n(en) adresseert;
- Voorzie externe e-mails altijd van een disclaimer.

Dont's

- Zet de ontvanger niet op het verkeerde been;
- Verstuur nooit een e-mail zonder het onderwerp in de onderwerpregel aan te geven;
- Verzend ook nooit een e-mail zonder je naam te vermelden;
- Schrijf geen zinnen in hoofdletters;
- Verschuil je nooit achter een e-mail;
- Verzend geen vertrouwelijke informatie;
- Verzend geen vertrouwelijke informatie of privé-informatie over collega's;



THE LEADERSHIP CORP

- Stuur e-mailadressen niet open en bloot mee als je een bericht verstuurt naar meerdere externe contacten;
- Wees niet te gemakzuchtig;
- Stuur niet voor ieder wissewasje een e-mail;
- Vraag niet om informatie die je zelf gemakkelijk had kunnen opzoeken;
- Verstuur niet aan een hele afdeling een e-mail als je niet precies weet aan wie je je bericht moet richten;
- Ben niet te gemakkelijk in het versturen van CC'tjes;
- Gebruik e-mail niet voor niet-zakelijke mail;
- Doe niet mee aan kettingbrieven of ander 'grappen';
- Gebruik je e-mail niet voor het verhandelen van spullen.