



vlaamse dienst
speelpleinwerk

Het hoe en waarom?

Richtlijnen: gebruik van e-mail

De technologie biedt u steeds meer mogelijkheden om vlot informatie uit te wisselen. Met behulp van bijvoorbeeld e-mail, kunt u in korte tijd veel mensen bereiken. Toch biedt deze ontwikkeling niet alleen maar voordelen. Een e-mailtje is snel gestuurd; soms te snel. Vaak worden e-mails naar te veel of naar de verkeerde mensen gestuurd. Soms hebben ze een te emotionele lading. En in steeds meer gevallen wordt e-mail gebruikt, waar een persoonlijk contact beter op zijn plek zou zijn geweest. In dit artikel vindt u richtlijnen om beter met behulp van e-mail te communiceren.

1. De voordelen van e-mail

Binnen bedrijven en instellingen wordt op steeds grotere schaal gecommuniceerd met behulp van e-mail. Het biedt dan ook verschillende voordelen. Met dit medium kunt u iedereen die achter een computer zit binnen enkele seconden bereiken. In tegenstelling tot een telefonische boodschap hoeft u niet bang te zijn de ander te storen in zijn werkzaamheden. Uw boodschap staat meteen zwart op wit. Als u uw mail helder heeft geformuleerd kunt u later altijd naar de inhoud refereren. De mail dient meteen als geheugensteuntje voor de ontvanger. En dan vooral niet te vergeten: u kunt veel mensen tegelijkertijd bereiken met uw boodschap.

2. Niet altijd geschikt

E-mail is dus een handig communicatiemiddel als het gaat om effectiviteit en tijdsbesparing. De voordelen zorgen er tegelijkertijd voor dat e-mail te vaak en te snel gebruikt wordt. E-mail is niet voor elk doeleind het meest gunstige medium. Bovendien zorgt de gemakkelijke verspreiding van boodschappen voor een bijkomend effect. Via e-mail ontvangt u vaak een overkill aan informatie die overigens niet altijd (alleen) voor u bedoeld is. Zo komt het regelmatig voor dat werkgerelateerde informatie die bedoeld is voor één bepaalde werknemer, als cc naar andere medewerkers wordt verzonden. Dan weten die er tenminste ook van, is het idee. Het komt zelfs voor dat bij verzenden van kritische opmerkingen in de richting van de leidinggevende ook de collega's van de verzender een kopie ontvangen. Deze actie lijkt dan de boodschap kracht bij te zetten. De leidinggevende kan het probleem dan niet meer afdoen in een onderonsje met de medewerker. Het is immers een groepsaangelegenheid geworden.

3. Emoties

Een e-mail is snel verzonden. Daarmee is het ook een middel geworden dat soms gebruikt wordt om irritaties te laten blijken of elkaar verwijten te maken. Een e-mail wordt soms verzonden in een boze opwelling, die pas is weggezaakt nadat op de verzendknop is geklikt. Daarbij speelt het een belangrijke rol dat bij deze manier van communiceren de mogelijkheid tot nuanceren en relativeren beperkt is. Tijdens een face-to-face contact kunt u een te bitse opmerking wat nuanceren door middel van non-verbaal gedrag. U kunt forse kritiek leveren en tegelijkertijd de relatie herstellen door even te glimlachen, uw handen te kantelen of uw schouders op te trekken. Ook kunt u meteen de reactie van

de ander peilen en daar uw presentatie op afstemmen. Bij e-mail ontbreekt de directe feedback. Ook mist u de lichaamscommunicatie die normaliter een essentiële rol speelt bij de uitwisseling van gevoelige informatie.

4. Emoticons

Sommige mensen menen het gebrek aan lichaamstaal bij e-mail te kunnen compenseren met behulp van emoticons. Dit zijn gezichtjes die u kunt maken met behulp van de ASCII-tekens op uw toetsenbord. Zo staat ;-) voor een glimlach met een knipoog en :-(voor een sombere gezichtsuitdrukking. Om ze goed te kunnen lezen dient u uw hoofd naar links te kantelen. Sommige programma's vertalen deze tekens meteen in poppetjes. U kunt dit vaak zien in chatboxen en forums op het internet. Ook steeds meer e-mailprogramma's maken deze vertaalslag. Toch zijn deze emoticons nog slecht bruikbaar in het zakelijke verkeer. De poppetjes komen kinderachtig over en vertolken slecht de werkelijk gevoelde emotie van de afzender. Ze kunnen zelfs eerder als denigrerend worden beschouwd dan dat ze bedoeld zijn om een positieve relatie te bewerkstelligen.

5. Een directief antwoord

Waar moet je op letten als je reageert op een uitgebreide e-mail van een medewerker of klant, die erbij gebaat is dat je directief reageert op de beschreven situatie. Geef geen antwoord per e-mail! E-mail is een medium dat niet geschikt is voor directieve benaderingen, terechtwijzingen of berispingen. Uw boodschap kan onbedoeld te verwijtend, kwetsend of hard overkomen. In deze situatie kunt u beter meteen bellen en/of de afzender uitnodigen voor een persoonlijk onderhoud.

In het gesprek dat dan volgt begint u met parafaseren. Daarmee wil ik zeggen dat u eerst in eigen bewoordingen de inhoud van de e-mail van de medewerker of klant herhaalt en beschrijft hoe u de boodschap hebt begrepen. Daarmee geeft u feedback over de mail, zonder daar meteen een waardeoordeel aan te geven. Dat is nodig want ook u kunt de lading van de mail verkeerd begrepen hebben. Op deze manier laat u blijken dat u de e-mail van de betrokkene serieus neemt.

6. Dialoog in plaats van een vuurgevecht

Door in gesprek te gaan scheidt u de mogelijkheid voor een dialoog in plaats van een vuurgevecht via de mail. Als er op die manier al een strijd zou ontstaan, want de ander kan uw geprikkelde e-mail gemakkelijk negeren: hij antwoordt dan gewoon niet. Als u daar later op terugkomt, kan de ander altijd zeggen dat hij uw mail niet ontvangen heeft of dat die 'per ongeluk' in de trash terecht is gekomen. Als u toch per e-mail wilt reageren op een vervelende e-mail, houd het dan kort en verzoek de ander er onder vier ogen op terug te komen. Dit voorkomt verwarring en verhindert dat de ander uw woorden opslaat om het als 'bewijs' tegen u te gebruiken. U wilt u klanten en medewerkers toch graag te vriend houden?

E-mail is een prettig hulpmiddel voor korte zakelijke uitwisseling. Maar zodra de communicatie persoonlijk wordt, is e-mail minder geschikt. In die situaties moet er sprake zijn van een dialoog. In deze situaties moet u spreken en luisteren en met lichaamstaal op elkaar kunnen reageren. Als u constructieve feedback wilt geven of gevoelige onderwerpen wilt aansnijden dient u elkaar dus te ontmoeten. E-mail is overigens prima geschikt om de afspraak daarvoor te maken.

7. Een vluchtig medium

Het feit dat mensen e-mail zo gemakkelijk kunnen verzenden en ontvangen zorgt ervoor dat er veel overbodige informatie uitgewisseld wordt. Als u alle inkomende cyberpost met aandacht wilt afhandelen, bent u misschien enkele uren per dag kwijt met het lezen en beantwoorden van al uw e-mails. Veel managers - die toch al weinig tijd hebben - lossen dit op door hun mails selectief te lezen

en te beantwoorden. In de mailbox kunnen ze al onderscheid maken tussen e-mails die aan hen persoonlijk zijn verzonden en mails die aan een groep zijn verstuurd. Deze laatste mails lijken minder prioriteit te hebben. Verder wordt er gesorteerd op onderwerp en afzender, met ook daaraan het label: méér of minder belangrijk. De inhoud van de mails wordt vanwege de hoeveelheid vaak snel doorgescand. Lange e-mails hebben daardoor minder impact.

De antwoorden per e-mail zijn vaak kort, snel en soms weinig doordacht. Ze hebben veelal geen aanhef of ondertekening (Dit lijkt overbodig omdat de namen van de ontvanger en de afzender toch al boven de mail staan). Verder vind je er relatief veel typefouten die vanwege de snelheid van het medium maar zelden worden gecorrigeerd. De stijl en opmaak van e-mails krijgen ook weinig aandacht. Dit alles maakt dat de benadering per e-mail kan overkomen als haastig en weinig persoonlijk.

8. Richtlijnen voor bewuster e-mailverkeer

Houd het zakelijk

Scheid feiten van meningen. Beperk emotionele uitlatingen. In geschreven tekst kan dit totaal verkeerd begrepen worden. Wees ook voorzichtig met humor in e-mails. Zonder uw vrolijke gezicht in beeld kan uw grappigheid als kwetsend of sarcastisch ervaren worden. Gebruik in zakelijke mails geen emoticons. De bedoeling daarvan snapt niet iedereen. Schrijven met HOOFDLETTERS is schreeuwen in cybertaal! Laat dit ook liever achterwege. Gebruik de vermelding 'hoge prioriteit' bij uw e-mails alleen bij echt hoge prioriteit!

Houd het kort

Een e-mail is bedoeld voor snelle uitwisseling. Gebruik het ook zo. Lange mails worden over het algemeen wat minder goed gelezen en/of onthouden.

Maak het persoonlijk

Noem de naam van de ontvanger één of enkele malen in de mail. Begin met een vriendelijke aanhef. Zet uw naam met een vriendelijke groet onder het mailtje - ook al staat die standaard al bovenin het scherm. Stuur uw mails bij voorkeur gericht aan één persoon in plaats van aan een groep. Als u hetzelfde mailtje aan drie verschillende mensen wilt sturen, maakt u het persoonlijker als u hem ook echt drie keer verstuurt en de naam in uw aanhef vervangt. Stem de inhoud van de mail zoveel mogelijk af op de ontvanger bijvoorbeeld door in uw antwoord iets uit zijn vraagstelling te herhalen. De ontvanger weet daarmee dat de mail ook echt aan hem gericht is.

Stuur mailtjes met persoonlijke inhoud niet door

Misschien vindt u het belangrijk dat een collega, leidinggevende of personeelszaken ook op de hoogte is van de inhoud van de mail die u heeft ontvangen. Toch kunt u behoorlijk het vertrouwen schenden als u een aan u gerichte mail met persoonlijke inhoud zo maar doorzendt. De mail is persoonlijk voor u bedoeld. Wel kunt u in uw antwoord laten weten dat u anderen zult informeren. Dit doet u dan in een persoonlijk gesprek of via een nieuwe correspondentie. Zorg er in dat geval voor dat de betrokkene daar een afschrift van ontvangt.

Denk na wanneer u een cc stuurt en aan wie

Zeker bij conflicten komt het vaak voor dat een derde zoals een leidinggevende of personeelsfunctionaris een cc van de mail ontvangt. Dit zorgt er niet alleen voor dat mailboxen

onnodig vol raken. Ook kan dit het vertrouwen aantasten en/of de berichtuitwisseling een onnodig zware lading geven.

Geef voorkeur aan mondeling contact

Natuurlijk kunt u een mailtje sturen naar uw collega in de kamer naast u. Soms is dat zelfs nuttig. U hoeft niet van uw plek. U stoort de collega niet. De collega kan het rustig lezen en bewaren. Maar als het kan, ga dan liever bij hem langs. Denk erover na of u vaak dingen mailt die u ook gewoon kunt zeggen. Gebruik de mail liever om iemand uit te nodigen voor een gesprek in plaats van voor het versturen van hele betogen.

Formuleer doel en/of vraagstelling duidelijk

Maak al in de aanhef van de e-mail duidelijk wat u ermee beoogt. Geef een heldere omschrijving van uw correspondentie in het onderwerpvak. Plaats bij uw reacties af en toe een nieuwe titel in plaats van dat er automatisch Re Re Re Re Re onderwerp verschijnt.

Let op stijl en interpunctie

Veel lange mails worden aan een stuk geschreven. Soms worden er ook nog lange zinnen gebruikt. Vergroot de leesbaarheid van uw mails door kopjes en witregels te gebruiken. Kijk of u door middel van komma's en punten uw mails begrijpelijker kunt maken.

Geef tijd en aandacht aan uw mails

E-mail kan snel maar dat hoeft niet altijd. Neem als het om belangrijke of gevoelige informatie gaat de tijd om na te denken wat u precies wilt schrijven. Schrijf uw mail dan eerst in een tekstverwerker en print het uit. Lees het zorgvuldig na en overweeg uw formuleringen. Is het duidelijk zo en bent u het er nog steeds mee eens, verzend de tekst dan per mail.

Vergeet de papieren post niet

E-mail gaat sneller maar is daarmee vluchtiger. Als u de inhoud van uw boodschap meer waarde wilt geven, verstuur het dan op papier per reguliere post (snailmail). Wilt u het toch snel en per e-mail versturen? Schrijf dan in Word een brief op briefpapier en hang die als attachment aan uw e-mail. Op die manier krijgt uw boodschap meer impact.