

Zakelijke E-mail communicatie: niet eenvoudig!

E-mail is een gemakkelijk communicatie middel. E-mails versturen en ontvangen kan tegenwoordig bijna iedereen, zelfs via zogenaamde smartphones, altijd online.

In tegenstelling tot wat veel mensen denken, is e-mail echter een volwaardig communicatie middel en dus niet “onschuldig”. Even een paar woordjes typen, een druk op de knop “Verstuur”..... en weg is ‘ie.

E-mail verkeer veroorzaakt vaak enorme emotionele en economische schade. Om maar eens in de eerste categorie te blijven: hoe vaak komt het niet voor dat de schrijver denkt “nu zal ik eens even schrijven (met de nodige taal- en stijlfouten) wat ik ervan denk.....”. Het gevolg is meestal een e-mail met een inhoud waarvan de verzender de volgende dag denkt “had ik die e-mail maar nooit verstuurd!” en de ontvanger diep teleurgesteld, boos en soms radeloos achterblijft.

De snelheid en het gemak waarmee via e-mails gecommuniceerd wordt, zijn de bron van de ellende. De combinatie “snelheid en gemak” schakelt bij mensen vaak even het verstand uit. Neem als voorbeeld het antwoord van Piet op een e-mail van Jan: *“Jan, ik heb jouw verhaal gelezen en ben het niet eens met de conclusie. Dit bewijst weer eens dat jij het niet begrijpt. De stelling van Henk is veel beter (zie bijlage)”*. Vervolgens wordt er bij de e-mail een groot bestand met 22 pagina’s tekst toegevoegd waar ergens in het midden met twee zinnen de stelling van Henk staat. Piet schrijft en stuurt deze e-mail binnen 1 minuut; de frustratie bij Jan duurt minimaal enkele uren..... En de volgende dag zegt Piet tegen Jan: *“zo heb ik het niet bedoeld, dat weet je toch?”*.

Economische schade ontstaat doordat er bij e-mail communicatie vaak zogenaamde kettingmails ontstaan (een reactie op een reactie), waarbij plotseling interne communicatie naar buiten (de eigen organisatie) wordt gestuurd. Het voorstellingsvermogen hoeft hier niet groot te zijn om een ellendig voorbeeld te bedenken.


Het verwerken van e-mails (lezen, nadenken, reageren, controleren, versturen) kost niet alleen tijd maar vergt ook discipline. Dus als het e-mailen verkozen wordt boven persoonlijk contact, doe het dan goed.

Een 12-tal eenvoudige regels kunnen helpen om het e-mail verkeer binnen uw organisatie in betere (en professionelere) banen te leiden.


- 1) Reserveer dagelijks tijd voor het afhandelen van e-mails. Laat je niet misleiden om telkens je werk te onderbreken om de “laatste” even snel te lezen en er op te reageren.
- 2) Besef dat jouw e-mails door de ontvanger dezelfde betekenis hebben als het ontvangen van een brief (via de postweg). Niet voor niets lieten de eerste mailprogramma's de melding zien (en horen): “You've Got Mail”.
- 3) Stop nooit emoties in een e-mail; blijf zakelijk en correct.
- 4) Open altijd met “Geachte heer/mevrouw X” of “ Beste X”. Dit geeft de noodzakelijke neutrale en correcte opening.
- 5) Sluit af op de wijze waarop men een officiële brief afsluit. En zorg dat iedereen van de organisatie het dezelfde “signature” model hanteert.
- 6) Zorg dat er per e-mail steeds maar één onderwerp behandeld wordt, anders wordt het snel chaos.
- 7) Controleer op taal- en stijlfouten.
- 8) Geef duidelijk aan wat van de ontvanger verwacht wordt en wat van de eventuele kopiehouders verwacht wordt.
- 9) Gebruik e-mail niet voor de functionaliteit CYA (Cover Your Ass).
- 10) Gebruik nooit de functionaliteit “Bcc:” (de blind-copy).
- 11) Stuur nooit interne e-mails naar buiten de eigen organisatie!
- 12) Stuur nooit bestanden in hun oorspronkelijke vorm (bijvoorbeeld Excel, Word) naar buiten de organisatie, maar altijd in PDF.


Bij (grotere) organisaties is het bijzonder handig om een archief mailadres in te richten met de naam “archief”; bijvoorbeeld archief@voorbeeldfirma.nl, zodat het e-mail verkeer automatisch op een centrale plek gearhiveerd worden.

De belangrijkste punten met betrekking tot e-mail communicatie op een rijtje:

E-mail communicatie in goede banen leiden
PROINT 

Informatiebrief onderwerpen



PROINT 

@1 To: Liefst één (1) persoon
 CC: Zo weinig mogelijk, liefst geen
 Bcc: Niemand

@2 → Één onderwerp per e-mail bericht!
 → Blijf altijd zakelijk en correct!

@3 → Géén intern e-mail verkeer naar derden sturen!
 → Probeer naar derden alleen via officiële brieven te corresponderen (e-mail gebruiken als drager voor het PDF bestand)

@4 → E-mail geordend archiveren!
 → Extern e-mail verkeer in centraal archief

Bij meerdere personen duidelijk aangeven wat van wie verwacht wordt

Aangeven waarom kopiehouders de e-mail ontvangen

Niet doen (Verbieden)

7B044 Intern R1
01-11-2009
Slide 1

© Copyright 2007-2010 by PROINT-Management B.V. www.proint.nl

Tot slot.

De e-mail functionaliteit is ontwikkeld om communicatie makkelijker, flexibeler en goedkoper en sneller (dan de oude postweg) te maken. Het is niet ontwikkeld om het communicatie gedrag te veranderen (en zeker niet in negatieve zin). ■

Tip voor de altijd drukke manager die ook graag 's avonds nog even werkt: geen e-mails beantwoorden na het drinken van (één of meerdere glaasjes) alcohol!

November 2009, Frank Beckers

© Copyright 2007-2009 PROINT