

Zakelijke e-mailetiquette, do's en don'ts

E-mails maken net zoals de kleren die je draagt, je handdruk, de begroeting op je voicemail... deel uit van je zakelijke imago. Als je overal een goede indruk wil maken en positieve zakelijke relaties wil uitbouwen, besteed je best voldoende aandacht aan de inhoud en vorm van je e-mails. In wat volgt enkele richtlijnen voor het gebruik van e-mail in een zakelijke context.

1 Kies een betekenisvol onderwerp voor elke e-mail

Een e-mail versturen zonder onderwerp of met een weinig zinvol onderwerp (een mail met 'Hallo' of 'Hoi' als onderwerp bijvoorbeeld) is not done in de zakenwereld. Bedenk dat jouw e-mail heel veel concurrenten heeft. Gezien het enorme volume e-mails dat de gemiddelde werknemer ontvangt, is een goed gekozen onderwerp essentieel als je wil dat je e-mail relatief snel gelezen wordt.

Vooraf bij het beantwoorden van e-mails blijken veel werknemers nonchalant om te springen met de onderwerpen van mails. Een eerste mailtje heeft bijvoorbeeld wel betrekking op het onderwerp websitecontent, maar de mailtjes die erop volgen gaan respectievelijk over de lay-out, de contactinformatie en de homepage. In plaats van eenvoudigweg op 'beantwoord' te klikken kan je het onderwerp beter aanpassen en specifieker formuleren. Hoe meer gedetailleerde informatie je onderwerp omvat, hoe gemakkelijker je dat specifiek bericht kan terugvinden in je mailarchief. Als het onderwerp volledig veranderd is, start je beter een nieuwe e-mail.

2 Personaliseer je e-mails

E-mail is een informeel medium, maar dat betekent niet dat een begroeting of aanhef overbodig is. Begin je e-mail daarom steeds met 'Beste mevrouw Janssens', 'Geachte meneer Lamin' of gewoonweg 'Karel'. Als je geen naam vermeldt, komen jij en je e-mailbericht nogal koel en afstandelijk over.

3 Besteed aandacht aan de toon van de e-mail

Als je face-to-face met iemand communiceert, dan bestaat 93 procent van de boodschap uit niet-verbale communicatie. Bij e-mail is er echter geen sprake van lichaamstaal of paraverbale communicatie. De ontvanger ziet je gezicht niet en hoort je stem niet waardoor je je woorden voorzichtig en doordacht moet kiezen. Plaats jezelf in de positie van de ander en bedenk hoe jouw woorden kunnen overkomen in cyberspace.

4 Controleer de spelling en grammatica van e-mails

In de begindagen van het e-mailmedium opperde iemand het idee dat deze communicatievorm niet perfect hoefde te zijn. Niets is minder waar in een zakelijke context waarin e-mail gezien wordt als een representatie van de verzender. Als je niet nagaat of je spelling correct is, stellen mensen zich vast en zeker vragen over de kwaliteit van je andere werk. Controleer daarom altijd de spelling en grammatica van je e-mails. Ook de interpunctie en het gebruik van de juiste hoofdletters zijn een aandachtspunt. Bedenk daarbij dat de spellingscontrole wel verkeerd gespelde woorden opspoot, maar geen verkeerd gebruikte woorden.

5 Houd de e-mail beknopt en bondig

E-mail is per definitie bondig. Houd je berichten dan ook kort. Gebruik slechts enkele alinea's en per alinea slechts enkele zinnen. Mensen scannen hun e-mails in plaats van ze aandachtig te lezen. Lange epistels vormen daarom een verspilling van woorden. Als je merkt dat je een overdreven lange e-mail aan het schrijven bent, kan je beter de telefoon nemen en bellen of een meeting vastleggen.

6 Forward geen e-mails zonder toestemming

Stel dat een bericht enkel naar jou gestuurd wordt. Waarom zou jij dan de verantwoordelijkheid op je nemen voor het verspreiden van het bericht? Heel vaak belandt vertrouwelijke informatie in mailboxes waar het eigenlijk niet thuishoort omdat een werknemer zijn gezond verstand niet gebruikt heeft.

Forward naar jou gestuurde berichten slechts in 2 gevallen: 1. als je dat gevraagd wordt en 2. als je er toestemming voor vraagt en krijgt.

7 Onderteken je e-mails

Sluit een e-mail altijd af met je naam, ook al bevat de header deze informatie al. Voeg er bovendien de nodige contactgegevens aan toe zoals je telefoonnummer, fax en adres. Het is immers mogelijk dat een ontvanger je wil bellen om de zaak verder te bespreken of dat hij je documenten wil sturen die niet gemaïld kunnen worden. De meest professionele aanpak is een formele signatuur met alle contactgegevens.

8 Verwacht geen onmiddellijk antwoord

Niet iedereen zit voor de computer met een geopend e-mailprogramma. Dat is nu net het mooie van e-mailcommunicatie: het vormt geen belemmering voor de andere bezigheden op de werkvloer. Je kan je e-mails checken wanneer het jou past en niet wanneer het de verzender past. Als de communicatie zo belangrijk is dat een onmiddellijke reactie vereist is, gebruik je beter de telefoon.

9 Eindig met het e-mailadres van de ontvanger

Het e-mailadres van de ontvanger is eigenlijk het laatste stukje informatie dat je moet ingeven bij een e-mail. Controleer alle andere informatie aandachtig voor je de gegevens van de ontvanger intypt. Lees het bericht eerst na opdat de grammatica, interpunctie en spelling in orde is. Ga vervolgens na hoe duidelijk je bericht is: heb je alles gezegd wat gezegd moest worden? Welke toon heeft je e-mail? Misschien was je bij het schrijven wat emotioneel en weerspiegelt de e-mail die gevoelens. Zitten de bijlagen erbij? Als je de ontvangers e-mailadres meteen ingeeft, kan een kleine vergissing een te vroeg verstuurd bericht opleveren dat je nooit kan intrekken.

10 Denk niet dat niemand anders je e-mails leest

Eens een e-mail je digitale brievenbus verlaat, heb je er geen idee van waar je bericht uiteindelijk nog zal belanden. Gebruik e-mail daarom niet voor persoonlijke of gevoelige informatie.

E-mail maakt alles gemakkelijker en sneller, ook de creatie van een krachtige zakelijke indruk en positieve professionele relaties. Zakenlui die deze technologie op de juiste manier en effectief gebruiken, zullen de resultaten van hun inspanningen weerspiegeld zien in hun zakelijke successen.

Bron - NetOnline Redactie