

15 TIPS VOOR EEN EFFICIËNTER E-MAILGEBRUIK

1. Werk met structuur in je inbox

- Verdeel inkomende mails in 3 categorieën volgens prioriteit nl. i.f.v.:
 1. actie vereist (opvolg vlagje)
 2. ter kennisgeving om te lezen en eventl. op te slaan
 3. verwijder onmiddellijk SPAM of irrelevante mails.
- Creeër subfolders per thema naar analogie met het klassement op kantoor (beperk dit tot maximum 20 i.f.v. het overzicht)
- Stel de sorteerfuncties in, zodat inkomende mails direct in de juiste subfolder belanden. Tegelijk stel je de SPAM-filter in, om ongewenste mail onmiddellijk te verwijderen.
- Verplaats mails in je inbox naar de juiste subfolder, zodat je inbox op het einde van de dag leeg is. Zo hou je het overzicht.

2. Controleer je inbox op vaste tijdstippen

Ontwijk de terreur van de inbox en desactiveer alle signalen bij inkomende berichten. Kijk de inbox na op vaste momenten. Het voortdurend opvolgen zorgt voor nodeloos tijdverlies. Drie tot vier keer per dag de inbox bekijken is voldoende.

3. De verzender verwacht een antwoord

Reageer op elke mail binnen een termijn van 3 werkdagen. Indien dit een te enge tijdslimiet is, verwittig dan de verzender wanneer je de mail wel kan behandelen. Niets is frustrerender als tevergeefs wachten op een reactie. Ook de beslissing om niet te antwoorden deel je mee aan de verzender. Behandel eenvoudige vragen via e-mail, op complexe vragen reageer je met een telefoontje.

4. Bij afwezigheid tijdens 2 of meer werkdagen, stel je een “out of office” in

Opdat de ontvanger niet nodeloos op een antwoord zou wachten, stel je best een “out of office” in. Dit is ook een vorm van imago en van kwaliteits-“branding”. Geef hierbij duidelijk aan:

- de termijn van je afwezigheid
- vanaf wanneer je weer op kantoor beschikbaar bent
- of je voor dringende vragen via gsm bereikbaar bent
- met wie de persoon in tussentijd contact kan opnemen voor verdere afhandeling
- indien je internationale mails ontvangt, stel je de “out of office” naast het Nederlands ook nog in 1 of 2 andere talen op.

5. Wie in “to” en wie in “cc”?

- In “TO”: enkel de bestemmingen waarvan je actie verwacht. Enkel die personen worden geselecteerd die de vraag of info echt moeten krijgen.
- In “CC”: enkel de bestemmingen waarvan je geen actie verwacht, maar die wel geïnformeerd moeten worden.

6. Forward met mate, let op met cc en bcc

Vermijd het forwarden van interne berichten naar externen. Stel steeds een nieuwe mail op. Buitenstaanders hebben niets te maken met de “interne keuken” van het bedrijf en het taalgebruik in een interne mail is niet altijd even klantgericht. Overweeg steeds wie je in cc en wie je in bcc plaatst. Ga er steeds van uit dat je mail door iedereen kan worden gelezen. Wees uiterst voorzichtig met confidentiële informatie of met berichten die niet voor publicatie vatbaar zijn.

Het gebruik van een blind copy (bcc) past niet in een open bedrijfscultuur. Dus voor intern gebruik is dit te mijden. Uitzondering is het verzenden van een standaardbericht aan talloze ontvangers. Deze ontvangers hebben er in principe geen boodschap aan om alle andere mailadressen te zien.

7. Reply to all: enkel als het een meerwaarde heeft voor de bestemmingen

Let op het gebruik van deze functie. Het bij vergissing snel verzenden van een antwoord dat niet bestemd was voor iedereen, kan zeer pijnlijke gevolgen hebben. Bovendien is het een weinig professionele houding.

8. Let op de onderwerpregel

Kies kernwoorden die het thema éénduidig aankaarten. Door het onderwerp in te vullen, kan de ontvanger de mail beter inschatten i.f.v. prioriteit en bij het klasseren later gemakkelijker terugvinden. Werk zo efficiënt en doelgericht mogelijk. Gaat bijvoorbeeld een vergadering niet door, vermeld dit in de onderwerpregel. De ontvanger moet de mail op deze manier niet openen en spaart tijd.

9. Bondige, “to the point” boodschap met korte alinea's en zinnen

Een mail is geen brief of overleginstrument! Vermijd eindeloze “reply” mails met aanvullingen. Gebruik heldere eenvoudige zinnen en maak gebruik van alinea's. Hoe meer witregels op het scherm, hoe gemakkelijker en sneller het bericht te lezen is. Lange zinnen bemoeilijken de informatieoverdracht en leiden vaak tot misverstanden.

10. Bijlagen krijgen steeds een duidelijke naam

Let bij het opnemen van bijlagen op de bestandsgrootte. Indien je meerdere bijlagen toevoegt, zorg dan voor een logische volgorde en vermeld ze ook in de mail (als referentie). Zo kan de ontvanger ze eenvoudiger raadplegen, klasseren en terugvinden. Zorg er ook voor dat de bestanden voorzien zijn van de juiste printinstellingen.

11. Het mailinstrument is geen emotionele uitlaatklep

Problemen worden bij voorkeur in een persoonlijk gesprek of via de telefoon besproken. Indien een ontvangen bericht toch emoties oproept, geldt het principe: schrijf een bericht, sla het op, wacht 2 dagen, lees je bericht opnieuw en tracht op een nuchtere analytische manier een degelijk antwoord te formuleren.

12. Voorkom spellings- & grammaticafouten, gebruik heldere taal

Een goede schrijftaal wijst op professionaliteit. Gebruik daarom geen “geschreven spreektaal” en vermijd niet-gangbare afkortingen zoals bij sms. Gebruik tevens een actieve zinsbouw en voorkom het gebruik van stop- of nietszeggende woorden. Beperk het antwoord tot 1 scherm. Alles wat langer is, bemoeilijkt het lezen en kan best als een bijlage opgenomen worden.

13. Lees- en ontvangstbevestigingen

Voor intern gebruik zijn lees- en ontvangstbevestigingen irrelevant. Naar derden toe kunnen ze wel hun nut hebben. Let op: een lees- en ontvangstbevestiging kan door de ontvangende partij als een vorm van controle aangevoeld worden. Wees zorgzaam en bedenk steeds de nuttigheid en de opportuniteit ervan.

14. Maak standaardmails en gebruik de standaard lay-out

Bevatten jouw mails vaak dezelfde boodschap? Maak dan een standaardboodschap aan als “handtekening”. Je bespaart veel tijd en je kan de mail efficiënter beantwoorden. Gebruik de zakelijke lay-out van het bedrijf/afdeling. Op basis van de communicatieafspraken in het bedrijf, gebruik een standaard lettertype en kleur, vermijd gekleurde achtergronden. Hierdoor verhoogt de leesbaarheid van de mail en krijgt de boodschap meer aandacht.

15. Maak een standaard handtekening (identiek voor het bedrijf/afdeling)

De ontvanger beschikt meteen over al je professionele coördinaten, waardoor opzoekingswerk kan vermeden worden. De handtekening bestaat in principe uit: voornaam, achternaam, afdeling en/of functie, firmanaam (eventueel met logo), telefoon-, fax- en GSM-nummer, e-mailadres en website.