

## Zo blijf je baas in eigen mailbox

# E-tiquette

**'Stuur me maar een e-mail.' Makkelijk gezegd, makkelijk gedaan. Maar mailen doet soms meer kwaad dan goed. Slaaf worden van je inbox is slecht voor je imago en zelfs voor je carrière.**

**Z**o'n honderd mailtjes ontvangt Joris van Hees (28) per dag. Als publiciteitsmedewerker bij een filmproducent wil hij het liefst elke afzender direct antwoord geven. Voor zijn gevoel moet hij elk mailtje direct openen. Dus holde Van Hees maandenlang achter de feiten aan: 'Het gevolg van al dat mailen was dat ik niet meer toekwam aan mijn eigen *to do*-lijstje. Ik werkte vooral reactief. Door de stress vergat ik belangrijke zaken en werd daar – terecht – door mijn baas op aangesproken.'

Vooraf in een nieuwe baan moet je leren omgaan met de vloedgolf aan digitale informatie. 'Nieuwe medewerkers bezitten nog niet het vermogen om te selecteren wat wel en niet belangrijk is. In eerste instantie lezen ze alles; pas na een tijdje onderscheiden ze de zinnige van de onzinnige mailtjes', aldus Suzanne de Bakker, universitair docent bedrijfscommunicatie aan de Radboud Universiteit in Nijmegen.

De Bakker promoveerde in 2005 op informatie-overload. Het viel haar op dat de deelnemers aan haar onderzoek status verleenden aan het grote aantal berichten dat ze dagelijks ontvingen. 'Mensen vinden het leuk om ge-cc't te worden. Daardoor krijgen ze het gevoel belangrijk te zijn.' Ze onderzocht onder meer hoe werknemers reageren als ze meer informatie binnenkrijgen dan ze kunnen verwerken. 'Naarmate de

**Naarmate je meer mails krijgt, lees je minder. Berichten van het management vallen als eerste af**

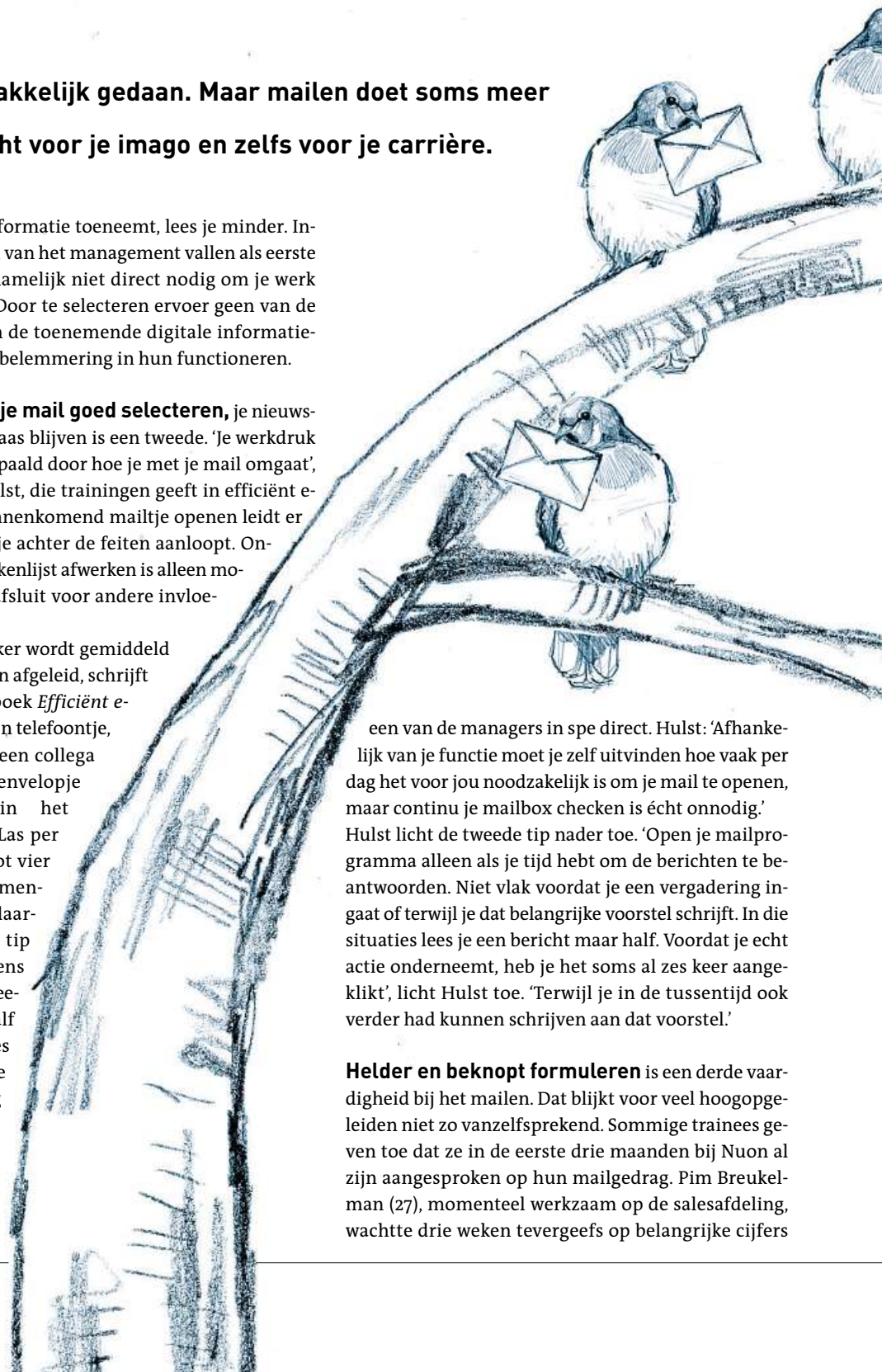
hoeveelheid informatie toeneemt, lees je minder. Interne berichten van het management vallen als eerste af. Die heb je namelijk niet direct nodig om je werk goed te doen.' Door te selecteren ervoer geen van de ondervraagden de toenemende digitale informatiestroom als een belemmering in hun functioneren.

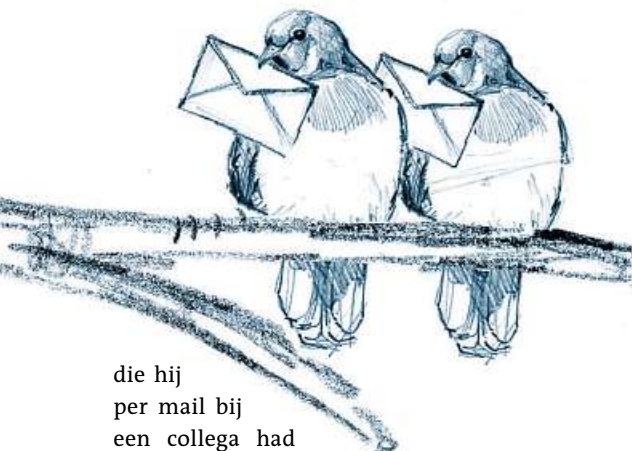
**Ook al kun je je mail goed selecteren**, je nieuwsgierigheid de baas blijven is een tweede. 'Je werkdruk wordt mede bepaald door hoe je met je mail omgaat', zegt Denise Hulst, die trainingen geeft in efficiënt e-mailen. 'Elk binnenkomend mailtje openen leidt er al snel toe dat je achter de feiten aanloopt. Ongestoord een takenlijst afwerken is alleen mogelijk als je je afsluit voor andere invloeden.'

Een kenniswerker wordt gemiddeld elke elf minuten afgeleid, schrijft Hulst in haar boek *Efficiënt e-mailen*. Door een telefoontje, een vraag van een collega of door het enveloppe rechtsonder in het beeldscherm. 'Las per werkdag drie tot vier vaste mailmomenten in', luidt daarom de eerste tip die Hulst tijdens een training meegedeelt aan twaalf jonge trainees bij Nuon. Zet de rest van de dag je e-mail uit, is haar advies. 'Dat lijkt me niet praktisch', zegt

een van de managers in spe direct. Hulst: 'Afhankelijk van je functie moet je zelf uitvinden hoe vaak per dag het voor jou noodzakelijk is om je mail te openen, maar continu je mailbox checken is écht onnodig.' Hulst licht de tweede tip nader toe. 'Open je mailprogramma alleen als je tijd hebt om de berichten te beantwoorden. Niet vlak voordat je een vergadering ingaat of terwijl je dat belangrijke voorstel schrijft. In die situaties lees je een bericht maar half. Voordat je echt actie onderneemt, heb je het soms al zes keer aangeklikt', licht Hulst toe. 'Terwijl je in de tussentijd ook verder had kunnen schrijven aan dat voorstel.'

**Helder en beknopt formuleren** is een derde vaardigheid bij het mailen. Dat blijkt voor veel hoogopgeleiden niet zo vanzelfsprekend. Sommige trainees geven toe dat ze in de eerste drie maanden bij Nuon al zijn aangesproken op hun mailgedrag. Pim Breukelman (27), momenteel werkzaam op de salesafdeling, wachtte drie weken tevergeefs op belangrijke cijfers





die hij per mail bij een collega had opgevraagd. Bij navraag ontdekte hij dat zijn verzoek onderaan diens takenlijstje stond. Breukelman had namelijk niet vermeld wanneer hij die cijfers wilde hebben. Zo zijn er meer ongeschreven regels waar je beter wel op kunt letten. In een officieel mailtje doe je niet ook je avonturen van afgelopen weekend uit de doeken, zo merkte een van de andere trainees. Hem werd vriendelijk verzocht zijn verhalen voortaan voor zich te houden. In de pauze zegt Tom Kortekaas (26), corporate management trainee, dat hij zich nu realiseert welke invloed e-mailgedrag heeft op iemands imago. 'Ik betrap mezelf erop dat ik mijn vragen liever aan collega's stel die een gestructureerd en georganiseerd imago hebben. Dat werkt prettig, ze hebben tijd voor me en ge-→

## Zo mail je efficiënt

- Werk mails die je in twee minuten kunt beantwoorden meteen af. Orden overige mails in je takenlijst of agenda.
- Activeer een e-mailfilter voor cc's of projecten waar je aan werkt. Outlook-gebruikers vinden dat onder de Wizard-functie. Alle cc'tjes belanden daardoor automatisch in een aparte map. Gebruik je een ander mailprogramma, vraag dan de it-afdeling hoe je deze filter instelt.
- Analyseer met wie je het meeste mailt en wiens berichten je het snelst beantwoordt. Hiervoor kun je (gratis) programma's downloaden\*. *Clear context inbox manager* bijvoorbeeld ordent aan de hand van statistieken de belangrijkste mails. Niet de mail die het laatst binnenkomt staat dan bovenaan, maar de mails van je populaire contactpersonen. Let wel, hierdoor blijft dat incidentele mailtje dat ook direct je aandacht verdient, wel langer ongezien.
- Een goed alternatief is daarom het programma *xobni*, dat slechts inzicht geeft in de statistieken van elk e-mailcontact. Welke attachments heeft deze afzender in het verleden meegestuurd (handig voor projecten), aan wie cc't deze persoon, hoe is de balans tussen de mails die jullie elkaar sturen?
- Houd e-mail helder en beknopt. Kan de ontvanger direct begrijpen wat je vraagt of zegt, of kost het hem tijd om dat uit te zoeken?
- Formuleer een duidelijk onderwerp. De ontvanger moet aan de *subject header* al kunnen zien wat de aard van het bericht is.
- Bedenk wanneer je antwoord van iemand wilt, voordat je het medium kiest waarmee je hem benadert. Wanneer je haast hebt, een discussie wilt voeren of boos bent, is bellen of langslopen effectiever dan mailen.

MET DANK AAN HET TELEMATICA INSTITUUT EN DENISE HULST, TRAINER EFFICIËNT E-MAILEN  
\*DEZE E-MAIL ANALYZERS ZIJN TE VINDEN OP:  
[WWW.CLEARCONTEXT.COM/PRODUCTS/INBOX\\_MANAGER.HTML](http://WWW.CLEARCONTEXT.COM/PRODUCTS/INBOX_MANAGER.HTML)  
[WWW.XOBNI.COM](http://WWW.XOBNI.COM)

→ ven snel antwoord op mijn vragen. Collega's die tot die groep behoren, zijn meestal succesvolle collega's die door-groeien naar de top.' Ook door de uitgaande mail te doseren kun je jezelf en anderen tijd besparen. Hulst probeert de deelnemers bij te brengen dat e-mail lang niet altijd een geschikt medium is. 'Een manager vertelde me eens verontwaardigd dat zijn collega's niet eens de moeite nemen een door hem toegestuurd artikel te lezen. Zonder zich af te vragen of het artikel wel interessant is voor een collega, legt zo'n manager hem op zich in dat stuk te verdiepen', zegt Denise Hulst. Beter had de manager bij het bureau van de collega het artikel even kunnen aanprijzen. Dan was direct duidelijk geworden of die het belangrijk vond of niet.

**Nuon probeert met deze training** jonge werknemers bij voorbaat te behoeden voor inefficiënt mailgedrag en productiviteitsverlies. Bij de petrochemische multinational Basell klaagden medewerkers er zelf over. Veertien senior managers van Basell werden ondervraagd hoe ze met hun mail omgaan. De helft voelde zich weleens opgejaagd door zijn inbox, ontdekte Ruud Janssen, onderzoeker bij het Telematica Instituut, gerenommeerd op het gebied van ict-toepassingen. Een derde van de groep zei daardoor geregeld het

overzicht op zijn takenlijstje te verliezen. Een vijfde van hen gaf zelfs toe het spoor volledig bijster te zijn: door de overvloed in hun postbus stelden ze constant de verkeerde prioriteiten.

Samen met Arjan Blaak, global knowledge manager bij het chemieconcern in Moerdijk, stelde Janssen een etiquette op om het mailverkeer bij Basell te beperken. Daarin staat bijvoorbeeld: wat zijn goede en minder goede momenten om e-mail te gebruiken? 'Menningsverschillen en emotionele kwesties zijn niet geschikt om via de mail te bespreken. Daar werk je misverstanden mee in de hand', zo ontdekten Janssen en Blaak. In hun gesprekken met de senior managers kwam nog een aantal misplaatste mailtjes aan het licht. 'Natuurlijk is het irritant als iemand niet reageert op je mail, zeker als je nú antwoord wilt hebben. Maar ligt dat nou aan de ontvanger van het bericht of toch aan jouw timing en manier van formuleren? Door even snel te bellen krijg je waarschijnlijk



## Door gewoon even te bellen krijg je waarschijnlijk eerder antwoord op je vraag

tijd even onschuldig. Een cc betekent eigenlijk dat de geadresseerde je impliciet om goedkeuring vraagt. Als achteraf blijkt dat er fouten zijn gemaakt, kan hij je verwijten: maar dat heb ik je toch gemaild? Dat hij met zo'n cc alleen de verantwoordelijkheid wilde afschuiven, kon je nog niet vermoeden.

Dat Van Hees collega's kan aanspreken op zulk ongewenst mailgedrag is nog nooit bij hem opgekomen. 'Niemand in mijn werkomgeving heeft ooit feedback gekregen over zijn e-mailgedrag. Toch ligt daar, denk ik, niet het antwoord. Wat vaker de telefoon pakken, dát scheelt volgens mij een hoop.'

fee.naaijens@intermediar.nl  
DENISE HULST: EFFICIENT E-MAILEN.  
VAN LAST NAAR LUST, ONDER HET MOTTO: WIE IS HIER NU EIGENLIJK DE BAAS?, HET SPECTRUM, € 12,95, WWW.EFFICIENTEMAILEN.NL

wél direct antwoord op je vraag.'

Deze en andere regels werden rondgedeeld en afgedrukt in het interne personeelsblad. Maar een etiquette alleen is niet genoeg, zegt Janssen. Deelnemers aan de daaropvolgende workshops ontvingen ook een boekje met Outlook tips. 'Hoe maak je optimaal gebruik van de vlaggetjes bij berichten? Hoe stel je je mailprogramma zo in dat berichten van de belangrijke collega's en contactpersonen bovenin komen te staan? Het gros van de werknemers weet niet welke juweeltjes in Outlook schuilgaan.'

### Joris van Hees klop-

**te ook bij zijn teamgenoten aan** die hem hetzelfde advies gaven als Denise Hulst haar Nuon-trainees: check je e-mail slechts een paar keer per dag. Sindsdien checkt Van Hees twee keer, 's ochtends en aan het eind van de dag. 'Binnen dertig seconden scan ik een bericht. Is het belangrijk, dan antwoord ik. Zo niet, dan laat ik het staan. Het voelt als een bevrijding, eindelijk krijg ik meer grip op mijn werk.' De afzenders van overbodige cc'-tjes of berichten waarin alleen 'even' zijn mening wordt gevraagd, worden door Van Hees daar niet op aangesproken. Toch zijn cc's niet al-

## Jim

'Het heeft me jaren gekost, maar vorige maand was het eindelijk zover.' Jim heeft een flinke bonus gekregen. Al jaren bedenkt hij het ene na het andere idee om het werk binnen het bedrijf slimmer, sneller en goedkoper te doen. Geen luchtftietserij, maar praktische dingen die snel uitgevoerd kunnen worden. Ook wel logisch, want Jim zit als middenmanager dicht op de werkvloer.

Bij Jim groeide de afgelopen jaren een diepe frustratie. Want tastbare waardering had hij nog nooit ontvangen voor al die ideeën. Daar was een reden voor. Het hoofdkantoor had bedacht dat het leveren van nieuwe ideeën gewoon bij zijn functie hoort en daarom niet extra beloond diende te worden. Ook niet als het de organisatie veel geld opleverde. Een geluid dat je trouwens wel vaker hoor als 'gewone' medewerkers buitengewone prestaties leveren. 'Maar dat hoort toch bij hun werk. Moeten we daar zoveel drukte om maken?' Vaak worden dit soort uitspraken dan weer gedaan door mensen die zelf niet kunnen rondkomen zonder hun bonussen. Maar ik dwaal af. Terug naar Jim.

## Waardering had hij nog nooit gekregen

Jim is natuurlijk niet dom, anders verzon hij niet al die leuke ideeën. En dus ging hij op zoek naar een collega met een functie waarvan vaststond dat er werkelijk niets creatiefs werd verwacht. Hij vroeg die collega om voor hem zijn ideeën in te leveren en daarna de eventuele beloning samen te delen. De aanpak werkte, want een paar weken geleden viel de langverwachte bonus. Helemaal lekker voelde Jim zich er niet bij. Een beetje omdat hij het geld moest delen, maar vooral omdat hij op deze manier moest krijgen waar hij recht op had. 'Ik schrok behoorlijk toen ik opeens samen met mijn collega bij de managementteam werd geroepen. Het bleek dat ze het hele verhaal al lang doorhadden. Maar ze vonden het prima, want nu waren zij ook gedekt richting hoofdkantoor.'

Iedereen tevreden. Jim omdat hij geld én erkenning kreeg. Het management omdat ze stiekem meededen én goede ideeën kregen. En natuurlijk de mensen op hoofdkantoor omdat ze lekker konden doorgaan met hun werk, in de waan dat ze alles beter wisten dan die dombo's in de bijkantoren.

Ben Tiggelaar  
ben@tiggelaar.nl

