

Mejl har blivit det dominerande kommunikationsverktyget världen över. Nu har kommunikationsforskarna börjat studera hur vi använder e-posten. Här ger de sina bästa råd om hur du mejlar framgångsrikt och samtidigt sparar tid åt dig själv och andra.

# Så här tacklar du mejlen

**E-POST ÄR ETT** lysande kommunikationsmedel – använt på rätt sätt.

För mycket, osorterad och oklar information skapar både stress, missförstånd och osäkerhet.

I en avhandling vid Stockholms universitet konstaterar kommunikationsforskaren Eva Sjöqvist att det inte är mejlandet i sig som skapar problem, utan hur vi använder e-posten. Hon delar in mejl i tre olika typer: nödvändiga, onödiga och skadliga.

– Bara för att ett mejl har gått ut till alla i en organisation betyder det inte att alla tagit del av det. Vi måste alla bli bättre på att välja ut vad vi ska mejla om och till vem, säger Eva Sjöqvist.

**E-POST ANVÄNDS IBLAND** utan att sändaren ifrågasatt om det är den bästa informationskanalen. Överfull inboksning och en ständig ström av inkommande mejl som kräver respons skapar många gånger onödig stress. Det är inte ovanligt att personer i ledande ställning får över 100 mejl om dagen, varav många riskerar att bli olästa och ett stort antal kommer att missförstås.

– Speciellt i en stor och global organisation är det viktigt att mejlspråket inte hamnar för nära talspråket. Det blir sällan lyckat och många gånger ofullständigt. Ofta blir det svårt att avgöra när en konversation är avslutad, om allt är sagt. Uttrycker vi oss dessutom slarvigt och för kortfattat ökar risken för missuppfattningar, säger Eva Sjöqvist.

Allt för lätttsamt eller ospecificerade uttryckta tankar lämnar mycket åt mottagaren, som tolkar budskapet utifrån sin

egen bakgrund och dagsform. Det betyder att hela budskapet kan gå förlorat, särskilt om det innehåller humor eller ironier som missförstås eller inte alls uppfattas.

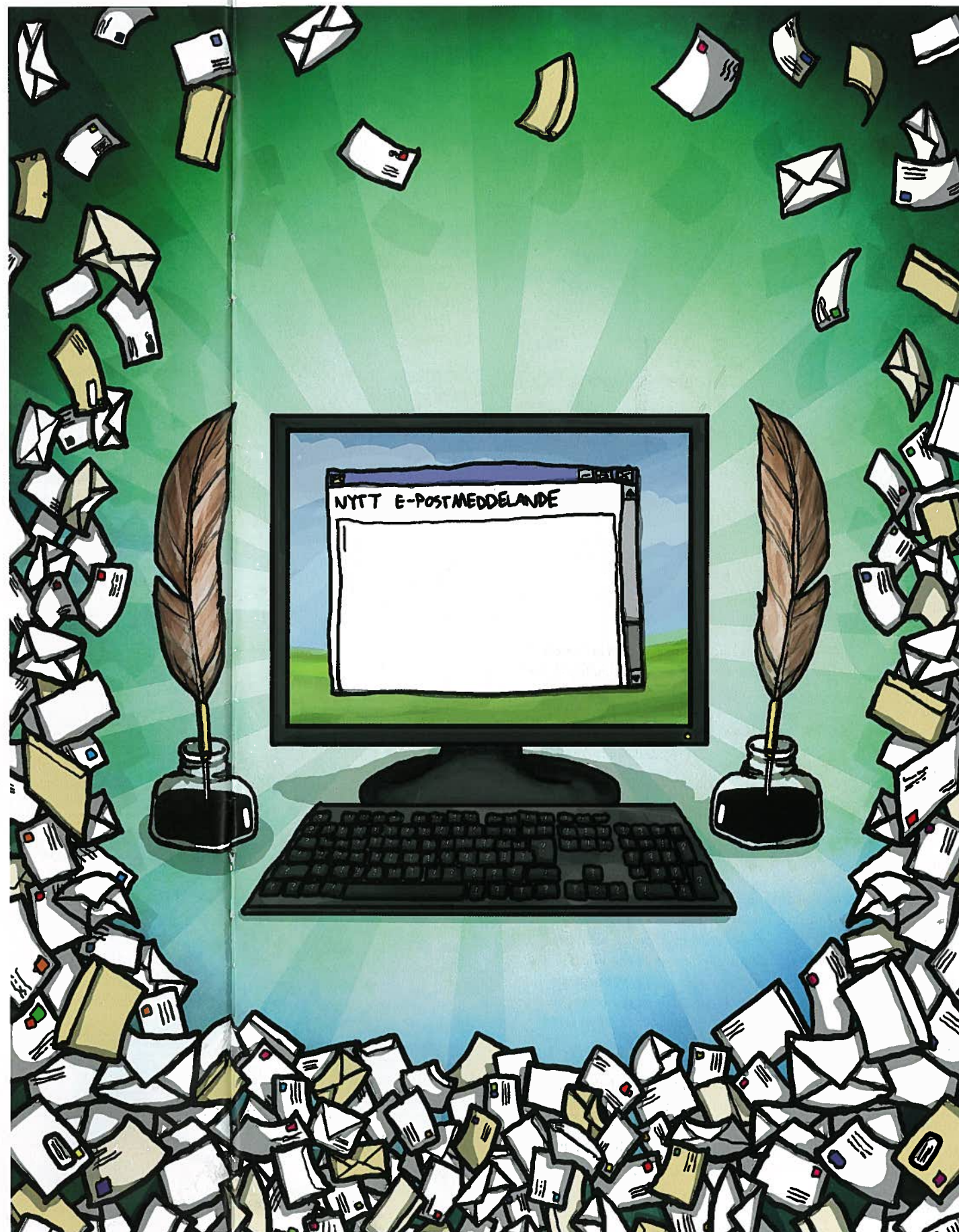
Kommunikationsforskaren slår ett slag för en korrekt ton i konversationen. Medan en alltför informell stil kan skapa förvirring kan en alltför formell ton tolkas som ett avståndstagande. För att undvika missförstånd gäller det att uttrycka sig tydligt och kortfattat. Långa mejl tar dessutom tid att läsa och riskerar att aldrig bli lästa till slutet.

Onödiga mejl är tidstjuvar. En studie som kommunikationsforskaren Thomas Jackson vid Loughborough University i England utfört bland 500 anställda på ett brittiskt storföretag visade att varje anställd ägnade ungefär två och en halv minut åt varje mejl. En minut åt att läsa det och ungefär en och en halv minut åt att återgå till arbetet.

Volvo personbilar gjorde en egen tidsstudie och hävdar att företaget sparat 3,6 miljoner kronor i veckan genom att skicka sina tjänstemän på e-postkurs. Bättre mejl-disciplin sparade en arbetstimme i veckan och företaget ansåg sig ha ökat produktiviteten med 2,5 procent.

**DET ÄR OCKSÅ** viktigt att komma ihåg att ett mejl kan skickas vidare på ett sätt man inte räknat med. Känsliga ärenden behandlas bäst genom samtal. Affärshemligheter eller personliga ärenden kan på några klick hamna på YouTube med hela världen som möjlig mottagare. •

Läs mer på [www.drthomasjackson.com](http://www.drthomasjackson.com)



## 10 TIPS INNAN DU KLICKAR PÅ "SKICKA"

**1. Ställ två frågor till dig själv:** Är detta mejl nödvändigt? Finns det bättre informationskanaler?

**2. Läs igenom vad du skrivit.** Är du tillräckligt tydlig i ditt mejl?

**3. Förklara vad mejlet innehåller i ämnesraden.**

**4. Var korrekt.** Vid externa kontakter, använd samma tilltal som om du skrev ett brev, på engelska Dear alternativt Hi Joe/ Joe Blogg eller Mrs/Mr Blogg beroende på hur formell du vill vara. Avsluta med Regards, Best/ Kind Regards.

**5. Undvik att bli alltför talpråklig.** VERSALER skriker och kan ge fel signaler. Var sparsam med utropstecken, smileys eller liknande symboler. Flagga sällan eller aldrig med brådska. Är det så bråttom är det bättre att använda telefonen. Använd inte förkortningar så som BTW (by the way) eller LOL (laughing out loud). Det finns en risk för att mottagaren inte vet vad de står för.

**6. Var kortfattad.** Många gånger kan hela meddelandet framgå i ämnesraden, exempelvis en konfirmation av ett planerat möte. Ta bara upp ett ämne i varje mejl.

**7. Var sparsam med att cc:a** mottagare.

**8. Var tydlig** med om ett mejl kräver svar eller enbart skickas för kännedom. Krävs en respons, ange gärna en tidsram. Bifoga alltid ditt visitkort där alla kontaktuppgifter framgår, både externt och internt.

**9. Begär inte rutinmässigt kvitto** på leverans eller på att mejlet lästs. De flesta upplever det enbart som irriterande.

**10. Skicka aldrig vidare kedjebrev** eller reklam.