

## Mer information och mindre e-post

Jag får cirka 60 e-brev per arbetsdag. Det är inte anmärkningsvärt många, men det tar en hel del tid att hantera. Så för att underlätta för mig själv och för mina e-brevs mottagare så har jag sedan en tid följ fyra enkla regler och jag ber dig göra det samma.

### **Underlätta för mottagaren**

Gör det enkelt för din eller dina mottagare att se vad e-brev handlar om. Skriv en rubrik som gärna innehåller mer än ett ord. Detta för med sig den lilla bieffekten att e-brevet blir lättare att söka efter, både för dig och för din mottagare. Om du svarar på ett e-brev eller svarar på ett svar osv. så fundera på om det inte är dags att skriva en ny rubrik. Ofta byter konversationen inriktning från ursprungsmålet och för att följa principen så byter du rubrik.

### **Skriv det viktigaste först**

Principen är självförklarande, skriv det som är viktigt direkt efter eventuella hälsningsord eller fraser. Om ditt e-brev behandlar flera ämnen så fundera på att dela upp det i flera brev. Det låter märkligt då det blir fler e-brev, men de blir lättare att läsa, sortera, svara på eller åtgärda. Om ditt e-brev kräver en längre utläggning så inled gärna med en sammanfattning.

### **Skilj på mottagare och intressent**

Bestäm vem som är mottagare och ange den eller dem i "till"-fältet. Mottagaren är personer som skall läsa, svara eller agera på ditt e-brev. Intressenter är de personer som bara eventuellt skall läsa ditt e-brev och dessa anger du i "kopia"-fältet.

När du svarar på ett e-brev så blir denna princip viktig. Undvik att bara trycka på "svara alla", när du ger respons på din e-post. Se istället över om det är någon mottagare som skall flyttas till intressent, någon mottagare eller intressent som skall tas bort och till sist om det är någon som skall läggas till.

### **Använd märksystem**

Använd prioritetsmärkningen för dina e-brev. Om man alltid ropar "Vargen kommer" så kommer människor till sist att sluta reagera och detsamma gäller om du alltid anger "högsta prioritet" på e-brev. Ett annat märksystem är att i "rubrik"-fältet skriva ett märkord följt av kolon och sedan rubriken. Märkorden kan vara projektnamn, kundnamn, eller de vanliga förkortningarna FYI eller FYA (De står för "For your information" och "For your action"). Märkorden gör det lättare både dig och dina mottagare att automatiskt hantera e-post.

Det är små förändringar, men den ackumulerade effekten blir god. Tänk om ditt goda exempel kan förändra 2 kollegor... Då har vi snart en e-post-revolution!

Till sist ett kort avslutningsråd: Stäng av din ljudeffekt för nya e-brev. Bestäm själv när du skall titta i din inkorg!