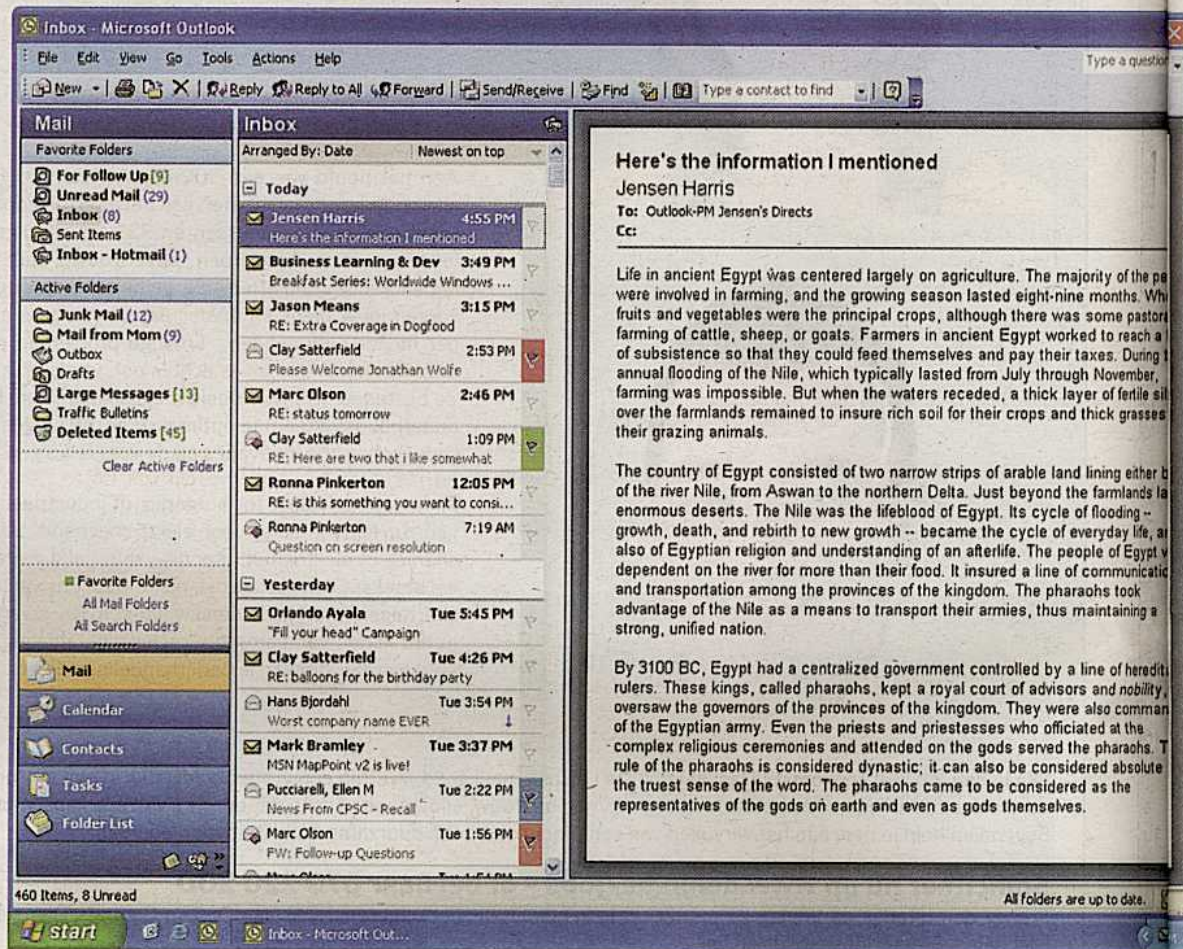




Afkicken van e-mail



Operatie Lastpost bevrijdt organisaties en bedrijven van de rampzalige effecten van overdreven, slordig en inefficiënt e-mailgebruik. Onlangs was de geestelijke vader Gunnar Michielssen te gast bij Belgacom, waar hij achthonderd medewerkers in één keer van hun e-mailverslaving zou afhelpen. Grappige anekdotes moeten de deelnemers in een halve dag mee over de streep halen.



|erika.claessens@jobat.be

“Wij zijn allemaal mailbox-slaven geworden. Elke dag e-mailen we alsof ons leven ervan afhangt. Maar e-mail is daar niet voor gemaakt. Veel mensen verdoen hun tijd met het schrijven van nutteloze, onleesbare en inefficiënte mails op kosten van de werkgever. Wist je dat een bedrijf met duizend werknemers daardoor tot acht miljoen euro per jaar verlies lijdt?”

Dat een toonaangevende telecomoperator een bedrijfstrainer inhuurt om zijn medewerkers een halvedagessie rond efficiënter e-mailen voor te schotelen, is een teken aan de wand.

Infomanie

De zaal zit afgeladen vol wanneer Gunnar zich zichtbaar geamuseerd op de nieuwe e-mailcultuur smijt. Hij neemt iedereen op sleeptouw. Keurig

maatpak. Kaalgeschoren schedel. Bril op de neus. Met zijn neutrale bedrijfslook kan deze entertainer van dienst zich alles veroorloven. Hij heeft meteen de lachers op zijn hand wanneer hij hen op de catastrofale gevolgen van hun infomanie wijst. “Wij lijden aan een infoverslaving. 41 procent van de voetbalfans wil tijdens een etentje met vrienden eigenlijk liefst de voetbaluitslagen horen. En wist u dat 12 procent van de bevolking liever het weerbericht hoort tijdens een vrijpartij?”

Gunnar Michielssen schudt de cijfers niet zomaar uit zijn mouw, maar staft alle cijfers met wetenschappelijk onderzoek. “Erger nog”, zegt Gunnar, “75 procent van de werknemers controleert voortdurend zijn Postvak In. Daarmee daalt uw IQ met zomaar eventjes tien punten en het kost uw bedrijf bovendien twee minuten per onderbreking. Reken maar uit!” De zaal is stil. Het klinkt onge-

loofwaardig. Maar niemand fronst de wenkbrauwen. Want bij navraag blijkt nagenoeg iedereen het kleine envelopje, het Outlook-icoon bij uitstek dat onderaan op het beeldscherm verschijnt, te hebben ingesteld.

Peulengaleis

Vandaag zal Michielssen de medewerkers van Belgacom leren hoe hun Postvak In te beheren, maar ook hoe effectiever te communiceren. Uiteindelijk komt het erop aan hen minder te doen e-mailen, wat niet alleen hun werk maar ook de portemonnee van de werkgever ten goede komt. De strategie van Operatie Lastpost bestaat erin zeven stappen te doorlopen. Op stip nummer 1: handel e-mail af op vaste tijdstippen, hoogstens drie keer per dag. Maar hoe krijg je daar een zaal vol medewerkers warm voor?

Gunnar is gelukkig een grappige en



“Heeft u al eens geprobeerd niet te kijken als er een mailtje binnenkomt? Moeilijk, hé?”

Gunnar Michiels, bedrijfstrainer

enthousiaste verteller, die de dialoog met het publiek aangaat. Bij zijn betoog over de nefaste gevolgen van de informatiecultuur, hoort een interactieve aanpak. Dat werkt. “Wie checkt er elke keer zijn mailbox als het enveloppe verschijnt?” Hij bootst de irritante toon van een universele Windows-sound na. Daarna volgt een humoristische versie uit het Peulengaléis. De situatie is herkenbaar. Héél herkenbaar. Veel vingers gaan de lucht in.

Kookwekker

“Ziet u wel dat het een verslaving is? Heeft u al eens geprobeerd niet te kijken wanneer er een mailtje binnenkomt? Moeilijk, hé? Dat is klassiek: ontweningsverschijnselen noemt men dat. Daar heb ik een goede tip voor: zet een kookwekkertje op tien minuten en probeer gedurende de ingestelde tijd niet naar je mailbox te kijken. In het begin is het moeilijk, maar na een tijdje lukt het wel.” Hier en daar knikken mensen. Gunnar vraagt een aantal vrouwen, die zouden daar slechter in zijn dan mannen, om hun gsm-toestel aan te zetten en op de grond te leggen. Er mag niet gekeken worden wanneer er gebeld wordt. Een mevrouw wint na een tijdje een kookwekker met Operatie Lastpost-embleem. Ze is erin geslaagd al die tijd niet naar haar telefoon te kijken, zelfs toen de beltoon ging. De jacht op de gadgets is open. Het publiek blijft bij de les.

Damestoiletten

Tijdens de pauze gaat het er in de damestoiletten geanimeerd aan toe. De vrouwen zijn razend enthousiast over de aangeboden tips en de humoristische aanpak van Gunnar. Dat ze dagelijks slaafs de tredmolen van hun mailbox volgden, daar waren ze zich allemaal erg van bewust. Maar hoe van hun verslaving af te raken? Vanmiddag zullen ze aan de grote kuis beginnen: opdelen van de mailbox in folders. En dan actie: Doen, Delegeren of Deleten.

Gunnar vervolgt zijn incompany-programma na de pauze met efficiënte schrijftips. Mails worden immers meestal niet helemaal gelezen. Het oog scant de boodschap en de lezer tikt meteen een antwoordje terug. Daarom komt de kernvraag best al in de onderwerpregel. Een heldere e-mail volgt niet de klassieke opbouwregels van een tekst. Na de aanspreking komt meteen de kerngedachte, met eventueel daarna de argumentatie. Klaar

is kees.

Helder communiceren door beter te structureren, is de weloverwogen boodschap van Michielssen. Met enkele foute e-mails zet hij de Belgacom-medewerkers aan het oefenen en in één klap ook aan het denken. Bingo! Want je ontvangt minder e-mails als je er minder schrijft, maar ook als je ze beter schrijft. Jan ‘met meer dan duizend e-mails in de mailbox’ wordt de trotse bezitter van een trendy vuilnisbak met Operatie Lastpost-embleem. De collega’s zullen hem in de toekomst met plezier feedback geven over zijn e-mailcultuur.

Murphy leest mee

“De e-mailstroom neemt ieder jaar met 40 procent toe. Bovendien hebben professionele e-mailgebruikers geen houvast voor het gebruik van antwoordmogelijkheden zoals cc, bcc, forward en reply”, vertelt Gunnar Michielssen na de sessie. “Iedereen e-mailt er maar op los, van ’s morgens tot ’s avonds. Alsof we niets anders te doen hebben dan lezen, lezen, lezen. In veel bedrijven loopt het de spuitgaten uit. Er is veel ergernis, tijdverlies en stress. Wanneer elke medewerker van een bedrijf een aantal eenvoudige afspraken respecteert, dan kan een organisatie duizenden euro per werknemer besparen. Zo wijs ik mijn publiek er altijd op de lakmoesproef uit te voeren voor iedere e-mail die de deur uitgaat: ‘Wat als het morgen in de krant staat?’ Niet iedereen staat stil bij het doorsturen van confidentiële, grappige of beledigende berichten. Sommigen lezers zijn kwaad na het ontvangen van een mailtje met feedback en sturen een antwoord in een emotionele opwelling. Ik krijg ze allemaal te zien, de mailtjes die niet voor publicatie vatbaar zijn, maar die als een kettingbrief door het bedrijf circuleren. Ik druk de mensen op het hart dat ze twee keer moeten nadenken voor ze een mail versturen. Want Murphy leest altijd mee.”

Gunnar Michielssen geeft 30 kaarten weg voor de demoesessie van Operatie Lastpost voor hr-professionals op 24 juni in het Holiday Inn Gent Expo. Stuur een mailtje naar gunnar@horenberg.be met je gegevens en de referentie ‘Jobat’ en misschien maak jij binnenkort komaf met jouw lastpost.



Tips tegen onnodig e-mailverkeer

Postvak In

- Handel je e-mail af op vaste tijdstippen.
- Maak je postvak elke keer leeg.
- Ruim je mailbox op.
- Laat je mailbox het werk doen (stel regels in en maak een ontvangstmelder aan).

Schrijven van e-mails

- Gebruik een volle, duidelijke onderwerpregel.
- Zet de kernboodschap in de eerste zin van de mail.
- Schrijf korte mailtjes.
- Las veel witregels in.

Postvak Uit

- Vraag je eerst af of je niet beter belt.
- Antwoord niet meteen als je het antwoord niet kent.
- Stel je de vraag of de mail voor publicatie vatbaar is.
- Stuur de e-mail naar de juiste persoon.