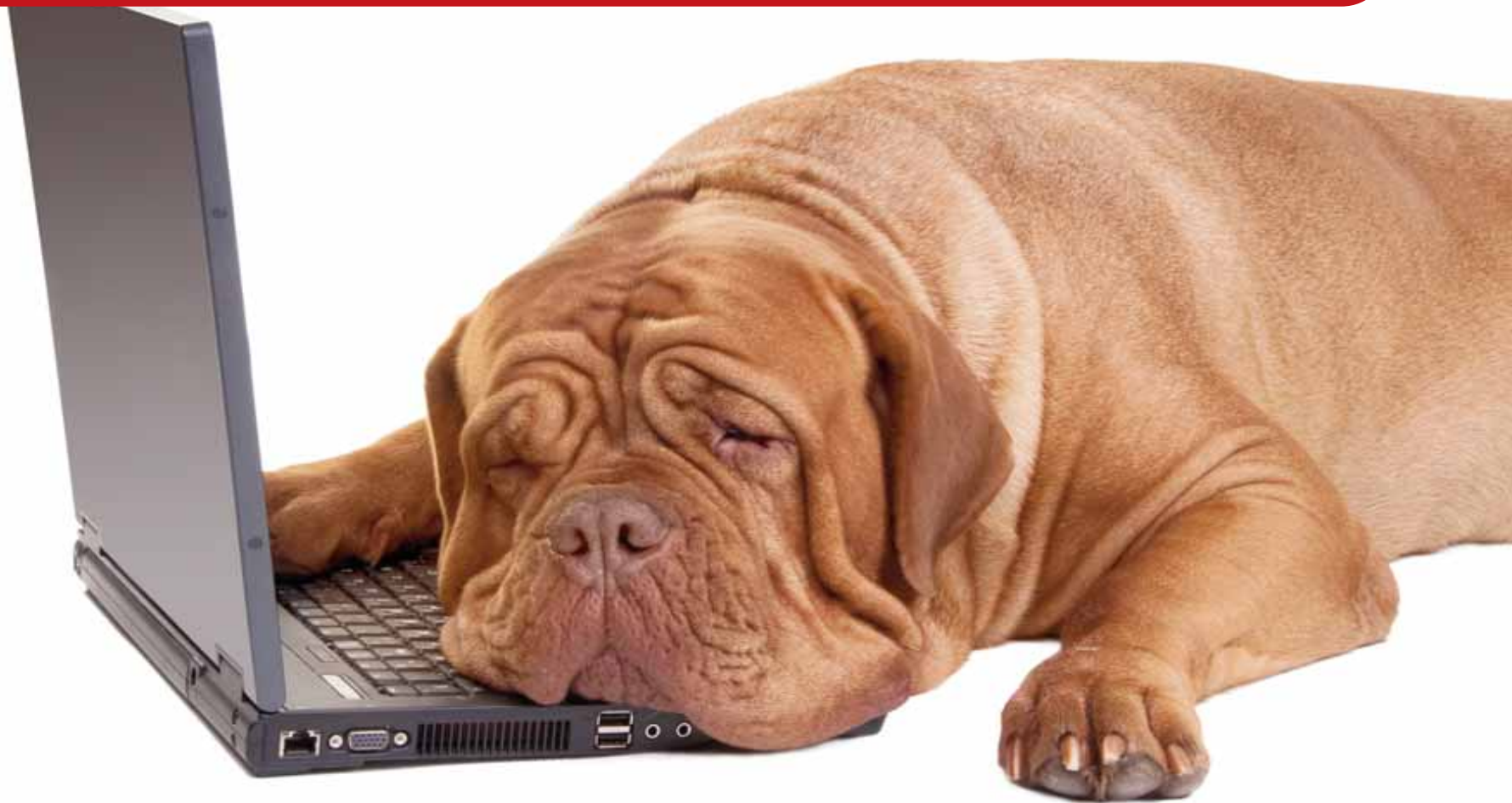


i Quaderni di PharmaStar

A cura del Dr. Giacomo Mason

COME SOPRAVVIVERE ALLE e-mail



Perché i Quaderni

I "Quaderni" sono una serie di manuali di agevole lettura e di pratica consultazione dedicati principalmente all'aggiornamento sui vari aspetti della vita di un farmaco, dalla ricerca clinica, agli aspetti regolatori fino alla comunicazione scientifica. Per dare maggiore varietà alla collana, sono anche previsti Quaderni su tematiche legate alla comunicazione e all'organizzazione aziendale.

Si presentano come documenti disponibili come file in formato PDF, **scaricabili gratuitamente** dal sito www.pharmastar.it e con la possibilità di **condividerli facilmente con altre persone attraverso la posta elettronica**.

Scopo dei "Quaderni" è fornire un nuovo servizio informativo ai lettori di PharmaStar, il giornale on-line sui farmaci. Se i lettori li giudicheranno utili, potranno contribuire ad aumentare la diffusione del giornale elettronico attraverso il meccanismo del passaparola, il più efficace strumento di marketing e di comunicazione.

MEDICALSTAR[★]

MedicalStar è una casa editrice specializzata nell'informazione sulla salute che privilegia i moderni strumenti di comunicazione, la rete internet innanzitutto. Si rivolge al Medico, al Farmacista, alle Strutture sanitarie pubbliche e private, alle Aziende che operano nel mondo farmaceutico e alle Aziende che producono dispositivi medici e soluzioni per la salute.

La società realizza progetti editoriali efficaci e su misura, tra cui Newsletter cartacee ed elettroniche, Report congressuali, CD ROM e siti internet dedicati a congressi medici, Siti web per progetti clinici, Lavori scientifici tradotti e commentati e molto altro ancora. Tra le realizzazioni si evidenzia PharmaStar, il giornale on-line sui farmaci, un nuovo strumento informativo composto da Sito internet (www.pharmastar.it) e da una Newsletter elettronica.

MedicalStar può aiutarvi a costruire un progetto informativo, culturale ed educativo dedicato alla medicina e rivolto al medico, al farmacista e a chi desidera essere aggiornato sulla salute.

LA MEDICINA È LA NOSTRA PASSIONE.

ISCRIVITI
A
www.pharmastar.it

COME SOPRAVVIVERE ALLE e-mail

INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI

Dr. Giacomo Mason

Dopo la laurea in filosofia si è occupato di teoria della comunicazione, in particolare modo di quella legata al mondo professionale.

Specializzato nei progetti legati alla gestione degli spazi online ha sviluppato un solida esperienza su tutti gli strumenti legati alla comunicazione, sia tradizionale che digitale. Ha dedicato un libro alle presentazioni efficaci ("Come si presenta con le slide" - Ed. Tecniche nuove, 2005 – seconda ed. 2009) e un blog (www.presentazionefficaci.wordpress.com).

Da più di 6 anni gestisce anche un blog dedicato alla comunicazione in intranet (www.intranetmanagement.it).

Nel 2008 è uscito il suo nuovo libro, scritto a quattro mani con il filosofo Paolo Artuso, dedicato alla comunicazione nelle organizzazioni ("La nuova comunicazione interna", ed. Franco Angeli, 2008).

Oggi svolge attività di formazione e consulenza per enti pubblici e privati su intranet, web writing, knowledge management, comunicazione efficace, nuove tecnologie.



PERCHÉ TI PUÒ ESSERE UTILE LEGGERE QUESTO QUADERNO

Oggi le mail sono uno dei canali più utilizzati e pervasivi per inviare, ricevere e gestire informazioni. La posta elettronica è entrata in ogni ambito della nostra vita, dalla professione ai rapporti personali, dai nostri PC ai nostri telefonini; insomma, le email sono entrate stabilmente nelle nostre vite, e ci resteranno ancora a lungo.

Questo quaderno affronta il tema delle email e di come usarle al meglio: come scriverle in modo efficace, come rispondere correttamente e come gestire il flusso di informazioni che si riversa quotidianamente sulla nostra scrivania.

Per evitare che quella che rappresenta un'enorme opportunità di comunicazione si trasformi in un incubo dal quale è impossibile svegliarsi. Al suo interno troverai una serie di consigli e di regole che ti aiuteranno nel tuo lavoro quotidiano e ti permetteranno di sfruttare al massimo le opportunità di questo strumento.

Per sopravvivere felici nel nuovo mondo della comunicazione via posta elettronica.



Abbiamo creato un mostro!

**INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI**

QUALCHE DATO PER COMINCIARE...

Secondo Contactlab, una società specializzata in mail marketing, ogni giorno vengono inviati **4 miliardi di messaggi** nei 5 maggiori Paesi europei (Italia, Francia, Germania, Spagna, Regno Unito). In Italia si ricevono circa 20 mail al giorno per utente, pari a circa **420 milioni di messaggi al giorno**.

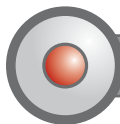
Le caselle di posta elettronica sono infatti 51 milioni, pari a 2.3 caselle per ogni utente. Sono numeri impressionanti, che ogni anno crescono a ritmi velocissimi. Per di più, da qualche tempo, la posta elettronica è uscita dal nostro computer e ha cominciato a fare capolino nei nostri telefonini, PDA, Smartphone, diventando così un compagno che ci segue ovunque, reclamando con insistenza la nostra attenzione.



USI E ABUSI

Fin dall'arrivo di Internet la posta elettronica è stata la "regina" della Rete: il servizio che tutti utilizzano e che ha spinto anche i più lontani dalle tecnologie ad accedere a PC, utilizzare client e acquistare connessioni. Ed è entrata, poco a poco, grazie alla sua velocità, alla sua facilità e alla sua intima "leggerezza" fatta di bit e di parole virtuali, nelle nostre vite personali e professionali.

Siamo diventati così tutti un po' scrittori, archivisti, deciflatori, imparando poco alla volta a gestire un volume di informazioni che cresceva giorno dopo giorno accumulandosi sulla nostra scrivania. In alcuni casi il suo uso è diventato un "abuso" ed è difficile oggi trovare qualcuno che non si lamenti dell'eccesso di messaggi che reclamano la nostra attenzione e la nostra risposta. E non è difficile capire il perché: le troppe mail sono spesso figlie di un cattivo utilizzo e di cattive abitudini, cresciute nella scarsa consapevolezza delle potenzialità e dei vincoli del mezzo.



I PECCATI CAPITALI DELLA MAIL SECONDO SHIPLEY E SCHWALBE

“Send, The essential Guide to Email for Office and Home”, di David Shipley e Will Shwalbe, è un libro del 2007 tutto centrato sull’uso della mail. Vale la pena riportare la quarta di copertina, che riporta gli otto peccati capitale delle email. Un capolavoro di sintesi e umorismo.

1) L'email incredibilmente vaga.

(Ricordati di occuparti della questione).

2) L'email talmente maleducata e aggressiva da farti saltar su dalla sedia.

(SPIEGAMI PERCHE' NON TI SEI ANCORA OCCUPATO DELLA COSA!!!!).

3) L'email che ti manda in galera.

(Per favore, di loro che ti avevo chiesto di vendere quando era a quota 70 dollari).

4) L'email vigliacca.

(Ecco la questione: fai tu).

5) L'email che non andrà lontano.

(Re: Re: Re: Re: Re: Re: la nostra questione).

6) L'email talmente sarcastica da farti saltare sulla sedia.

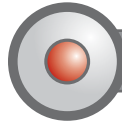
(Te la stai prendendo con calma. Con molta calma).

7) L'email troppo informale.

(Dai! Non hai proprio niente da dirmi sulla questione?).

8) L'email fuori luogo.

(Fai un salto nella mia stanza d'albergo e ne parliamo).



LA MAIL TRA ORALITÀ E SCRITTURA



Le email sono sicuramente oggetti un po' anomali: come gli SMS hanno la velocità della parola e la permanenza del testo scritto; possono arrivare a migliaia di persone allo stesso tempo ma conservano un tratto personale, legato all'identità di ciascuno.

Un po' strumento professionale, un po' catalizzatore di relazioni, a volte archivio e a volte mezzo di coordinamento, è uno canale "leggero", che sembra spingere a una comunicazione immediata.

Questa strana mescolanza di formalità e informalità, di oralità e di scrittura, rendono le email oggetti comunicativi delicati e insidiosi, che alimentano a volte errori e incomprensioni. La posta elettronica è uno strumento ancora nuovo, che aumenta a dismisura il volume di informazioni e che abilita un nuovo stile di comunicazione che è importante imparare.

A partire dalla prima - fondamentale - operazione, ovvero quella di scrivere a qualcuno.



Scrivere le mail

INFORMAZIONI
A PRIMA VISTA

SI COMINCIA DALLA RIGA-OGGETTO

Qual è la prima cosa che notate quando ricevete una mail? È molto probabile che voi, come me, guardiate, oltre al mittente, la riga-oggetto per cercare di capire di che cosa si tratta. La riga-Oggetto è infatti il primo aggancio con le informazioni contenute della mail e la prima occasione per suscitare nel destinatario attenzione e interesse.

È visibile prima ancora di aprire il messaggio, ci dà - assieme la mittente - informazioni preziose sul suo contenuto e sulla sua potenziale priorità. E facilita – naturalmente – le successive operazioni di ricerca. Una mail che abbia come riga-oggetto la parola “info”, o che, addirittura, sia priva di oggetto rischierebbe di passare inosservata nel flusso della nostra corrispondenza quotidiana.

A:	mario.rossi@editore.net
Cc:	
Ccn:	
Oggetto:	info

Alla riga-oggetto va quindi dedicata la massima attenzione: non è un fattore accessorio ma un elemento essenziale per iniziare nel migliore dei modi il rapporto con il nostro interlocutore.

Cercate quindi:

- di scriverla sempre, anche per le mail brevi
- di scrivere in modo chiaro e breve (massimo 70 battute)
- di condensare il succo del discorso direttamente nella riga-oggetto.



Cercate di essere circostanziati: ad esempio, non scrivete: “info”, ma: “Le informazioni sul sito web che mi chiedevi”, non: “sito web”, ma “indicazioni per migliorare la visibilità del sito web”.

Ecco una breve rassegna di esempi, tratti da: Luisa Carrada: “il mestiere di scrivere”, Apogeo, 2008

no	si
Progetto internet	Prog. internet: prox riunione 10 aprile
Ancora su bilancio	Urgente x bilancio di gruppo
Knowledge management	KM: prossima riunione spostata
E-business	A margine su convegno E-business
Brochure istituzionale	Brochure: I bozza x tuo ok
Griglia	Mi serve la griglia dei siti di gruppo
Sull'ultima riunione	Ultima riunione: chiariamoci
E-learning	Corso inglese online non funziona
Bilancio 2004	Bilancio: bozza definitiva
Scelta gadget	Gadget: non sono d'accordo, parliamone ancora
Problemi	Gara MIT: il file non si apre
Sito web	Aggiornamento sito Pinco Pallino
Parere	Leggi subito, please
AIUTO!!	Ho davvero bisogno di parlarti. Chiamami.
Comunicazione URP Comune	URP Comune: chiarimenti su ICI
Comunicato stampa	Premio Grinzane Cavour: premiazione il 20 ottobre
Polizza	Scadenza polizza auto: 26 giugno 2008
Notte bianca	Un concorso letterario per la notte bianca
Fattura	La sua fattura è in pagamento
Comunicazione sanitaria	Prenoti la visita di controllo entro il 12.7.2008
Dubbio	Solo tu puoi sciogliere il mio dubbio....
Contatto	Ci piacerebbe conoscerla



**INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI**

Cercate di evitare tutte le parole ambigue (“Progetto”, “Comunicazione”, ecc) così come tutte le formule euforiche e iperboliche (“Importante novità”, “straordinaria offerta” ecc). In alcuni casi, in scambi professionali di mail riguardanti uno stesso argomento, è una buona norma premettere tra parentesi quadre il nome dell’argomento, seguito dallo specifico oggetto della mail, ad esempio:

[Progetto Nexus] Bozze preliminari della brochure

[Progetto Nexus] Mie revisioni alle bozze preliminari della brochure

In questo modo faciliteremo il lavoro di archiviazione e raggruppamento delle mail sotto un unico argomento. Un’ulteriore accortezza, negli scambi di mail molto lunghi (botta e risposta serrati), cercate di cambiare la riga-oggetto in corrispondenza di un cambio di argomento della conversazione: non c’è niente di peggio che ritrovarsi con 15 mail tutte con l’oggetto: “Avanzamento progetto” che contengono ciascuna diversi “pezzi” del progetto.

Infine ricordate che, per email molto brevi, la riga-oggetto può arrivare a contenere addirittura l’intero messaggio, risparmiando tempo e clic al nostro interlocutore.

ABBATTERE I MURI DI TESTO

Come tutte le forme di comunicazione digitale (web, slide ecc), anche la mail si trova a fare i conti con i problemi della lettura a video, e della conseguente difficoltà a “digerire” messaggi pieni di testo e senza alcuna spaziatura.

Quello che sulla carta viene letto senza difficoltà può diventare un problema se trasportato nello stesso modo dentro un video: una mail scritta tutta di seguito, senza alcuna forma di formattazione a contorno crea un effetto “muro di testo” che scoraggerà anche il lettore più ben disposto. Immaginate di ricevere una mail come questa:



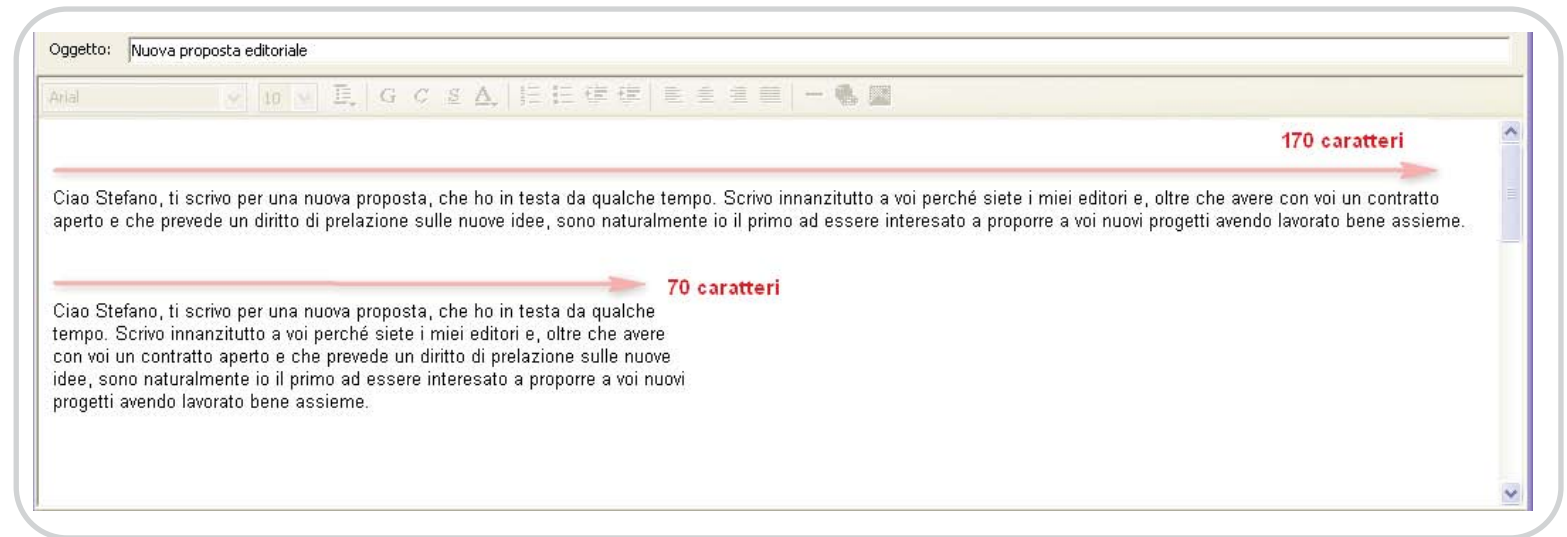


Un testo del genere, letto su carta, non creerebbe alcuna difficoltà, ma ricevuto per email diventa un problema. Righe troppo lunghe, nessuno spazio... Ricordate: nella comunicazione digitale la disposizione del testo conta quanto il contenuto del testo stesso.

E dobbiamo imparare a guardare il nostro testo anche in modo “pittorico”.

Per questo è importante, innanzitutto, che ciascuna riga della mail **non superi i 70 caratteri**: in questo modo la lettura è facilitata e il nostro occhio non è costretto a “correre” sulla pagina.

ANCHE
L'OCCHIO...

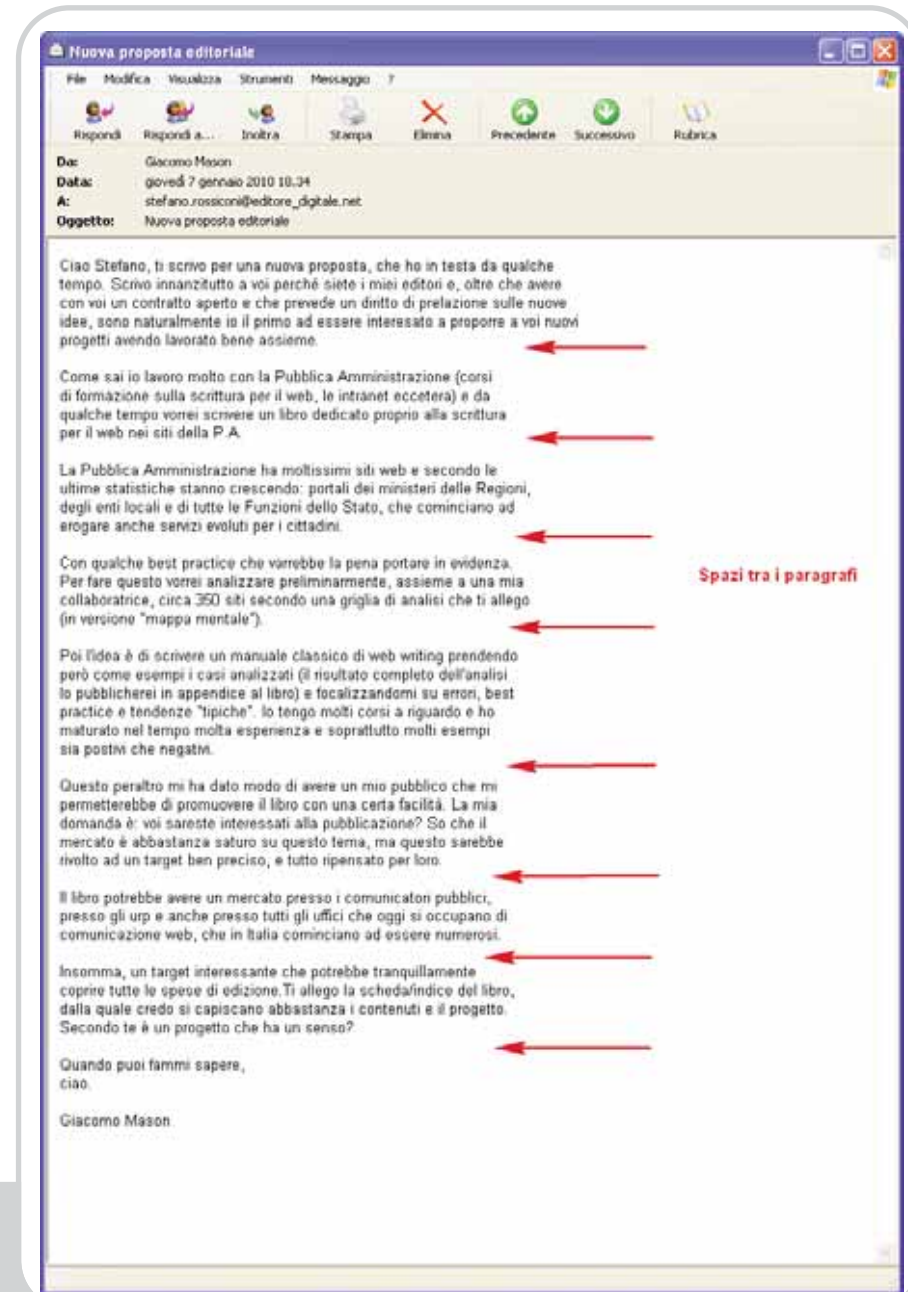


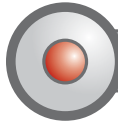


SPAZIO AI CONTENUTI

In secondo luogo ricordatevi di **inserire degli spazi tra un paragrafo e l'altro**: ad ogni a-capo dovrebbe seguire una spaziatura,

in modo da rendere il testo più “arioso” e leggibile. L'email diventerà un po' più lunga, ma verrà letta in modo più facile e predisporrà nel migliore dei modi il nostro destinatario.





ALTRE REGOLE DI FORMATTAZIONE

Le prime mail non avevano molte possibilità di formattazione, e gli scambi avvenivano in un unico font, il Courier new, un font a spaziatura fissa che richiama quello usato nelle macchine da scrivere.

Ecco un esempio di testo in Courier new



Con l'arrivo della formattazione in HTML le possibilità sono cresciute e le email offrono oggi molti modi di disporre il testo: possiamo cambiare i font, i colori, gli sfondi eccetera.

Tuttavia, ogni tipo di abbellimento o di variazione costituisce, per il lettore, uno stimolo che può trasformarsi rapidamente in “rumore di fondo” che disturba la lettura (e la lettura altrui è la principale funzione per la quale scriviamo le mail).

In generale, quindi il consiglio è di evitare il più possibile ogni tipo di abbellimento o di variazione ingiustificata al nostro testo.

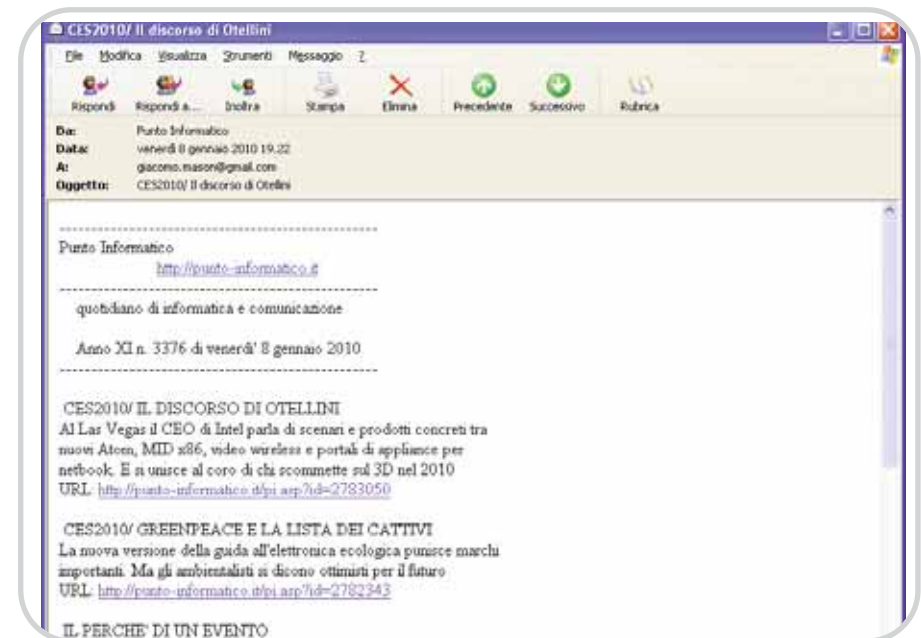
DIRITTI
ALLA
META

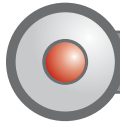


Pertanto:

- usate font a bastoni (ad esempio Arial o Verdana) ed evitate i font “graziati” (ad esempio il “Times new Roman”);
- se volete, potete utilizzare il Courier new: sarete sicuri che la mail verrà letta nello stesso modo su ogni PC e su ogni tipo di client di posta;
- non usate dimensioni troppo piccole per il testo: come minimo orientatevi sul corpo 10;
- evitate ogni tipo di immagini di sfondo: la mail migliore è un testo nero su fondo bianco;
- evitate il più possibile di scrivere in corsivo: il corsivo, letto su schermo, stanca la lettura a causa della bassa risoluzione dei video;
- usate il MAIUSCOLO solo per creare titoletti all’interno della mail, ma NON PER SCRIVERE IL TESTO. Il maiuscolo stanca la lettura ed inoltre, nel lessico della Rete, il maiuscolo significa CHE STIAMO URLANDO;
- evitate il sottolineato: ricordate che in Rete una parola sottolineata significa che è un link;
- evitate l’uso del grassetto: limitativi, se è il caso, a grassetto una o due parole nel testo;
- evitate di inserire nelle vostre mail animazioni di qualsiasi tipo: le animazioni, oltre ad aumentare il peso della mail, sono un fattore di disturbo molto forte e segnalano, in genere, poca dimestichezza con mezzo e scarsa professionalità.
- Andateci piano con i colori: usateli con parsimonia e solo su alcune parole chiave o titoletti

Ecco un esempio di formattazione perfetta, tratta dalla newsletter di Punto informatico:





IL “SUCCO” SUBITO: LA PIRAMIDE INVERTITA

L'email è un messaggio che, in genere, compete con tanti altri messaggi che si accumulano nella casella di posta del nostro interlocutore. La regola di base per la sua composizione è quindi quella di andare al dunque subito, inserendo all'inizio le informazioni chiave del nostro messaggio. Jacob Nielsen la chiama “regola della piramide invertita”: nella punta della piramide, all'inizio, le informazioni chiave e a seguire gli approfondimenti, i dettagli e le digressioni.

Immaginate un testo di questo tipo:

Da: Carlo Bianchini
A: Mario Rossiconi
Oggetto: Documento sul progetto intranet

Cario Mario, ho ricevuto il tuo materiale e l'ho letto con attenzione; ci sono parecchi spunti interessanti, e corrisponde in generale a quello che avevamo chiesto.

Le informazioni riguardanti l'evoluzione della nostra intranet ci permetteranno di implementare correttamente il nostro progetto.

A tale riguardo volevo chiederti se era possibile ampliare i punti 2 e 3 in modo da includere gli strumenti interattivi: è un tema che ci sta molto a cuore.

Dove stanno le informazioni-chiave? Ovviamente nella richiesta del mittente di un'ulteriore revisione del documento. Il resto sono informazioni di dettaglio che possono essere tranquillamente inserite in un paragrafo successivo. La revisione del testo, secondo il principio della piramide invertita, dovrebbe corrispondere qualcosa del genere:

Da: Carlo Bianchini
A: Mario Rossiconi
Oggetto: Documento sul progetto intranet

Cario Mario, ho ricevuto il tuo materiale. A tale riguardo volevo chiederti se era possibile ampliare i punti 2 e 3 in modo da includere gli strumenti interattivi: è un tema che ci sta molto a cuore.

Ad ogni modo nel documento ci sono parecchi spunti interessanti, e corrisponde in generale a quello che avevamo chiesto. Le informazioni riguardanti l'evoluzione della nostra intranet ci permetteranno di implementare correttamente il nostro progetto.



MESSAGGIO CHIARO

Ora l'informazione importante è stata messa al vertice della piramide, e permette al destinatario di assimilare più in fretta il contenuto del messaggio. Questo principio, oggi, è diventato ancora più importante visto il mutamento generale nei modi di consultare le email: leggere un messaggio di posta **sul telefonino o su un palmare** richiede ovviamente una focalizzazione ancora maggiore sui messaggi chiave. Ed è bene che si possano leggere al primo colpo, senza dover scorrere pagine e pagine di testo dall'angusto schermo di questi nuovi dispositivi.

Ovviamente se la mail è lunga e composta da tanti punti è una buona regola quella di **premettere ad essa un indice** con la sintesi dei diversi argomenti, in modo da dare un'idea generale dei diversi temi in cui si struttura il messaggio.



SCRIVERE PER PUNTI

Una mail è un oggetto informativo rapido, immediato. È evidente che una mail "flusso di coscienza" che riporti, in ordine sparso, tanti argomenti alla rinfusa diventa assai complicata da gestire.

Per questo, la seconda regola d'oro nella strutturazione delle email, dopo quella della piramide invertita è quella di scrivere "per punti" riportando in ogni punto un singolo argomento o tema della mail. Cercate quindi di:

- **strutturare la vostra mail per singoli punti;**
- **usate, ogni volta che potete, delle liste puntate per scandire i diversi elementi;**
- **cercate, dove potete, di aggiungere dei titoletti ai singoli punti, in modo che la mail diventi "scansionabile" con l'occhio.**



Guardate questo esempio:

Da: Giacomo Mason
A: Alberto rossi
Oggetto: revisione studio di fattibilità della intranet

Ciao Alberto, Ho finito la revisione del documento e te lo allego. In sostanza ho completato le parti che ci avevano chiesto, ho sostituito tutte le label dove era necessario eliminare i riferimenti a persone e settori e completato l'indice con paragrafi e sottoparagrafi, come richiesto.

Quello che rimane da fare è modificare gli schemi nel documento sostituendo le label, rimettere la tabella con le label giuste, riformattarlo e rimetterlo in PDF. Inoltre nella presentazione dobbiamo rifare la slide 4 (eliminare testo di "contesto culturale") e le Slide 5-7-8-10-11-12 sostituendo le label come sopra.

Spero sia tutto chiaro :-)
A presto.
Giacomo.

Ecco ora lo stesso testo strutturato per punti:

Da: Giacomo Mason
A: Alberto rossi
Oggetto: revisione studio di fattibilità della intranet

Ciao Alberto, Ho finito la revisione del documento e te lo allego. In sostanza ho:

- completato le parti che ci avevano chiesto
- sostituito tutte le label dove era necessario eliminare i riferimenti a persone e settori
- completato l'indice con paragrafi e sottoparagrafi, come richiesto.

Quello che rimane da fare è:

NEL DOCUMENTO

- modificare gli schemi nel documento sostituendo le label
- rimettere la tabella con le label giuste
- riformattarlo e rimetterlo in PDF.

INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI



NELLA PRESENTAZIONE

- rifare la slide 4 (eliminare testo di "contesto culturale")
- Rifare le Slide 5-7-8-10-11-12 sostituendo le label come sopra

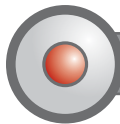
Spero sia tutto chiaro

A presto

Giacomo

Nel secondo esempio la mail è stata strutturata per punti, usando liste puntate e titoletti, permettendo così una visione più precisa e veloce delle cose fatte e di quelle da fare. Riducendo, peraltro, la quantità di testo.

Ricordate di **evidenziare sempre in modo chiaro le azioni richieste al vostro interlocutore**: non costringetelo a fare il "raddomante" per cercare di capire che cosa volte da lui.



CHIAREZZA E BREVIÀ

Una mail è un oggetto breve per antonomasia. Nella scrittura professionale la brevità è ovviamente un pregio, ma nel caso delle mail diventa una necessità. Cercate di arrivare al minimo livello di parole necessarie per farvi capire, senza aggiungere altro. In particolare cercate di evitare tutte le formule interlocutorie, rituali e a volte stucchevoli proprie della comunicazione scritta tradizionale. Un testo come quello che segue certamente non è adatto ad una mail:

Egregio dottore, le scriviamo per informarla di un'opportunità connessa alla sua attività di blogger che crediamo potrà incontrare il suo interesse nell'ottica di un aumento reciproco di visibilità dei rispettivi siti web. In particolare siamo ad offrirle la possibilità di incrementare il traffico sul suo sito web attraverso delle mirate azioni di SEO e tramite la presenza di link reciprochi.

Certi di una sua risposta le inviamo i nostri più cordiali saluti.



Quante parole per arrivare al punto! Più di 450 caratteri per chiedermi uno scambio di link. E che linguaggio ampolloso!

Ecco come potrebbe essere riscritta la mail:

Caro Blogger, le scriviamo per proporle un reciproco scambio di link tra i nostri siti, per aumentare la visibilità reciproca dei nostri siti web.

Contiamo vorrà risponderci e la salutiamo

Ora il testo è stato dimezzato, togliendo tutti i fronzoli e lasciando la "sostanza".

Meglio no?

SCRIVI COME PARLI

Anche nel lessico meglio usare le parole di tutti i giorni: hanno il pregio di poter essere capite da chiunque e il vantaggio non trascurabile di diminuire la lunghezza del testo.

La lingua italiana ha molti sinonimi, ed è meglio orientarsi **verso le parole più vicine alla lingua parlata**: nel parlato diciamo "*principale*", non "*precipuo*", diciamo "*per*" non "*finalizzato a*". E così via. Tra due termini cercate di scegliere sempre il meno ricercato.

Almeno dove possibile.

Inutile aggiungere che è assolutamente il caso di evitare abbreviazioni, sigle, e tutti i termini specialistici che non possono essere capiti al volo dai non addetti ai lavori.



SEMPlicità



PRECISIONE MILLIMETRICA

Uno dei pregi delle email ben fatte è la precisione delle informazioni. Dare informazioni precise e complete è il modo migliore per farsi capire e risparmiare successive mail di chiarimento. Non abbiate paura di **ribadire le informazioni chiave**, e non date per scontato che gli altri possedano già tutti i dati che servono.

Non scrivete, *“Allora ci vediamo domani da me”*, ma piuttosto *“Allora ci vediamo domani, alle 10.00 da me, in via Manzoni 12”*

Non date nulla per scontato: conviene ribadire un’informazione una volta di più che ritrovarsi a precisare e approfondire in seguito. Cercate anche di “separare le mele dalle pere”: **non mescolate contenuti diversi nella stessa mail**; se possibile scrivete mail diverse per oggetti diversi. Apparentemente, in questo modo aumenta il volume delle mail scambiate, ma di fatto migliora la loro gestione e di conseguenza l’economia complessiva della nostra attività.



EVITARE “L’EFFETTO BOOMERANG”

A volte capita di scrivere una mail sperando che questo risolva la questione, e invece questa mail dà origine ad una catena interminabile di risposte e necessità di contro-risposte in un susseguirsi di obiezioni, chiarimenti, proposte. Questo “effetto boomerang” è legato, in genere **all’ambiguità e alla vaghezza della mail iniziale**. Scrivere una mail “definitiva” o quantomeno risolutiva implica in genere la necessità di minimizzare le richieste di feed-back e fornire già indicazioni e alternative precise.

Immaginiamo, ad esempio, di scrivere ad un gruppo di amici:

Dove andiamo al cinema?

Come minimo dobbiamo aspettarci come risposta:

- un proposta diversa da ciascun destinatario;
- richieste di chiarimento sull’ora e il luogo dell’appuntamento.



Questo avviene perché non abbiamo dato alternative precise ai nostri destinatari. Una mail più precisa sarebbe la seguente:

Stasera andiamo al cinema al primo spettacolo? Vi propongo due alternative:

- l'ultimo di Woody Allen
- l'ultimo di Spike Lee

Fatemi sapere entro le 16.00, così ci organizziamo.

Ogni mail è una potenziale apertura infinita, e spesso la valanga di mail che riceviamo non sono altro che la risposta ad una “cattiva domanda posta inizialmente”.



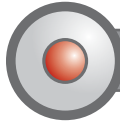
Cercate quindi di:

- offrire alternative precise e definite;
- prevenire i possibili feed-back dando già tutte le informazioni necessarie;
- evitare richieste e proposte vaghe.

Anche sul lavoro ricordatevi di non scrivere per “chiedere pareri” astrattamente, ma di partire proponendo voi alternative e percorsi già strutturati.

Chiedetevi sempre: che cosa voglio ottenere da questa mail? Quali sono i risultati e le informazioni che desidero ricevere come feed-back? Il mio destinatario ha in mano tutti gli elementi per darmi una risposta? Ho omesso dei dettagli che mi potrebbero essere richiesti successivamente?

Operare in questo modo vi costerà un po' di fatica in più nello scrivere la “prima” mail, ma vi eviterà tutto il lavoro successivo per dirimere le questioni, lavoro che ricadrà in ogni caso sulle vostre spalle (e dentro le vostre caselle email).



TRA FORMALE E INFORMALE

INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI

La mail è un sistema veloce, ma veloce non significa per forza informale. Lo stile complessivo della comunicazione dipende, ovviamente, meno dal mezzo e più dal tipo di rapporti preesistenti tra gli interlocutori. Tra estranei è sempre bene evitare un eccesso di informalità anche per email (*"Ehi, come te la passi? Ho pensato di scriverti per farti una proposta..."*), informalità che possiamo invece concederci tranquillamente tra amici o conoscenti (stando sempre attenti a non scrivere cose che possano essere fraintese). Naturalmente la posta elettronica è un'occasione anche per lasciarci alle spalle il vecchio "aziendalese" (*"Spettabile cliente, le scriviamo per sottoporle una proposta nella speranza che sia di suo gradimento"*) così come le logore formule del marketing euforico pieno di punti esclamativi (*"Caro cliente! Abbiamo pensato per te un'offerta straordinaria!"*).

Il tono quindi dovrebbe essere **informale senza esagerare**; ma soprattutto è importante calibrare la mail rispetto ai nostri destinatari, cercando sempre di evitare le formule stereotipe (*"Egregio dottore..."*) che oramai mostrano la loro insufficienza anche nelle forme di comunicazione più tradizionali.

TU O LEI?

La mail è considerata il regno dell'informale, del veloce, dell'immediato. Viene quindi naturale utilizzare il "tu" anche con persone che non si sono mai conosciute. Questa impressione di confidenza è, per l'appunto, soltanto una parvenza: in realtà le distanze sociali restano inalterate anche nella comunicazione elettronica, e sentirsi dare del tu da un estraneo che ci contatta la prima volta quasi mai è piacevole. Meglio, come nella vita reale, cominciare dando del Lei, per poi **passare al "tu" dopo che il ghiaccio è stato rotto**.

Quello che invece va evitato è l'uso smodato di forme impersonali e asettiche, che lette via posta elettronica risultano ancora più indigeribili che sulla carta stampata:

Si trasmette il documento per le opportune verifiche...

Chi trasmette? Cerchiamo di evitare tutti i *"si trasmette"*, *"si informa"*, *"si comunica"*: al di là delle formule più o meno formali, sono sempre persone che comunicano, soggetti in carne e ossa. Molto meglio, quindi usare formule come:

Vi trasmetto il documento...

Le trasmetto il documento...

Ti trasmetto il documento...



MA CHI SEI? MITTENTI RICONOSCIBILI

Il mittente è un elemento spesso trascurato, ma di fondamentale importanza: ricordiamo che, assieme alla riga-oggetto, è il primo elemento che guardiamo all'arrivo di una mail. Chi è la persona che ci scrive? È conosciuta o no? È un privato o un'azienda? Il mittente deve fornire informazioni precise, garantendo affidabilità e credibilità al nostro messaggio. Per questo è necessario che sia:

- specifico (Non “servizio informatico”, ma “ufficio informatico del Comune di Treviso”);
- immediato, evitando sigle incomprensibili ai più (non “URP”, ma “Ufficio Relazioni con il Pubblico”);
- chiaro sui nomi degli Enti o delle aziende;
- nel caso di account personali è consigliabile scegliere il tipo *nome.cognome* oppure *nomecognome*.

I SALUTI

Visto lo strano “statuto” dell'email, sempre sospesa tra formale e informale, tra personale e professionale, tra immediatezza e permanenza, anche i saluti diventano un possibile rischio, o quantomeno una questione imbarazzante. I classici esordi (“Egregio Dottore”) o i classici congedi (“Le porgiamo i nostri più cordiali saluti”) stonano un po' con un media elettronico che si distanzia dalla cerimoniosità della classica lettera scritta. Allo stesso tempo esordi troppo colloquiali (“Ehilà”) o congedi troppo confidenziali (“un abbraccio”, “un bacio”) non sembrano adatti a una comunicazione che resta pur sempre qualcosa di scritto e spesso che avviene tra estranei.

È ovvio che non esistono formule di saluto e di congedo buone per tutte le occasioni; diciamo però che nella mail possiamo abbandonare con tranquillità i vuoti stereotipi (egregio, spettabile e via dicendo) e attestarci sui classici “caro” e “gentile”, che restano formule accettabili, tra estranei, anche per mail. Anche i saluti possono essere meno cerimoniosi, (“ci pregiamo di porgerLe i nostri più cordiali saluti”) conservando però, almeno all'inizio, un carattere di formale educazione.

Ad esempio:

- Un saluto cordiale
- Un caro saluto
- Le invio i miei auguri e la saluto

FORMULA
PREVALENTE



Per arrivare a formule più confidenziali (solo dopo che si è verificata l'effettiva confidenza con il nostro interlocutore):

- Saluti
- Un saluto
- A presto
- un abbraccio

Ricordate: la mail resta comunque un mezzo che abilita relazioni che vanno costruite nel tempo. Prendetela come un'occasione per abbandonare le stanche formule conosciute, ma non dimenticate che si tratta pure sempre di una comunicazione scritta.



UNA FIRMA CHE PARLA. NON TROPPO

Ogni lettera, naturalmente, si conclude con la firma del mittente. E se è vero che una mail che si conclude senza una firma dà un'impressione di sciatteria e scarsa professionalità (oltre che scarsa attenzione al destinatario), dall'altro lato riempire la propria firma di riferimenti e titoli può diventare eccessivo e controproducente.

Guardate questo esempio:

Dr. Ing. Mario Rossi
Dipartimento Biologia Università degli Studi di Caprarotta
Via della chiese nuove 26, Caprarotta (MC)
Sito web: www.universitàdicaprarotta.it
Tel 02325643456
Fax. 02023456798
Cell. 3412345678
Skipe: mariorossi
Blog: www.mariorossi.it
Linkedin: www.linkedin.com/mariorossi

Una firma fatta così è certamente completa, ma è decisamente troppo!



CACCIA
ALL'ERRORE



Cercate una onorevole via di mezzo tra l'assenza di firme e l'eccesso di informazioni: nome, cognome, azienda, telefono e sito web possono essere sufficienti. Evitate anche, se potete, tutti i riferimenti ai titoli accademici: è buona norma attribuirli agli altri, ma non a se stessi.

Piuttosto, create due o più firme preconfezionate, che utilizzerete a seconda delle diverse occasioni, ad esempio una più formale e una più confidenziale, una in italiano e una in inglese.

SCRIVI. RILEGGI. INVIA!

Le email sono veloci, e come tali spingono ad una certa velocità anche nella composizione. Ma il loro contenuto è un testo che resta, e una volta spedito ne perdiamo il controllo.

Per questo è necessario che, una volta scritto il nostro messaggio, ci soffermiamo più volte a rileggerlo prima di inviarlo, alla ricerca degli immaneabili errori di ortografia. Una mail zeppa di errori di digitazione è un pessimo biglietto da visita e getta una luce di scarsa professionalità verso il nostro interlocutore.

Ovviamente costa un po' di tempo e fatica, ma i vantaggi sono innegabili, in particolar modo per le mail spedite a scopo professionale.

Peraltro molti programmi di gestione della posta offrono strumenti automatici di controllo ortografico: prendete l'abitudine di usarli.



Rispondere alle email

INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI

EMOZIONI E FRAINTENDIMENTI

L'email è fatta solo di parole e le parole sono ricche di sfumature, possono nascondere insidie e trabocchetti. Una frase buttata là nella mail può produrre emozioni inaspettate, creare domande, perplessità, aspettative.

Per questo è molto importante fare attenzione, nello scrivere e nel rispondere, agli effetti emozionali che il nostro testo può produrre. Ricordate che voi non sarete lì a “correggere il tiro” nel caso il messaggio venisse preso male.

A volte può capitare che un messaggio che riceviamo ci faccia infuriare, per il tono sbagliato o per le informazioni contenute: in questi casi è assolutamente sconsigliabile mettersi alla tastiera e rispondere “per le rime”. Piuttosto fermatevi, rilassatevi e solo dopo un po' tornate al vostro messaggio.

Non c'è niente di peggio che rispondere ad una mail con uno stato d'animo alterato: ricordate che il vostro interlocutore potrebbe leggere la mail quando ormai la rabbia vi è passata e non vi è più alcuna corrispondenza tra le vostre parole e il vostro stato d'animo. La rabbia passa, il testo resta.





RISPONDI A TUTTI: MA SEI SICURO?

Molto spesso le mail che ci arrivano non sono rivolte in modo particolare a noi, ma ad un gruppo di destinatari di cui facciamo parte. Magari possiamo essere stati inseriti per conoscenza, oppure essere parte di un gruppo di progetto.

Ricordate che questa è una situazione potenzialmente esplosiva: se ogni destinatario si mettesse a rispondere a tutti la nostra casella di posta si riempirebbe rapidamente (in special modo se l'argomento è "caldo"). La ragione di questa situazione è in parte tecnologica: rispondere a tutti o solo a mittente non comporta alcuno sforzo aggiuntivo e la tentazione di fare conoscere a tutti il nostro pensiero può sfiorarci. Ma non lasciatevi tentare dal costo praticamente nullo dell'invio. Elaborate invece con cura la vostra lista di destinatari e inviate i messaggi soltanto a chi può essere realmente interessato.

Se siete in copia con altri 10 destinatari e dovete fare un'osservazione non fondamentale, o confermare un appuntamento, non rispondete a tutti, ma solo al mittente: non c'è niente di più fastidioso che ricevere decine di messaggi che recitano "Ci sarò". Se non siete l'organizzatore dell'evento è un'informazione di cui potete tranquillamente fare a meno.

Inondare di messaggi le caselle di posta altrui non è mai una buona scelta, e rischia di passare per "spamming" (invio massiccio di messaggi indesiderati), quasi un reato nel codice di comportamento in Rete.

INOLTRO SELVAGGIO? NO GRAZIE

Spesso le nostre mail fanno parte di un flusso di conversazione continua: scriviamo ad un collega, il collega ci risponde, giriamo la risposta ad un altro collega, che la gira al suo capo, che risponde e così via.

Tutto questo si trasforma, a volte, in una gigantesca mail "chilometrica" la cui riga-oggetto assomiglia a qualcosa di questo tipo:

Re: Re: Fw: Fw: Fw: Re: Fw: Avanzamento progetto

Una delle cose più sgradevoli (e in ultima istanza controproducenti sul piano dell'economia delle email) in questo tipo di situazione è il continuo "scaricabarile" di mail da un destinatario all'altro: ricevere una mail che contiene al suo interno una decina di messaggi con un'indicazione del mittente che dice "Che facciamo?" equivale a riversare – maleducatamente - sulla scrivania dell'interessato pile e pile di lettere, lasciando a lui il compito di "ricostruire" il tutto.

SPAM
VIETATO



Può capitare di dover inoltre un problema ad un collega, ma in questo caso cercate di dare valore al vostro inoltro: **riassumente nella vostra mail i termini della questione**, evidenziate i punti importanti, fornite indicazioni chiare su che cosa vi aspettate da lui. In caso contrario il vostro interlocutore ha tutto il diritto di “rispedire al mittente” il vostro messaggio.

C'è un altro aspetto legato all'inoltro “selvaggio” che vale la pena citare: le cosiddette **“catene di Sant'Antonio”** o mail scherzose che vengono rimbalzate da una lista di destinatari ad un'altra. Tutti questi messaggi spesso vengono inviati con il preciso scopo di intasare i server di posta e creare malfunzionamenti sulla Rete. Non cascateci: si tratta per lo più di bufale costruite ad arte il cui unico scopo è di farci perdere del tempo.

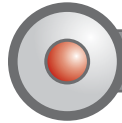
Non inoltrate questi messaggi e piuttosto **cestateli immediatamente**. Stesso discorso per le mail scherzose con storielle divertenti: a volte lo sono, a volte no e in ogni caso non fanno altro che ingigantire il già massiccio volume di messaggi in entrata.

COPIA PER CONOSCENZA SOLO QUANDO SERVE

Spesso ci capita di scrivere ad un nostro collega, e mettere in copia per conoscenza il nostro Capo. Nulla di male se si tratta di comunicare un importante avanzamento di un progetto o una questione che modifica tempi o budget, ma diventa un po' più problematico nel caso si tratti di banali comunicazioni operative. Mettetevi nei panni del vostro Capo: come la prenderà vedendo la sua casella di posta intasata da messaggi che non hanno alcun valore se non quello di mostrare quanto siete attivi?

Selezionare i destinatari della nostra email è un'operazione delicata che va fatta con il misurino, non con l'accetta: se le persone che sono in copia trarranno un qualche vantaggio dalla nostra mail possiamo lasciarle, in caso contrario è meglio evitare.

Soprattutto, evitate di inserire in copia per conoscenza persone alle quali volete mandare “messaggi trasversali”: certe questioni è meglio affidarle al telefono o ad un sano incontro chiarificatore piuttosto che al balletto continuo delle mail da un pc all'altro.



TI SERVE PROPRIO LA RICEVUTA?

A volte è indispensabile, per chi scrive, avere la conferma che la mail è stata aperta dal destinatario. Magari si tratta di un progetto importante o di una offerta per una gara nella quale vogliamo essere sicuri che il messaggio sia arrivato. In questi casi tutti i clienti di posta offrono la possibilità di richiedere una ricevuta al destinatario, che ci verrà inviata in automatico.

Questa legittima necessità diventa però un ostacolo invadente nel caso la richiesta sia estesa indiscriminatamente a tutte le mail che scriviamo: richiedere la conferma di lettura al nostro destinatario anche per le mail più banali, oltre ad essere una scortesia nei confronti del nostro interlocutore lo costringe, nella maggior parte dei casi, a dover decidere se inviare o no la ricevuta, facendogli perdere del tempo.

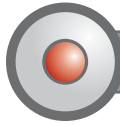
I clienti permettono infatti di decidere se inviare o no la ricevuta (opzione consigliata) e in questo caso il nostro interlocutore sarà sommerso di richieste di invio. Inoltre in alcuni casi potremmo non volere far avere al nostro interlocutore questa informazione.

Usate quindi l'opzione di richiesta ricevuta, ma solo quando serve e non come opzione "di default" per tutti i messaggi che inviate. È questione di efficienza (diminuzione dei messaggi che girano in Rete, perdita di tempo) e di buona educazione.

Un ulteriore consiglio sulle opzioni di invio: evitate di segnalare ogni vostra mail come "importante": se tutto è importante nulla lo è realmente.



GALATEO



RISPONDERE PER PUNTI: IL “QUOTING”

Se da una parte è sempre bene, come abbiamo visto, scrivere email per punti anche il suo corrispettivo, la risposta per punti, è un’ottima pratica per garantire leggibilità e assicurare la comprensione del messaggio. In questi casi è opportuno, se possibile, alternare il testo originale alla nostra risposta, creando così una sorta di dialogo “in presenza” con il vostro interlocutore. Questa pratica si chiama “quoting” (da “to quote”, ovvero citare). Ecco un esempio:

Da: Alberto rossi

A: Giacomo Mason

Oggetto: Andamento attività progetto intranet

Ciao Giacomo, ti scrivo per avere aggiornamenti sul progetto. Eravamo rimasti che avresti parlato con la Rossi, ci sei riuscito? E hai fatto gli aggiornamenti sul documento che aveva chiesto? Noi stiamo procedendo con i disegni, il lavoro viene bene, ma avremmo bisogno delle specifiche per il documentale.

Fammi sapere,
a presto
Alberto

Ed ecco la risposta, data usando il quoting e cambiando colore al mio testo di risposta:

Da: Giacomo Mason

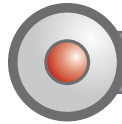
A: Alberto Rossi

Oggetto: Re: Andamento attività progetto intranet

> Ciao Alberto, di seguito le mie risposte
> Eravamo rimasti che avresti parlato con la Rossi, ci sei riuscito?
Si, a ci ha dato il via libera per procedere con la fase due, una volta completato il documento
> E hai fatto gli aggiornamenti sul documento che aveva chiesto?
Si, li ho fatti e li ho già mandati al suo collaboratore; ci darà il suo parere entro domani
> Noi stiamo procedendo con i disegni, il lavoro viene bene
Ottimo
> ma avremmo bisogno delle specifiche per il documentale.
Le ho chieste alla Rossi, anche quelle arriveranno entro domani.

Un saluto
Giacomo

In questo modo la mail diventa una sorta di dialogo e le nostre informazioni vengono collocate nel giusto contesto di discorso, senza ambiguità e senza pericolo di perdere “qualche pezzo” per strada.



IL VALORE DI UN EMOTICON

Anche se la mail è informale e diretta, come se fosse un dialogo in presenza, quello con cui comunicate sono solo dei testi. E i testi fanno fatica a trasmettere il contesto, le nostre emozioni e le nostre intenzioni. Questa difficoltà a riprodurre attraverso il testo la ricchezza degli scambi faccia a faccia ha creato la necessità di surrogati che permettano di trasmettere il “tono emotivo” del messaggio.

Questi surrogati, detti emoticons (emot + icons) non sono altro che simboli creati con la tastiera (le cosiddette “faccine” composte da lineette, parentesi, due punti, punto e virgola eccetera) che permettono di trasmettere informazioni sullo stato d'animo di chi scrive e sul senso del testo scritto.

Nel tempo questi emoticons sono diventati tantissimi e si sono trasformati in un vero e proprio codice internazionale; vale la pena richiamare almeno i principali:

- :-)** Sorriso
- :-)))** Grande sorriso
- ;-)** Strizzata d'occhi
- :-D** Risata
- :-|** Perplexità
- :-(** Dispiacere
- :-O** Stupore

Associare questi segni emozionali ai nostri messaggi, e imparare ad usarli correntemente nella nostra corrispondenza, è il modo migliore per arricchire le nostre email e soprattutto per evitare fraintendimenti e possibili ripercussioni indesiderate delle nostre email.



Guardate questi esempi:

> Grazie.
> Grazie :-)

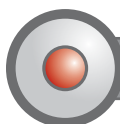
> Molto divertente.
> Molto divertente :-DDD

In questo caso si nota chiaramente come gli emoticons permettano di dare un senso positivo ad affermazioni laconiche che, senza emoticons, rischierebbero di essere prese per sarcasmo.

È ovvio che nella corrispondenza formale è meglio non abusarne, così come in incontri formali faccia a faccia e meglio non dare in escandescenze, ma appena raggiunto un minimo di confidenza diventeranno preziosi alleati della nostra comunicazione.

Gli emoticons non sono un gioco da adolescenti, ma una forma di comunicazione con un proprio codice da imparare e che, con un po' di esperienza, migliorerà la qualità di tutti i vostri messaggi.

O no? ;-)



QUANDO LA MAIL VA EVITATA

Per quanto la nostra tendenza sia quella di gestire ogni tipo di informazione o problema per email è ovvio che **non sempre la mail si rivela lo strumento migliore**. Come tutti i mezzi di comunicazione ha dei vincoli e delle possibilità che vanno sfruttati al meglio. Prendere importanti decisioni, inaugurare un rapporto di collaborazione, gestire situazioni ambigue, trasmettere informazioni spiacevoli, gestire trattative...

Sono tutte situazioni nelle quali l'uso della mail può rivelarsi inopportuno o controproducente.

Anche se siamo abituati ad aprire il nostro client e considerarlo come la consolle di comando dalla quale gestire le nostre attività, dobbiamo essere consapevoli che non tutto può essere fatto per email e che, in certi casi, è molto meglio usare il telefono, l'instant messaging, l'incontro faccia a faccia o, perché no, la vecchia lettera di carta.



Ecco un breve elenco di occasioni in cui l'email andrebbe, se possibile, evitata:

- chiedere risposte immediate;
- criticare lavori e collaboratori;
- trasmettere contenuti realmente riservati;
- condurre trattative;
- prendere decisioni importanti;
- condurre lunghe interviste;
- instaurare un dibattito aperto tra più interlocutori;
- trasmettere cattive notizie;
- mandare messaggi ambigui, che possono essere fraintesi;
- trasmettere informazioni poco strutturate, ancora in forma di bozza;
- inviare informazioni che creeranno fiumi di domande e perplessità.

In tutti questi casi è molto meglio far precedere alla mail una telefonata o un'incontro: in caso contrario, nel migliore dei casi si rischia che alla prima mail ne seguano tante, tante altre, senza che si arrivi poi da nessuna parte.





Gestire le email

QUANDO LEGGERE LE MAIL?

Oggi la mail ci accompagna dovunque e pervade tutti gli aspetti del nostro lavoro e dei nostri rapporti personali. Questa presenza costante può diventare però troppo invasiva, creando una sorta di dipendenza: consultiamo le nostre mail prima di colazione, durante tutta la giornata, prima di cena, dopo cena, prima di coricarci... A lungo andare la pratica di gestire le email può diventare un ingombrante incombenza che pesa su di noi per tutta la nostra giornata diurna. Ma è proprio necessario?

Magari stiamo lavorando su un progetto importante, che richiede la nostra concentrazione, ed ecco che un nuovo messaggio reclama la nostra attenzione facendo capolino dal client di posta; siamo in riunione da un cliente e il nostro cellulare ci avvisa della presenza di un nuovo messaggio che ci affettiamo a controllare. Tutte queste sono, di fatto, interruzioni indesiderate delle nostre attività.

Il mio suggerimento è di provare a **darsi delle regole**: stabilire un periodo preciso durante la giornata nel quale dedicarsi a gestire le mail, e cercare di non derogare. Potreste decidere, ad esempio, di leggere le mail alle 9.00, alle 11.30, alle 15.00 e alle 18.00. Leggete le mail, rispondete se è il caso alle più urgenti, e rimandate le risposte meno urgenti alla sessione successiva, ma soprattutto evitate di stare continuamente attaccati al vostro client a leggere-rispondere: è la maniera migliore per consumare tutto il vostro tempo. Vi accorgerete che, spesso, una risposta data dopo 6 ore vale quanto una data dopo 6 minuti. Anzi, a volte è una risposta migliore. In generale cercate di seguire queste regole:

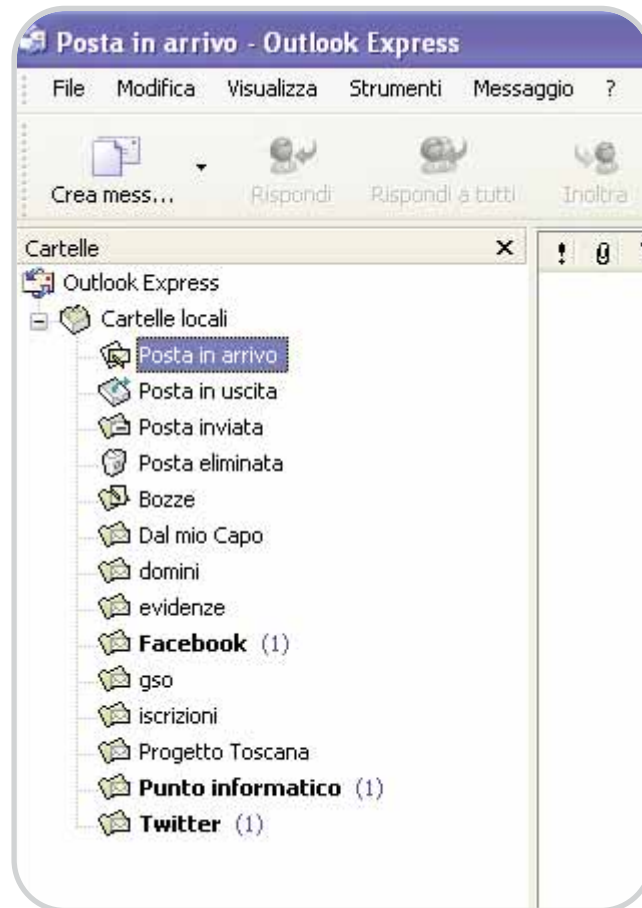
- cercate di leggere e rispondere in momenti diversi;
- stabilite degli orari precisi per la consultazione;
- evitate di consultare le mail di lavoro prima di uscire dall'ufficio il venerdì sera: è la maniera migliore per portarsi il lavoro a casa durante il fine settimana;
- non usate le mail come "archivio-delle-cosa-da-fare": vi costringerà a tenere sempre aperto il vostro client per consultare la vostra "to-do" list. Per queste operazioni esistono agende e calendari.



**UN APPROCCIO
LIMITATO
NEL TEMPO**



Ricordate di non usare, e non considerare mai, l'email come strumento di "conversazione in tempo reale": per quello esistono i sistemi di instant messaging, i social network come Twitter o semplicemente il telefono. Non aspettatevi che le persone rispondano immediatamente, ma soprattutto fate in modo che non se lo aspettino da voi i vostri interlocutori: se una cosa è urgente e il vostro Capo la vuole entro un'ora e meglio che alzi il telefono o vi cerchi sul messenger.



ARCHIVIARE LE MAIL

Tutti i principali programmi di posta presentano, in automatico, alcune cartelle predefinite per la posta: posta in arrivo, posta inviata, posta in uscita, cestino, bozze eccetera. Se ci limitassimo a queste cartelle tutta la nostra posta verrebbe sempre archiviata in automatico nel "mare magnum" della cartella corrispondente alla posta in arrivo. Per una corretta gestione della posta è consigliabile fare un piccolo passo in più e, vincendo la pigrizia, creare delle proprie cartelle personali: ad esempio: *"Dal mio capo"*, *"Progetto Toscana"*, *"Problemi in evidenza"*, *"Iscrizioni ai social network"* e così via. In questo modo sarete in grado di suddividere la corrispondenza in modo razionale, proprio come fate con i file nelle cartelle del vostro PC.

Qui a fianco è raffigurato un esempio.

Ogni programma di gestione della posta offre la possibilità di creare proprie cartelle: sta solo al nostro buon senso e alla nostra iniziativa l'approfittare di questa opportunità.

Ma non è tutto: in tutti programmi di posta elettronica esiste la possibilità di **creare delle regole automatiche per i messaggi**, in modo tale che se il messaggio ha certe caratteristiche venga collocato in una cartella piuttosto che in un'altra. Ad esempio potreste creare una regola che sposti tutti i messaggi provenienti dal vostro capo in una cartella particolare. Creazione di cartelle e creazione di regole per i messaggi sono le due operazioni basilari per iniziare a gestire in modo razionale la vostra posta, evitando che si accumuli stancamente nella caselle della posta in arrivo.



CESTINARE O NO?

Uno dei maggiori dilemmi nella gestione delle email riguarda la loro eliminazione: è necessario archiviare come un certosino tutte le mail, anche quelle vecchie di anni, oppure è meglio avere una gestione snella della posta, eliminando tutto quello che non serve con scrupolosa efficienza?

A questa domanda ovviamente ognuno ha dato la sua personale risposta, che corrisponde poi al suo modo di usare la mail. In questa tabella sono riportati i principali vantaggi e svantaggi dell'archiviare e del cestinare le mail.

ORGANIZZARE LE RISORSE

	VANTAGGI	SVANTAGGI
Archiviare	- I messaggi sono sempre disponibili - Posso fare ricerche su tutti i messaggi - Evito di decidere ogni volta se cestinare o no	- La ricerca diventa difficile - o impossibile - oltre un certo numero di messaggi - Diventa difficile identificare i messaggi veramente importanti - Si tende ad usare la mail come archivio documentale o "to do list", perdendo efficienza
Cestinare	- Elimino la spazzatura e mi concentro sulle cose importanti - Uso la mail solo come mail e non come "to-do list" o archivio documentale - Identifico subito i messaggi importanti	- Devo perdere tempo a decidere cosa tenere e cosa no - Rischio di perdere informazioni potenzialmente importanti - Non posso più fare ricerche in archivio

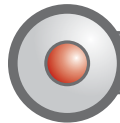
Come vedete la risposta non è univoca: in entrambi i casi **ci sono sia vantaggi che svantaggi**. Tuttavia è questione di semplice buon senso quella di provare a trovare un sano equilibrio tra la compulsione a gettare tutto e quella di conservare ogni cosa, anche lo spam di 5 anni fa!

In generale è bene procedere, ogni tanto ad una sana pulizia della propria casella email, eliminando tutto quello che siamo sicuri non ci serva più (semplici notifiche, vecchi progetti, attività archiviate e ormai concluse, mail da mittenti che non incontreremo più, mail con pesanti allegati ormai archiviati da tempo nel nostro PC). In questo modo eviterete di ritrovarvi con una situazione ormai ingestibile di migliaia di email tra le quali diventa difficile se non impossibile effettuare una ricerca.



Personalmente tendo, sul mio client, a cestinare tutto appena possibile, conservandone una copia nella mia casella online. In questo modo posso concentrarmi sui messaggi realmente “all’ordine del giorno”, lasciando un archivio discreto per ogni eventualità. Ogni tanto, poi, dò una bella pulizia anche al mio archivio, in modo da non appesantirlo troppo.

Ricordate: sia cestinare che conservare sono operazioni che hanno un prezzo: sta a voi scegliere quale prezzo pagare.



ALLEGATI SOSTENIBILI

Uno degli indubbi vantaggi delle mail è quello di poter allegare dei documenti e spedirli assieme al messaggio. In questo caso la mail funziona come “canale” nel quale far passare del materiale. Naturalmente questa pratica diffusa è di enorme vantaggio rispetto ai canali tradizionali, ma è importante non abusarne: riempire di allegati le caselle di posta altrui (magari scaricando così su altri il lavoro che dovremmo fare noi) non certo il migliore dei comportamenti.

Prima di allegare un qualsiasi documento assicuratevi:

- di avere larghezza di banda sufficiente a spedirlo
- che il **destinatario** abbia larghezza di banda sufficiente a riceverlo
- di avere descritto nella mail il contenuto di ogni singolo allegato.

Descrivere il contenuto dei documenti creerà un primo livello di lettura che aiuterà il destinatario a capire e assimilare il contenuto.

In ogni caso, cercate di limitare l’invio di allegati: laddove è possibile riportate il contenuto del documento direttamente nella mail. È più facile da leggere ed è più veloce da ricevere.

CONTROLLARE
PRIMA
DI SPEDIRE



Naturalmente ci sono casi in cui non è possibile evitare di inviare allegati, anche piuttosto pesanti: in queste occasioni è opportuno valutare se inviare gli allegati nella mail o se usufruire di uno dei tanti servizi online per inviare documentazione pesante. Tutti questi servizi permettono di caricare preliminarmente il documento in uno spazio online e di inviare per email solamente l'indirizzo da cui scaricare il documento.

In questo modo riuscirete a “salvare capra e cavoli” garantendo leggerezza di invio e completezza di documentazione.

Ecco di seguito alcuni indirizzi di servizi online per questa operazione:

Yousendit

il servizio per la trasmissione di file di grandi dimensioni più popolare che ci sia sul Web.

<http://www.yousendit.com/>

Box

Permette di caricare online e di conservare tutti i file online e di condividerli facilmente.

<http://www.box.net/>

Hotshare

Permette di fare l'upload di tutti i file desiderati fino a un massimo di 200 MB ognuno; viene dato un link per inviare il file a un indirizzo email.

<http://www.hotshare.net/>

Wikisend

Permette di condividere file online. Si ottiene un codice ID e si può inviarlo a qualcuno per permettergli di scaricare il file.

<http://wikisend.com/>

Filecrunch

Molto semplice da usare, permette di inviare l'URL del file alla persona via mail.

<http://www.filecrunch.com/>

Ecco un elenco completo di risorse per poter scegliere il proprio servizio

http://www.masternewmedia.org/it/2005/02/11/come_inviare_e_ricevere_file.htm

**INVIA
IL QUADERNO
PER E-MAIL
AI TUOI
COLLEGHI**



INCARICARE I COLLABORATORI PER RISPETTARE GLI STANDARD

A volte, per lavoro, è necessario rispondere a tutte le mail entro un tempo stabilito (che in genere varia da 24 a 48 ore): ad esempio per email di richiesta di assistenza o di informazioni sui prodotti. In questi casi è assolutamente necessario rispettare gli standard definiti: molte persone non sanno chi siete e utilizzeranno il vostro tempo di risposta come un'indicazione sulla vostra serietà e credibilità. Se credete di non riuscire a rispettare questi standard incaricate, se potete, un vostro collaboratore di rispondere al posto vostro. Garantire una risposta, anche solo interlocutoria, nei tempi stabiliti è uno dei modi migliori per mantenere rapporti di fiducia reciproca, e un investimento in questo senso è certamente lungimirante.

Le 10 regole d'oro per sopravvivere alle email

1
2
3
4
5

Concentrati. Non leggere e inviare email distrattamente. Stai conversando con qualcuno, anche se in spazi e tempi diversi.

Prenditi il tuo tempo. Stabilisci degli orari per leggere e rispondere alle mail. Darai più valore al tuo tempo.

Scrivi meno. L'email migliore è quella che dice tutto già nell'oggetto. Sii il più conciso possibile.

Nervi a posto. Non scrivere e non rispondere se sei nervoso o arrabbiato. Aspetta di calmarti prima di premere "Invio".

Non spammare. Manda le mail solo a le persone che veramente sono interessate. Non aggiungere per copia persone che c'entrano poco o nulla col tuo messaggio.

6
7
8
9
10



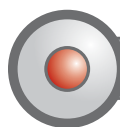
Organizzati. Usa i tuoi sistemi di posta al massimo. Crea cartelle e regole per archiviare la tua posta.

Tieni pulito in giro. Impara a cestinare la posta inutile, per dare valore a quella utile.

Impagina. Le mail migliori sono impaginate in modo da essere leggibili facilmente. Non creare “muri di testo” nei tuoi messaggi.

Firmati. Aggiungi in calce i riferimenti per contattarti “oltre” la mail.

Ricordati il telefono. Alcune cose non possono essere comunicate per email. Ricordati che esistono sempre altre forme di contatto.



PER SAPERNE DI PIÙ

Luisa Carrada, Giuseppe Militello: **L'email per lavorare e vivere meglio in azienda.** <http://www.mestierediscrivere.com/pdf/Email.pdf>

Luisa Carrada: **Il mestiere di scrivere**, Apogeo, 2008

Gianni Lombardi: **Come si fa a comunicare con la posta elettronica**, Tecniche nuove, 2006

Alessandro Lucchini (a cura di), **La magia della scrittura**, Sperling & Kupfer, 2005

SEGUICI SU



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



REDAZIONE@PHARMASTAR.IT

PHARMASTAR[★]
il Giornale on-line sui Farmaci
WWW.PHARMASTAR.IT