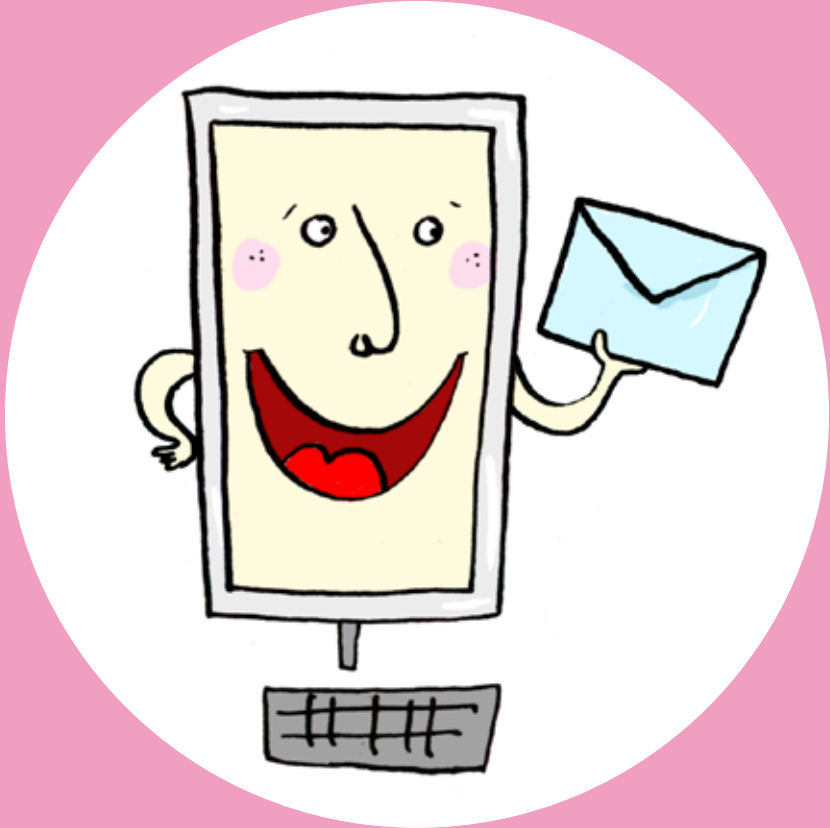


Guide till

sunda mejlvanor



Om att bli mer professionell
i användningen av mejl

Mats B Andersson

© Mats B Andersson 2012

www.bettermail.se

Kontakt: info@bettermail.se eller telefon 073-985 25 22

Illustration: Linda Carlsson Grafisk form: Parvus Produktion

INNEHÅLL

1. Mejl – bakgrund och problem	5
2. Att hantera inkommande mejl	10
3. Att skriva mejl	18
4. Att använda mejlen på rätt sätt	26
5. Att skapa sunda mejlvanor	34
6. Förslag på fördjupning	36

FÖRORD

Guide till sunda mejlvanor är tänkt att ge råd om hur man mejlar mer effektivt. Det kanske låter banalt, men i många organisationer, stora som små, kan en effektivare mejlhantering spara mycket tid och energi.

Jag tror att många kan känna igen sig i det som triggade mitt eget intresse för ämnet. Jag var anställd som informationsansvarig i en akademiskt och administrativt tung organisation där mycket av arbetet sker via mejl. Det slutade med att jag fick ”mejlinfarkt” – en igenproppad inkorg och en ständigt oro för att jag missat något viktigt. Jag insåg att jag behövde hantera mejlen på ett bättre sätt.

Resultatet blev den här guiden, som tar upp många av de problem som uppstår när man inte har några bra mejlrutiner – på organisationsnivå och/eller på individnivå. Det leder till massor av lagrade mejl i inkorgen, som hela tiden fylls på. Liksom stressen över att inte hinna läsa allt, att det efter semestern ligger mängder av nya mejl och väntar när man kommer tillbaka, och så vidare.

Efter att ha läst böcker, vetenskapliga artiklar och Internetkällor och dessutom undersökt mina kollegers situation föddes idén att göra den här guiden. Den fokuserar på jobbrelaterade ärenden inom tjänstemannayrken där mycket av arbetet samordnas via mejl, exempelvis i jobb som chef, projektledare eller administratör. Förhoppningsvis kan guiden vara en ögonöppnare och ett startskott för att använda mejl på ett bättre sätt.

Mats B Andersson, Stockholm 18 september 2012

1. MEJL – BAKGRUND OCH PROBLEM

När man mejlar på jobbet finns det i grunden vissa saker som är ”rätt” och andra som är ”fel”. Allt där emellan gör man bäst som man själv vill. I många fall är det klokt att anpassa sig till den mejlkultur som arbetsplatsen har. Beroende på arbetskultur och arbetsvillkor kan det vara motiverat med längre analytiska texter eller att spara en stor del av mejlen. I vissa verksamheter kan det till och med vara juridiskt tvunget att spara mejl. Det som passar för verksamhet A kanske inte passar för verksamhet B.

I många fall har medarbetarna utvecklat egna metoder för att hantera mejl: egna system för att arkivera mejl, att hålla reda på aktuella, att utforma mejl, och att avgöra när, och till vem, man behöver skicka en kopia. Det är ovanligt med utbildning i ämnet och det är sällan som kolleger diskuterar mejlrutiner. Tekniska frågor uppmärksammas ibland, men sällan mjuka frågor. Här finns en potential till förbättring. Utmaningarna är ofta likartade för många medarbetare, så att dela erfarenheter och komma överens om förväntningar kan vara en god investering.

Mejl har fått en huvudroll i arbetslivet

Mejl har successivt blivit viktigare i många yrken, i synnerhet skriv(b)ord-syrken. Verkytet har gått från att vara litet och perifert till stort och centralt. Numera har ”alla” ett mejlkonto och varje mejl förväntas bli besvarat inom kort. När mejlservern ligger nere ligger också viktiga delar av arbetet nere. Systemet är kritiskt för såväl intern som extern kommunikation.

När verktyget introducerades på 90-talet var det nytt och spännande. Att få mejl var smickrande oavsett innehåll. Med tiden har antalet mejl ökat, och utmaningarna likaså. Den kvantitativa förändringen har lett till en kvalitativ förändring. I början kunde man hantera mejlströmmen utan särskilda kunskaper. Inställningen var, och är ofta fortfarande, att ”varenda barnunge kan ju mejla, det behöver man inte lära sig”. Men med mejl-explosionen har det blivit uppenbart att vi måste reflektera kring vårt förhållningssätt. Den tidigare kostnaden för okunskap var liten eftersom

antalet mejl var litet. Tyvärr har en del okunskap och (o)vanor dröjt kvar. Alltför många hanterar och skriver mejl som om det fortfarande vore 90-tal.

Idag är det inte ovanligt att få dussintals mejl under en arbetsdag. Det betyder att många av oss får långt över 100 mejl i veckan och långt över 1 000 under tio veckor. Det är få saker vi gör så ofta som att mejla. Det stora antalet i kombination med att många inte fått lära sig grundläggande förhållningssätt kan förklara de svårigheter som många upplever med mejlhanteringen.

En annan förklaring kan vara att mejl används till fler uppgifter än det var avsett för. Verktøget utvecklades för *kommunikation* men har med tiden blivit ett verktyg för *informationslagring* och *fördelning av arbetsuppgifter*. Mejl svarar alltså mot tre funktioner vilket är ganska mycket begärt av ett verktyg som designats bara för det ena.

Ännu en förklaring till svårigheterna kan vara att nya grupper på arbetsmarknaden börjat kommunicera via mejl, grupper som tidigare inte kommunicerat med text. Och många som är aktiva på arbetsmarknaden är skolade med penna som främsta skrivverktyg, även bland de yrkesgrupper som traditionellt skriver. Mejl är trots allt en ganska ny företeelse.



Ett populärt verktyg – ibland för populärt

Mejl är ett kraftfullt verktyg. Styrkan gör att det i viss mån överanvänds och ibland missbrukas. Det är lätt att glömma andra sätt att kommunicera, som ibland är bättre alternativ. Och ibland är det bättre att inte kommunicera alls.

Varje mejl som skickas är en begäran om mottagarens tid och uppmärksamhet. En begränsad resurs. Mejl har en tendens att generera nya mejl så

för avsändarens egen skull är det motiverat att begränsa dem. Ofta är det effektivt att kombinera olika kanaler och att använda dem efter deras olika fördelar.

Orsaker till mejlens popularitet kan vara att:

- det ger en behaglig distans – jag informerar på mina villkor och får inte direkt reaktion från mottagaren, vilket också ger mottagaren en chans till betänketid.
- det känns praktiskt – jag skjuter iväg problemet (ett mejl) och kan sedan släppa det tills det återigen dyker upp i mitt liv (min inkorg)
- det känns effektivt – upplevs som snabbt och billigt
- det ger en logg – allt lagras och kan i efterhand kontrolleras
- det känns ”business” – upptagna personer mejlar varandra, eller?

Mejl är en egen kommunikationsform

Även om mejl har nära släktskap med fysiska brev bör kommunikations-sättet betraktas som ett helt eget. Många vill nog hävda att främsta skillnaden är snabbhet och portofrihet, men en annan viktig egenskap är att mejlen gör det enkelt skicka samma information till många mottagare och dessutom visa mottagarna vilka andra som fått informationen. Det gör mejl till ett ”mikropolitiskt” verktyg, och det är här som en del av svårigheterna uppkommer.

När man ska skicka ett mejl måste man ibland göra symboliskt viktiga avvägningar. Exempelvis av typen ”Visst vore det rimligt att jag skickar en kopia till mottagarens chef, men kanske uppfattar mottagaren detta som att jag hänger ut mottagaren”. Och när man svarar på ett mejl kan det vara svårt att veta när man förväntas svara till alla mottagare eller enbart till avsändaren.

Snabbheten och det stora antalet mejl gör att de skrivs slarvigare än traditionella brev. Kommunikationen liknar ett telefonsamtal i sin snabbhet och flyktighet. Men i telefonsamtalet framgår nyanser och tonfall. Där finns direkt återkoppling som ger parterna möjlighet till snabb korrektion i dialogen. Även ett svagt ”Öh?” i ena luren kan hjälpa till att undvika ett stort missförstånd.

I mejlhistoriken kan man enkelt se vad som blivit sagt. Det kan vara en stor fördel, men tänk på säkerhetsproblemen. Mejl kan lätt hamna i händerna på parter du inte räknat med. Man brukar säga att ett mejl är både ”halt och klabbigt”. Det är halt i den meningen att det lätt kan komma på avvägar. Exempelvis har du ingen kontroll över mottagarens mejl, som ju lätt kan skickas vidare. Dessutom skickas de över Internet, med de säkerhetsproblem det innebär. Mediet är också klabbigt i den meningen att ett mejl kan bli kvar i någons dator för all framtid. Ditt exemplar är bara en ”klon” bland andra, så även om du gör dig av med din version vet du inte hur mottagaren gör eller hur länge de ligger i systemen för säkerhetskopior. Och tänk på att mejl ses som en offentlig handling hos vissa organisationer, och därmed kan begäras ut av vem som helst.

I den mån mejl kan liknas vid fysiska brev bör de ses som vykort. Betrakta informationen som publik. Du ska alltid kunna stå för det du skriver, oavsett vem som kan konfrontera dig med informationen. Annars bör du undvika att mejla och istället använda en annan kanal.

Mejl kan undantränga mer nyanserade kanaler

De kommunikativa möjligheterna är starkt begränsade i mejl. Tankar och budskap överförs via tangentbordets knappar vilket naturligtvis är en kraftig begränsning. Det betyder att mejl är en relativt informationsfattig kanal i jämförelse med andra sätt att kommunicera. Att följa en fotbollsmatch via mejl skulle ingen önska: Allra helst vill man vara på plats, i andra hand se matchen på TV, och i tredje hand följa den via radio. För varje alternativ förlorar man närvaro-känsla och möjlighet att följa händelserna. Det duggregn som faller på planen och som känns på läktaren kanske inte syns på TV. Ett tjuvnyp kan synas på TV men gå obemärkt förbi i radio. Att följa matchen via mejl ger knappast någon upplevelse. Möjligen kan ett matchresultat förmedlas.

Detta exempel visar att ett arbetsteam som kommunicerar alltför mycket via mejl är ett ineffektivt team. På organisatorisk nivå är detta en av de största riskerna med mejl, dvs. att mejlen undantränger andra kanaler med större kommunikativa möjligheter.

För att kompensera mejlens begränsningar skickar vi mer information vilket ökar kravet på mottagarens förmåga att processa text. Men i stora textmassor kan det vara svårt att hitta och förstå avsändarens huvudbudskap, särskilt om texten är illa strukturerad, eller inte strukturerad alls.

På motsvarande sätt kan det vara svårt att se Det Viktiga Mejlet i en full inkorg. Det finns exempel på där mottagare missat sådana mejl: en entreprenör som fick ett generöst erbjudande för sitt bolag, eller en person som missade inbjudan till att bli hedersdoktor vid ett svenskt universitet.

I inkorgen blandas guld med skräp. Och precis som man sällan slår in en guldring i tidningspapper bör man inte använda mejl som det enda kommunikationssättet för mycket viktiga meddelanden.



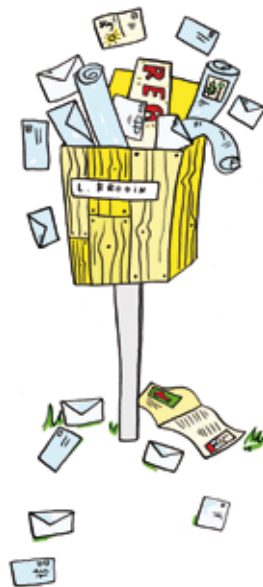
Ämne: Väntar på bollen
Hej lagkamrater!
Jag står vid straffområdet
vänstra hörn.
Hälsningar
/Zlatan

2. ATT HANTERA INKOMMANDE MEJL

Den största vandan med jobbmejl brukar vara de inkommande mejlen – de man själv skickar får ju någon annan ta hand om. Det är inte ovanligt att inkorgen används för slutförvaring vilket betyder att den kan innehålla flera tusen gamla mejl och att nya blandas med gamla.

Det finns olika skolor om hur man sköter en inkorg, men en sak har de gemensamt: slutförvara inte i den! Att blanda nytt och gammalt skapar stress. Du måste regelbundet gå igenom stora mängder mejl för att avgöra vilka som är aktuella. Alltför mycket tid går åt till att bläddra i inkorgen för att hitta uppgifter att göra. Det är ineffektivt, men en logisk följd av att förvara alla mejl på samma ställe. Men din arbetsgivare betalar dig inte för att läsa gamla mejl.

Låt oss jämföra med din privata postlåda, den fysiska, som hos vissa är uppsatt på en pinne vid vägen. Knappast låter du posten ligga kvar efter att du har varit där. Inte blandar du gammalt med nytt och viktigt med oviktigt. Tänk dig att tvingas gå igenom en full postlåda för att hitta ny post. Istället tar du nog upp och sorterar allt vid varje tömning. Du kastar det som ska kastas, tar en snabb titt på mindre viktigt, och tar varsamt hand om det viktiga. Kanske lägger du räkningarna i en särskild hög för att betala dem samtidigt i slutet av månaden. Det senare, att samla ihop likande arbetsuppgifter för att göra dem i ett sjok, är tidseffektivt även i mejlsammanhang.



Håll inkorgen (relativt) tom

Alla mejl ska bort från inkorgen, även om vissa kan få tillfällig dispens. Du måste inte kasta dem. Men troligen sparar du fler än vad som behövs och är produktivt. Hur du arkiverar är en smaksak. *Vissa arkiverar mejl*

i välorganiserade mappstrukturer, andra i en enda mapp. Om du ofta behöver komma åt dina arkiverade mejl kan det vara klokt att sortera dem i mappstrukturer. Men det tar tid och tankekraft, så fundera på om du verkligen tjänar på det. En snabbare metod kan vara att samla alla mejl i en enda mapp, förslagsvis döpt till ”arkiv”, och att använda sökfunktionen för att hitta bland dem.

Det finns som sagt olika skolor om hur en inkorg bör hanteras, och en avgörande skillnad är hur ofta (och hur mycket) den ska tömmas. Från den mest extrema hållningen som menar att inkorgen ska tömmas varje gång man går in i den (resulterar i noll mejl), till att den bör tömmas dagligen eller veckovis, och vidare till den mer tillåtande inställningen att vissa viktiga och ännu inte slutförda mejl kan få vara kvar en tid, men sedan ska de bort. Alla mejl ska så småningom bort från inkorgen.

Att förvara oavslutade mejl

Antingen kan man förvara oavslutade mejl i en särskild mapp (eller flera) för detta eller så kan man ha dem kvar i inkorgen.

Mapp för oavslutade mejl

Den som strikt följer ”nollvisionen” för inkorgen måste hitta en annan plats för de oavslutade mejlen, och ofta skapar man en särskild mapp för dem. Man kan också ha flera mappar och då dela in mejlen utifrån prioritet eller vilken typ av åtgärd man planerar utifrån mejlet. Att ha en helt tom inkorg är en mycket befriande känsla. Men en risk med metoden är att de oavslutade mejlen inte blir tillräckligt synliga. I det dagliga arbetet blir det ett extramoment att gå in i mappen för att vara uppdaterad.

Tillfällig förvaring i inkorgen

Att låta oavslutade mejl vara kvar i inkorgen medför en viss risk för att man ”bläddrar i inkorgen för att hitta uppgifter”, men eftersom gamla mejl är borttagna kommer de inte att störa så allt man ser är fortfarande aktuellt. I bästa fall är antalet mejl inte större än att de får plats i inkorgens synfält, möjligen med viss skrollning. Det är viktigt att hålla ner antalet oavslutade mejl, och se till att bara viktiga mejl får vara kvar i inkorgen. Mindre viktiga bör omgående arkiveras eller kastas. Man kan därför ha en ganska god överblick över de kvarvarande mejlen och dessutom få bättre ordning på dem med flaggor och färgkoder. När ett mejl är avklarat ska det

omedelbart bort. Inkorgen är att betrakta som väntrummet på ett sjukhus. Patienterna får vara där ett tag men de ska inte slutförvaras där.

Kolla mejlen mer sällan – och bli mer effektiv

Många går in i sin inkorg alldeles för ofta. För de flesta räcker det med ungefär fyra gånger per arbetsdag, och då ska man avsätta tid för att hantera mejlen. En lämplig fördelning är (1) direkt på morgonen, (2) en halvtimme före lunch, (3) strax efter lunch, (4) en halvtimme före hemgång. Om ett brådskande ärende inkommit ger det möjlighet att agera på det utan att lunch eller hemgång blir försenade. Naturligtvis är det okej att kolla mejlen fler gånger, exempelvis efter ett möte. Det viktigaste är att dessa tillfällen inte hackar sönder kvalitetstiden för de arbetsuppgifter som kräver att man är fokuserad och koncentrerad.

I de fall en organisation har en mejlpolicy brukar den ange en undre gräns för hur sällan en inkorg får kollas. Det är ovanligt att man sätter en övre gräns. Men man kan fråga sig om det verkligen går att vara produktiv om man går in i inkorgen 100 gånger om dagen. Om arbetet tillåter kan det vara mer produktivt att begränsa sig till en eller två gånger.

Kommunikativ eller produktiv?

Att mejla är att vara *kommunikativ*. Man förväntas kommunicera med chefen, kolleger och kunder. Men jobbet innebär även att man ska leverera något och vara *produktiv*. Dessa två delar står i konflikt med varandra. Det är omöjligt att samtidigt vara produktiv och kommunikativ. Enda undantaget är receptionisten vars produktion helt syftar till kommunikation. Varje gång du avbryter din uppgift för att gå in i inkorgen hackar du sönder din förmåga till koncentration. Men du behöver block av obruten tid för att fokusera på dina uppgifter, åtminstone om du har kvalificerade uppgifter. Fokus och tid är de resurser som går till spillo om man kollar inkorgen för ofta.

Låt inte mejlen störa arbetet

Visst är det kul att känna sig bekräftad, och att få mejl är bekräftelse. Och visst är det skönt att kolla mejlen för att fly en tråkig uppgift. Men många små avbrott är en stor källa till ineffektivitet. Det är din tid och din effektivitet det handlar om. När du får ett nytt mejl bör det *inte* annonseras

vare sig via ”pling”-ljud eller någon bildsymbol som poppar upp. Stäng av ”pling” i alla former. Om du har svårt att låta bli att gå in i inkorgen – stäng av mejlprogrammet. Att återhämta koncentrationen på en arbetsuppgift kan ta upp till tio minuter, ett spill som kan bli timmar totalt under en dag.

Gör småsaker direkt och få dem ur världen

När du går in i inkorgen ska du göra det med inställningen att aktivt hantera nya mejl, inte passivt ”kolla mejl”. Små ärenden är bäst att göra omgående, i alla fall om de tar mindre än två-tre minuter. Tar de längre tid bör du inordna dem i agendan för planerat arbete. Inkorgen bör alltså inte användas som en att-göra-lista, utan ärenden bör noteras i den övergripande att-göra-listan. Att bara ”kolla mejlen” gör ingen skillnad annat än att skapa stress. Låt oss återigen jämföra med sjukhuset. En sjuksköterska går inte till väntrummet för att ”titta på patienterna”, utan för att ta hand om brådskande fall.

Ändra i mottagna mejl med försiktighet

Ibland är det praktiskt att göra ändringar i mottagna mejl, en möjlighet vissa mejlprogram har. Men det finns risker med det. Om mejlet senare skickas vidare kan mottagaren uppleva förlorad autenticitet. Men ibland kan det vara motiverat, exempelvis om:

- avsändaren har satt en dålig rubrik och du ändrar den för att underlätta framtida sökning
- mejlet är dåligt formulerat med huvudbudskapet/poängen gömd i en stor textmassa, och du vill markera poängen för att göra den enklare att hitta vid framtida läsning
- du inte kan agera på mejlet just nu men vill göra noteringar tills du har möjlighet att göra det – var då noga med att tydligt skilja dessa noteringar från den ursprungliga texten
- mejlet har tunga eller överflödiga bilagor som du vill ta bort

Så kan du strukturera arkivmappar

Om man väljer att arkivera mejl i en mappstruktur är det viktigt att strukturen passar användaren och arbetsuppgifterna. För den som vill ha inspiration presenteras här ett exempel baserat på mitt eget sätt. Strukturen passar ett jobb där man deltar i flera projekt där mycket information utbyts via mejl.

Viktiga och oavslutade mejl förvaras i inkorgen. De flesta mejl kommer omgående att kastas eller arkiveras. Vid arkiveringen används båda de tekniker som tidigare nämndes, dvs. en mappstruktur där mejl organiseras, och en mapp för arkivering av osorterade mejl. I möjligaste mån använder man mappstrukturen, och de mejl som inte passar där läggs i arkivmappen. Till arkivmappen flyttar man också mappar som inte längre används i mappstrukturen. På så sätt är mappstrukturen dynamisk och speglar alltid aktuella projekt.

Här nedan visas alla mappar på översta nivån, dvs. samma nivå som inkorgen:

- Inkorg
- Arkiv
- Administration & internt
- Resor
- Projekt A
- Projekt B
- Projekt C
- Privat

Mer om de olika mapparna

Privat är en mapp för att arkivera privata mejl. Egentligen borde mappen inte behövas eftersom man bör ha ett annat mejlkonto för privata mejl. Men teori och praktik är sällan förenligt och dessutom kan jobbrelationer utvecklas till vänskapsrelationer.

Projekt A, Projekt B, Projekt C är projektmappar, så många som behövs. När ett projekt är avslutat flyttas hela projektmappen till arkivmappen. Det gör att alla projektmappar i mappstrukturen är aktuella. En ny projektmapp läggs upp när ett nytt projekt börjar. Under projektets gång kan delprojekt motivera egna undermappar och när undermappar blir inaktuella lägger man dessa i en egen arkivmapp i projektmappen. Det håller

strukturen aktuell och det blir samtidigt enkelt att gå tillbaka till äldre undermappar. Exempel:

- ProjektB
 - Arkiv
 - Delprojekt B1
 - Delprojekt B2
 - Delprojekt B3

Resor kan behövas som egen mapp för den som reser mycket i jobbet. Här läggs information om flyg och hotellresor. Detta skulle också kunna läggas exempelvis i respektive projektmapp eller i Administration & internt-mappen. Men det är praktiskt med en egen mapp, dels om man gör många resor, dels för att en resa kan höras ihop med flera projekt.

Administration & internt – här läggs mejl om administrativa ärenden och organisationens interna ärenden, dvs. ärenden som inte är direkt produktionsrelaterade. Dessa mejl kan arkiveras direkt i mappen eller i någon undermapp (se nedan). Mejl som inte passar i undermapparna läggs i modermappen, som inte behöver någon arkivmapp eftersom dess undermappar aldrig blir inaktuella.

- Administration & internt
 - Aktiviteter personal: Mejl om interna aktiviteter som jullunch eller sommarpicknick.
 - Inloggning: Lösenord för diverse inloggningar (redovisningssystem, betalkort, webbsajter, med mera). Lösenorden får man ofta via mejl och det är praktiskt att samla dem på ett ställe. Ibland är lösenorden projektspecifika. Ur säkerhetssynpunkt är det dock bättre att skriva ut mejlen, radera dem ur datorn/mejlen, och spara lösenorden fysiskt i en pärm, eftersom risken för intrång är mindre på kontoret än i datorn.
 - Organisationens arbetsdelning: Uppdateringar i medarbetarnas ansvarsområden.
 - Personal allmänt: Information om enskilda medarbetare, exempelvis presentationer av nya medarbetare, meddelande om tjänstledigheter med mera.
 - Rutiner: Ofta får man instruktioner om nya rutiner via mejl.

Arkiv – här läggs mejl som inte passar i den övriga mappstrukturen. Hit flyttas även projektmappar och andra mappar som blivit inaktuella.

Att ta steget till en tom inkorg

För den som har många mejl i inkorgen, hundratals eller tusentals, kan steget till (nära) noll verka avlägset. Men så svårt är det inte och det är lättare för den som väljer en enkel arkivmapp före arkivering i mappstruktur. Här kommer förslag på hur du kan göra.

Starta en ny mapp som du döper till ”arkiv” och börja med att flytta dit mejl som inte längre är aktuella. Använd inkorgens möjlighet att ordna dem efter olika kriterier (datum, rubrik, avsändare) så blir de lättare att hantera i block. Sätt en gräns på exempelvis sex månader – äldre mejl kan knappast vara aktuella och bör kunna arkiveras utan större problem. Passa på att kasta mejl.

Kvar i inkorgen är de mejl som fortfarande är aktuella, mer eller mindre. De kommer att ha olika *betydelse*, *storlek* och *aktualitet*. Kanske måste du nu prioritera. Börja med mejl du bedömer som *betydelsefulla*. Av dem gör du ärenden som är *små* och *aktuella* omgående och sedan kastar du dem eller flyttar dem till arkivmappen. De som är *större* och *aktuella* ”flyttar” du från mejlen till den övergripande att-göra-listan. Kanske väljer du att låta dem vara kvar i inkorgen (tillfälligt) eller skapar en särskild mapp för oavslutade mejl. Mejl som är *mindre betydelsefulla* och *mindre aktuella* kan behöva flyttas direkt till arkivmappen, eller kastas utan åtgärd. Livet går vidare.

Om du vill arkivera i en mappstruktur är den givna utmaningen att hitta en bra struktur. Välj inte för många mappar eller undermappar. Det är bättre att börja med ett fåtal och sedan skapa fler om/när det behövs. Låt dig inspireras av hur du organiserar dokumenten i din dator – eller tvärtom. Du kan också få inspiration från kolleger genom att fråga hur de gör. Naturligtvis krävs tid för att genomföra processen. Ta höjd för det när du planerar.

En snabbare metod kan vara att ”ömsa skinn”, dvs. att lägga ifrån sig det gamla och börja om på nytt. Du lägger alla inkorgens mejl i en nyskapad

mapp döpt till dagens datum. Plötsligt har du noll mejl i inkorgen vilket är en bra utgångspunkt. Från och med nu ska mejl i inkorgen arkiveras i arkivmappen och/eller i en arkivmappstruktur – inga mejl slutförvaras i inkorgen! Under en övergångsperiod behöver du hålla dig à jour med den nya mappen med alla tidigare mejl, men med tiden blir den allt mindre relevant.



3. ATT SKRIVA MEJL

Ditt sätt att uttrycka dig bedöms av andra människor. Det skapar en bild av dig och därmed företaget du representerar. Under Internets tidiga år cirkulerade en skämtteckning på två hundar framför en dator och med texten ”På internet vet ingen att du egentligen är en hund”. Men det påståendet är inte sant. Avsändaren avslöjas av både innehåll och form. Ett professionellt intryck kräver både kunskap och ansträngning. Eftersom mejl är ett av de vanligaste sätten att kommunicera är det egentligen märkligt att så liten uppmärksamhet ägnas åt hur vi utformar och skriver mejl.

Med idé från Peter Steiners teckning i The New Yorker, 5 juli 1993



”På Internet vet ingen att du egentligen är en hund”

Att få fram ett budskap

Ett mejl ska vara framtungt. Budskapet ska framgå så tidigt som möjligt, gärna i första meningen, senast i tredje. Därefter kommer information som underbygger budskapet. Men inte för långt. Ett mejl bör vara kort.

Den här principen gör det lätt för mottagaren att förstå vad du vill säga och vad som är viktigast. Ofta görs felet att ”poängen”, dvs. mejlets huvudbudskap, presenteras mitt i texten. Även om den kan tyckas uppenbar för avsändaren är den inte alltid det för mottagaren.

Inte heller bör poängen komma sist även om det kan verka logiskt att först bygga upp ett resonemang som avslutas med slutsats eller resultat. Risken är att mottagaren lägger för mycket energi på att följa resonemanget eller att ifrågasätta argument eller slutsatser. Men avsändaren kan ha tagit genvägar i resonemanget, för att spara tid och för att snabbare komma fram till poängen, som ju är orsaken till att mejlet skickades. Just därför bör poängen komma först och efter den kommer stödjande information.

Om resonemanget kräver utrymme och är viktigt för presentationen av ärendet bör man välja en annan kanal än mejl. Mejl passar för korta och faktabaserade meddelanden men mindre bra för långa resonemang som försöker förutse alla eventuella frågor.

Kort schematiskt exempel:

Ämne: [Poängen]
[Hälsningsfras]
[Poängen]
[Bakgrund/stödjande information]
[Avslutningsfras]

Illustration:

Ämne: Vänligen ta med din kanin till festen
Hej Peter!
Det vore jättefint om du kan ta med din vita kanin till personalfesten nu på fredag. OK?

Vi i festkommittén har lyckats få dit en trollkarl men hans rekvisita har fastnat i tullen.

Hälsningar

/Festkommittén

Håll mejlen korta och effektiva

Mejl ska hållas korta och faktaorienterade. För att öka läsbarheten bör de vara luftiga och gärna med information/fakta i en punktlista. Delfrågor kan man strukturera i en numrerad lista så att de blir enklare att referera till för den som svarar.

Mejl bör vara handlingsorienterade, gärna klart uttalat. Var tydlig. Om det är en fråga, skriv ”Fråga: ...”, om det är ett påstående, skriv gärna ”Påstående: ...”, eller använd ”Förslag: ...”, ”Beslut: ...” och så vidare. Alltför ofta är avsändaren otydlig, kanske för att han eller hon inte själv tänkt igenom saken. ”Man kan göra så, och man kan göra så, och man kan...”. Då blir allt öppet för diskussion, men mejl är ett dåligt verktyg för diskussion.

Generellt bör ”uppsatser” undvikas eftersom de tar lång tid att skriva och lång tid att läsa – tid som sällan avsändaren eller mottagaren har. Skickar man en ”uppsats” till flera mottagare minskar ofta deras känsla av förpliktelse. Och ju fler mottagare, desto mindre förpliktelse känner var och en. Följden blir att mottagarna ögnar igenom mejlet – de läser noga översta raden, men skummar sedan resten och följer bara enstaka rader.

När hela budskapet ryms i rubriken – lägg hela budskapet som rubrik. För att markera att mejlets ”kropp” är tomt kan du avsluta rubriktexten med (tomt mejl) eller ditt namn. Så här kan det se ut:

Ämne: Kom ihåg personalfesten på fredag (tomt mejl)

Ämne: Jag jobbar hemifrån resten av dagen/Mats

Tänk på att mejl saknar ton och sociala ledtrådar

Att kommunicera via mejl är att skala bort en stor del av vårt naturliga sätt att kommunicera. När vi kommunicerar ansikte-mot-ansikte har vi

tillgång till blickar, kroppshållning, suckar, tonfall och mycket annat. Men här vilar allt på texten, och det har sina utmaningar. Vissa ord kan ha flera betydelser eller nyansskillnader. Dessutom kan en mening ändra betydelse beroende på vilket ord som betonas.

Om man sitter vid ett kaffebord och någon ber om "lite kaffe" är det uppenbart att personen önskar kaffe. Det vore fel att hälla upp lite och att tro att måluppfyllelsen blev bättre ju mindre mängd som hålls upp. Vi vet att "kaffe" är nyckelordet och vi är delaktiga i ett socialt sammanhang där ordet "lite" signalerar måttfullhet och blygsamhet. Vi förstår att personen vill ha kaffe, särskilt om koppen hålls fram med bedjande blick.

Om man på motsvarande sätt i ett mejl uttrycker sig som att man önskar "lite X", vad betyder då detta? Ordet "lite" är ett exempel på ett vagt uttryck med olika betydelse i olika sammanhang. Och om vi placerar några vaga uttryck efter varandra utsätter vi mottagaren för en svår gissningslek.

Exempel:

Om du har lite bakgrundsinfo till mötet vore det bra om du kan skicka det.

Här finns en rad otydligheter:

"Om du har ..."

Men om jag inte "har", förväntas jag ta fram det då?

"... lite bakgrundsinfo ..."

Lite eller mycket?

"... vore det bra ..."

Är detta en formell begäran?

"... kan skicka det."

Skicka till den som frågar eller till alla som deltar på mötet?

Om formuleringen ovan misstolkas kan mottagaren ägna en hel arbetsdag åt att ta fram material som avsändaren inte är särskilt intresserad av. En annan följd kan bli att kritisk information skickas till alla som deltar på mötet, även till personer som inte ska ta del av den, exempelvis konkurrenter.

En annan utmaning är att mejl ofta saknar ton. Texten kan bli så neutral att man läser in sina egna förväntningar. Den blir en spegel som reflekterar föreställningen om relationen till avsändaren. Därför kan en neutral fråga uppfattas olika:

Kan du stanna hela mötet ut?

Den perfekta medarbetaren kan tänka: ”Jag som alltid fullföljer mina åtaganden, vilket påhopp!”

Småbarnsföräldern: ”Är det här kritik för att jag brukar hämta på dagis?”

Den nervösa medarbetaren: ”Varför skulle jag inte stanna? Är det något som händer efter mötet som jag missat? Nog bäst jag kollar igenom mina mejl igen.”

Låt rubriken berätta så mycket som möjligt

Rubriken är den viktigaste delen i ditt budskap eftersom det är den som syns i mottagarens inkorg. Det är med rubriken du konkurrerar om mottagarens uppmärksamhet. Undvik tilläggsmarkeringar som ”hög viktighet” eller ”!”. De säger bara att ärendet är viktigt för avsändaren. Låt istället rubriken tala.

Det bästa är att presentera poängen redan i rubriken, om det är möjligt. Det gör att poängen kommer på två ställen i mejlet: dels i rubriken, dels i början av innehållet. Visst kan det bli trångt i rubriken, men den ska vara informativ och åtminstone ge en ledtråd till poängen. Undvik icke-rubriker som ”En sak till”, ”Diverse” eller ”Information” – de borde rentav förbjudas. Om du ger mottagaren en deadline kan det vara bra att den också kommer tidigt, gärna i rubriken, och/eller i början av mejlet.

Har du svårt att hitta en lämplig rubrik kan det vara ett tecken på att mejlet inte är tillräckligt koncist. Tumregeln är *ett ärende – ett mejl*. Skriv inte om Luciafesten och årsredovisningen i samma mejl. Dels är det förvirrande, dels försvårar det arkiveringen för mottagaren, dels kan mottagaren känna sig manad att svara på alla frågor samtidigt vilket onödigt kan hindra arbetsflödet i ena ärendet.

Ett bra upplägg för rubriker

Eftersom rubriken är viktigast bör den användas effektivt. Inled gärna rubriken med projektnamnet, så tydliggör du sammanhanget och poängen blir lättare att presentera. I slutet av rubriken kan du presentera metadata som vilken typ av mejl det är (leverans, förfrågan, bekräftelse, sammanfattning, för kännedom, etc.). Det minskar mottagarens osäkerhet om vad som förväntas. Som nämnts tidigare kan man även ta med en eventuell deadline om det får plats.

Schematiskt exempel:

```
Ämne: [Projekt]: [Poängen] ([metadata])
```

Illustration:

```
Ämne: Personalfesten: ta med din kanin (svar senast torsdag kl 15)
```

Inled gärna med en kortfattad vänlighet

Tänk på att försöka minska risken för ”tonlösa” (alltför neutrala) meddelanden som mottagaren kan misstolka. Inled gärna med att sätta en positiv ton, som en första och eventuell andra mening. Om man i ett jobbmejl vill säga mer av social eller privat karaktär bör det placeras sist eftersom den jobbrelaterade huvudpoängen annars kan bli otydlig.

Längre schematiskt exempel:

```
Ämne:[Projekt]: [Poängen] ([metadata])  
[Hälsningsfras]  
[Positiv/social inledning. Max två meningar.]  
[Poängen, koncist formulerad i en, max två meningar och  
gärna markerad i exempelvis fetstil.]  
[Bakgrund och stödjande information som gör poängen begriplig.]  
[Plats för mera eventuella sociala och privata diskussioner.]  
[Avslutningsfras]
```

Illustration:

```
Ämne: Personalfesten: ta med din kanin (svar senast torsdag kl 15)  
Hej Peter!
```

Tack för att du erbjudit dig att hjälpa till i arbetet med personalfesten på fredag.

FRÅGA: Det vore jättefint om du kan ta med din vita kanin till personalfesten. OK?

Bakgrund: Vi i festkommittén har lyckats få dit en trollkarl men hans rekvisita har tyvärr fastnat i tullen.

Det ska bli kul att se om du vinner Irländsk julafton även i år. Och som svar på din tidigare fråga: Ja vi i festkommittén kommer också att delta.

Hälsningar
/Festkommittén

Använd framtunga meningar – det viktigaste först

Som vi konstaterat ska mejl vara framtunga, och det gäller även meningsbyggnaden. I en framtung mening sägs det viktigaste först, vilket underlättar för läsaren. Motsatsen är baktunga meningar där det viktigaste ”göms” sist.

Här är ett par exempel på baktunga meningar:

”Jag vill inte se en teknisk utveckling av vindkraft och annan grön teknik som leds av Kina.” (Barack Obama)

”För två månader sedan dömde Svenskt Näringsliv, branschföreträdare, en mängd borgerliga och liberala debattörer och politiker ut SNS-rapporten *Konkurrensens konsekvenser*.” (Ekonomistas.se)

Som bekant ingår kommunikation alltid i ett socialt sammanhang och naturligtvis kan en baktung mening skapa en retorisk effekt – vilket antagligen var det som eftersträvades i det första exemplet. Citatet är från ett tal till det amerikanska folket där Obama placerade en konstpaus före ”... som leds av Kina”. Presidenten, som är känd för att vara ganska positiv till grön teknik, överraskade med att inleda ”Jag vill inte se en teknisk utveckling av vindkraft och annan grön teknik ...”.

Det andra exemplet är troligen ett misstag. En bättre formulering kan vara: ”SNS-rapporten *Konkurrensens konsekvenser* blev för två månader sedan utdömd av Svenskt Näringsliv, branschföreträdare, en mängd borgerliga och liberala debattörer och politiker.”

Ämne: Att utforma mejl (sammanfattning)

Hej läsare!

Det är med stor glädje jag konstaterar att du kommit till denna sammanfattning.

Här är råd om hur mejl bör skrivas:

- Poängen ska komma tidigt i mejlet
- Sätt stödjande information efter poängen, gärna med tydliga inledningar som "Bakgrund: ..."
- Använd rubriken och presentera om möjligt poängen även där
- Använd gärna punktlistor eftersom det gör mejlet lättläst

Hälsningar

/Författaren

4. ATT ANVÄNDA MEJLEN PÅ RÄTT SÄTT

Nu har vi gått igenom hur man kan formulera och arkivera mejl. Det här avsnittet ger mer övergripande råd om bättre mejlanvändning på jobbet. Det är lätt att man tar efter sina kolleger och gör likadant, utan att reflektera. Slentrianmässigt besvarar man ofta mejl med mejl, även i lägen där andra kanaler är bättre. Dessutom blir ofta det första mejlet norm för resten av mejlutbytet – om det första mejlet har en trist ton, är slarvigt eller omständligt, är risken stor att resten av mejlkonversationen fortsätter på samma sätt.

- Ett mejl som är långt, vill man gärna svara långt. Men det måste man inte.
- Ett mejl med otydlig eller inaktuell rubrik, besvarar man ofta utan att ändra rubriken. Ibland kan det vara motiverat att behålla rubriken, men generellt bör rubriken berätta eller i alla fall ge en ledtråd till budskapet. Så tänk på att du kan ändra rubriken.
- Ett mejl med kopia till NN, vill man gärna svara med kopia till NN. Men tänk efter om det verkligen behövs.
- Ett mejl som innehåller många olika ärenden, vill man gärna besvara i alla ärenden samtidigt, i samma mejl. Men det är ofta bättre att dela upp ärendena (vilket avsändaren borde gjort från början).
- Ett mejl med viss ton, vill man gärna svara med samma ton. Ofta är det lämpligt, men om tonen signalerar ilska är det bättre att ringa.

Att välja mottagare

Ett mejl ska vara tydligt riktat och ha ett specifikt syfte. Börja med att ifrågasätta om du över huvud taget behöver skicka informationen – i allmänhet skickar vi alldeles för många mejl! Ska du mejla, skicka bara till dem som verkligen behöver informationen.

Kopior ger transparens, men använd dem med måtta och förnuft. Exempelvis kan det vara lämpligt att skicka en kopia till mellanchefer i en korrespondens mellan en anställd och en högre chef.

Om man förmodar att mottagaren inte känner den som får kopia är det bra att presentera denne för mottagaren. I en affärskontakt med en kund kan man skicka en kopia till ekonomiavdelningen och formulera presentationen så här: ”PS: Jag skickar kopia till Gudrun på ekonomiavdelningen”.

Förväxla inte *Till* och *Kopia*

Många slarvar med att skilja mellan ”Till” och ”Kopia”. Som regel ska Till-raden användas då mottagaren är den som mejlet är riktat till. En sådan mottagare förväntas läsa mejlet och eventuellt agera på det. Kopian syftar till att synliggöra kommunikationen för någon annan. Tiltala därför inte en ”kopierad” mottagare i mejlet – det blir förvirrande för alla mottagare.

Tänk på att valet är en kommunikativ handling som visar din syn på ärendet. Tveka därför inte att ändra när du besvarar ett mejl. En tidigare Kopia-mottagare kan bättre passa som Till-mottagare, eller tvärtom. Svara inte slentrianmässigt i samma form och med samma mottagarstruktur som du fick mejlet.

Använd bara *Blindkopia* vid massutskick

Undvik att skicka ”Blindkopia” (kopia till en mottagare som döljs för övriga mottagare) i en korrespondens som i övrigt är öppen. Om det uppdagas kan du framstå som opålitlig. Man kan aldrig vara säker på när och var ett mejl dyker upp som avslöjar vem som fått vad. Mejl är som sagt både hala och klibbiga.

Om du trots allt vill visa en tredje part din korrespondens, men dölja den för mottagaren, är det bättre att gå in i mappen för skickade mejl och att vidare skicka en kopia på det aktuella mejlet, till den du vill ska se korrespondensen. Då kan du dessutom kommentera ärendet som ju verkar vara känsligt.

De enda tillfällen då du bör använda Blindkopia är vid större utskick då det inte finns anledning att visa mottagarnas adresser för varandra. Alla mottagare läggs då som Blindkopia-mottagare.

Begränsa för-kännedom-mejlen

Begränsa antalet vidare skickade mejl för kännedom (For Your Information, FYI), särskilt sådana som skickas till många, och särskilt mejl som är otydliga med vad de ska användas till, och när. För-kännedom-mejl ska, precis som alla andra mejl, riktas till en specifik målgrupp för ett specifikt syfte.

Om mejlet är långt bör du vara tydlig med vad du vill uppmärksamma, antingen genom att markera denna del och/eller med en tilläggskommentar. Utan ledtråd kan det vara svårt att gissa vilken del som är viktigast och hur den ska uppfattas. Låt mottagaren slippa gissa vad du har gissat är intressant för den.

Tänk på mottagaren

Visa respekt och medkänsla för mottagarens tids- och arbetssituation. Undvik självcentrerade uttryck som ”jag behöver”, ”jag vill ha” och ”så fort som möjligt”. Ett mejl med fel ton har svårt att få gehör hos mottagaren.

Ämne: BRÅTTOM!!!

Hej alla!

Jag ska på ett VIKTIGT möte och behöver era synpunkter på de bifogade dokumenten! SNARAST!

/Urban

Städa upp i vidare skickade mejl. Om en lång mejlhistorik behövs för att framställa ditt ärende bör du inte bara hänvisa till den. Komplettera istället med en sammanfattande poäng eller helst en resumé av historiken. Om historiken inte behövs – ta bort den.

När man blir alltför ivrig att få undan mejl i inkorgen händer det att man glömmer att tänka på mottagaren när man svarar. Svartsmejlet riskerar att bli ett ”mej-mejl”. Det blir otydligt vad man vill säga och vad som förväntas av mottagaren. Det främsta syftet är att flytta tillbaka ärendet till mottagarens ”bord”, men eftersom det inte sägs rakt ut blir mejlet utan poäng och ger ingen tydlig signal om någon förväntad aktion från mottagarens sida.

Att hantera bilagor till mejl

Tunga bilagor: Använd länkar i möjligaste mån. Försök lägga dokumentet på en gemensam yta, exempelvis en server eller ett webbutrymme, eller använd en (gratis) webbaserad överföringstjänst.

Lätta bilagor: Alltför ofta skickas små bilagor med innehåll som lika gärna kan ingå i mejlet. Det stoppar upp arbetsflödet hos mottagaren. Vill man trots allt skicka bilagan kan man underlätta för mottagaren genom att kopiera den intressanta delen och klistra in den i mejlet, som ett komplement till bilagan och som en service till mottagaren.

Arbetsdokument: Att mejla arbetsdokument fram och tillbaka mellan kolleger kan ge versionsproblem. Ibland är det bättre att lägga dokumentet på en gemensam plats och att döpa de olika versionerna löpande efter nummer eller datum. En annan lösning kan vara att arbeta gemensamt i ett dokument via en sådan webbaserad tjänst (exempelvis Google Docs).

Ibland bör du låta bli att mejla

Det finns tillfällen då man bör undvika mejl eller åtminstone inte använda mejl som den enda kanalen. Här följer några exempel.

Vid känsliga ämnen eller tråkiga besked. Det är då viktigt att uttrycka sig exakt och med de nyanser som behövs för att kunna justera informationen efter hur mottagaren reagerar. Exempelvis bör man inte ge ”konstruktiv kritik” eftersom det lätt kan missförstås.

Vid förhandling. Eftersom en förhandling både är ett nollsummespel och ett spel där alla parter kan vinna (oftast är förhandlingen någonstans i mitten) kan den liknas vid ett känsligt ämne där det gäller att tillsammans



finna vad som är optimalt för parterna. Därför är det viktigt med nyanser och bra återkoppling i kommunikationen.

Vid idégenerering och diskussion av många alternativ. Det är ganska vanligt att en så enkel sak som att bestämma ett mötesdatum kan växa till en gigantisk mejlkonversation om det är flera inblandade. Använd gärna specialanpassade tjänster för detta – och undvik mejl. Det riskerar att bli en pingpong-konversation, med små korta kommentarer fram och tillbaka, som slukar arbetstid. Dessutom har ordningen på inläggen alltför stor betydelse. Om mejl trots allt är enda möjliga kanalen kan en lösning vara att den person som har störst mandat tar fram ett tydligt förslag och försöker förankra det hos de andra.

I de här fallen är det bättre med muntlig kommunikation än mejl. Vill du ändå ha dokumentation av vad som sagts kan du i efterhand mejla en sammanfattning. Referera gärna till konversationen så att mejlet sätts i rätt sammanhang, exempel:

Tack för telefonsamtalet. Här kommer enligt överenskommet en sammanfattning på hur jag uppfattade vårt samtal. Vänligen säg till om jag missförstått något.

Eller kort och formellt:

Med referens till telefonsamtal idag.

Jobbmejl tillhör jobbet

Din arbetsgivare äger ditt mejlkonto och därmed dina mejl. Privata mejl bör skötas med ett privat mejlkonto. Men ibland kan det vara svårt att förena teori och praktik.

I vilken mån du kan använda din arbetsgivares mejlkonto för privata mejl framgår förhoppningsvis i organisationens mejlpolicy, om ni har en sådan. Annars är tumregeln att jobbmejl ska användas för jobb och privatmejl för privat kommunikation.

I många fall är den privata användningen av jobbmejl ganska oförarglig. Det är vanligt att föräldrar lämnar sin adress som kontaktuppgift till



skolan. Men det betyder att skolrelaterade ärenden skickas till jobbet och antagligen blir hanterade på arbetstid. Den tveksamma privat användningen kan bli mer uppenbar. Är det okej att använda den i en privat annons? Är det okej att använda den då man söker jobb hos en annan arbetsgivare? Även om det kan vara svårt att dra en skarp gräns mellan vad som är okej och inte, finns det helt klart en sådan gräns.

Enhetliga mejlsignaturer är ett måste

Alla medarbetare bör ha en mejlsignatur som automatiskt placeras nederst i mejlet. För dig kan det tyckas självklart vilken titel du har, vilket telefonnummer, adress, etc. Men för utomstående, särskilt personer som har liten kontakt med dig, kan det vara värdefullt och ett effektivt sätt att nå dig. Ditt mejl kan ju skickas vidare. Naturligtvis bör medarbetarnas signaturer vara enhetlig utformade, vilket är lika självklart som enhetliga visitkort. Undvik bilder eftersom de gör mejlet tungt.

Längre tids frånvaro

Om du är borta en längre period, exempelvis på semester, är det bra att använda frånvaroassistenten. Här kan du meddela när du kommer tillbaka

och vilka kolleger (med kontaktinformation) som är kontaktpersoner för dina arbetsuppgifter. Innan du går på ledighet, stäm av med kontaktpersonerna. Det underlättar deras arbete och dina möjligheter att bättre koppla av under ledigheten.

Jag har semester och är tillbaka vecka 34. Vid brådskande ärenden ring mig på mobilen, tel. 070-999 99 99, eller kontakta följande alternativa kontaktpersoner i respektive projekt:

Projekt A: Adam Adamsson, adam@mejl.se, tel. 070-111 11 11

Projekt B: Bertil Bertilsson, bertil@mejl.se,
tel. 070-222 22 22

Projekt C: Cesar Cesarsson, cesar@mejl.se,
tel. 070-333 33 33

Avsätt tid i planeringen för att gå igenom mejl när du kommer tillbaka. Bli inte överraskad om du fått många. Ta hjälp av inkorgens möjlighet att ordna dem efter datum, avsändare och rubrik. Det underlättar när du går igenom dem och gör det lättare att hantera dem i större block. Försök att undvika jobbmejl under tiden du har semester (vilket är ännu ett skäl att ha sin privata mejl på ett annat mejlkonto).

Fördelarna med en mejlpolicy

Vissa organisationer, men långtifrån alla, har en mejlpolicy. Fördelar med en sådan är att mejlrelaterade frågor uppmärksammas i organisationen, att kunskapen ökar och att medarbetarna får riktlinjer att förhålla sig till. Riktlinjer stärker medarbetarens förhållningssätt, så att man exempelvis inte mejlar på helger. För den som vill utveckla en policy finns gott om inspiration på Internet.

Men tänk på att mejlpolicyn (som de flesta policyer) riskerar att bli ett dokument för arkivet, dvs. en formalitet som låter bra men som inte används. I en mindre organisation kan det vara lika effektivt med en muntlig genomgång och avstämning om hur man vill jobba med mejlen. En sådan diskussion kan resultera i några grundläggande förhållningsregler som kan

fungera som en enkel policy. Hellre något enkelt som medarbetarna följer än något komplext som inte blir använt.

För att påminna om policyn kan man under en introduktionsperiod inkludera en sammanfattning längst ner i alla skickade mejl.

Jag följer organisationens mejlpolicy vilket bland annat innebär att:

- jag försöker hålla mina mejl korta, sakliga och framtunga
- du inte ska förvänta dig att jag läser mejl på kvällar och helger
- du bör inte använda mejl om du vill ha snabba svar

Skapa ett slask-mejlkonto

Om du ofta registrerar dig på sajter som kräver en mejladress kan det vara klokt att ha en extra adress för detta ändamål, utöver jobb- och privatmejl. Med en sådan adress (Hotmail, Gmail, etc.) slipper du ”slask” i dina ordinarie inkorgar. I den mån det kan komma något viktigt mejl brukar man veta när det kommer och kan därför lätt skilja det från övriga mejl i ”slasken”.

Få färre mejl

Med olika grepp kan antalet inkomna mejl minskas:

- Skicka färre, få färre. Ofta skickar vi onödiga mejl, ibland är andra kanaler bättre. Varje skickat mejl tenderar att generera nya mejl.
- Skicka mer genomarbetade mejl, med högre kvalitet.
- Undvik spam – om du får mycket skräppost bör du tala med din IT-avdelning.
- Håll mejlhygien – avbeställ nyhetsbrev som du prenumererar på men slutat läsa.
- Bidra till en bättre och sundare mejlkultur på jobbet.

5. ATT SKAPA SUNDA MEJLVANOR

Möjligheten att ha en bra relation till jobbmejl beror på kollegerna. Viktigast är chefen, eftersom chefens beteende ofta blir en norm för hur medarbetarna gör. En arbetsplats kan ha en mer eller mindre ”giftig” mejl-kultur. Med det menas slarvigt skickade mejl, alltför många mejl, och mejl som kännetecknas av att *allt är bråttom*. Då räcker det inte att ditt eget beteende är bra eftersom du måste anpassa dig till kollegernas nivå. Om chefen mejlar på kvällar, helger och kanske semestrar, skapas en acceptans och till och med förväntan om att andra också ska göra så. På samma sätt kan en kultur av ”bråttom-mejl” spridas.

En vanlig invändning mot att sällan gå in i inkorgen brukar vara att man riskerar att missa sådana bråttom-mejl. Visst finns den risken, men i så fall är det dessa bråttom-mejl som är problemet och ett tecken på att avsändaren inte förstått hur mejl bör användas. I en sådan mejlkultur manas kolleger att ständigt lägga ifrån sig uppgifter för att svara. Det blir ingen ro för att kunna koncentrera sig på krävande uppgifter, i alla fall inte på kontorstid. Självklart uppstår mycket spill när medarbetarna hela tiden tvingas avbryta och börja om med tunga arbetsuppgifter.

Ta kontroll över mejlen

För att bli bättre på att använda mejl som verktyg bör vi se det, reflektera och diskutera det. Det påverkar styrkeförhållandet mellan användare och arbetsverktyg. I värsta fall kan inkorgen ge känslan av att den äger användaren. Det resulterar i att människor låter inkorgen avgöra vad som ska göras. Man blåddrar



bland mejlen för att hitta det mest akuta. Men det är viktigt att ta kontroll över sin inkorg och bli herre över den. Inkorgen ska vara vår tjänare, inte tvärtom.

Diskutera erfarenheter och synpunkter mellan medarbetarna

Alla kan bidra till en bättre kultur. Kanske kan arbetsplatsen ta upp mejlanvändning på agendan? En bra början är att dela erfarenheter och synpunkter: Hur arkiverar medarbetarna sina mejl? Hur förvarar man sina pågående mejl? Hur många mejl får man per dag? Vad tycker de är svårt? Med hjälp av diskussionen kan man också avstämma medarbetarnas förväntningar och ge dem mer trygghet i att våga avstå mejl när de är lediga. Eftersom mycket tid ägnas åt mejl kan det vara en motiverad diskussion. Vi har nog alla områden inom ämnet som vi kan bli bättre på. En liten förbättring kan i längden ge stora vinster.

Om man vill underlätta diskussionen mellan medarbetarna är en möjlighet att ta in någon utomstående som leder den. Man kanske bör undvika att ge direkt återkoppling till sina kolleger: ”Ursäkta Gudrun, men ibland skickar du mejl som är alltför generiska och som bättre hör hemma på intranätet. Exempelvis det här mejlet om traktamentet till Mexiko som höjts med 15 kr. Troligen kommer jag inte att minnas ditt mejl nästa gång jag åker dit, om jag ens åker dit. Dessutom vidarebefordrar du mejl till hela avdelningen som du själv inte tycks ha läst. Informationen är inte relevant.”

Mer ljus på ämnet framöver

Jag hoppas att den här guiden kan bidra till att kasta ljus på ett av arbetsmarknadens främsta kommunikationssätt. Oftast sker användningen i det tysta, ironiskt nog. Kanske kan skriften bidra till en process som öppnar för diskussion och ökar den totala medvetenheten om denna mediekanal som är så allmänt använd och samtidigt så ignorerad. Än verkar det vara långt kvar till att mejlkommunikation blir ett universitetsämne (fast det finns ämnen som retorik, talekonst). Människor kan ägna flera års högskolestudier för att utbilda sig till ett yrke, men när de börjar arbeta och ägna en stor del av sin tid åt mejl, har de sällan fått någon som helst utbildning eller stöd i hur man ska hantera den effektivt. Kanske är det dags för en förändring?

6. FÖRSLAG PÅ FÖRDJUPNING

Det finns många informationskällor som behandlar förhållningssätt till mejl, och även om en stor del av dem är användarstudier har jag fokuserat på idéer som kan hjälpa människor i deras jobb. De engelskspråkiga källorna är betydligt fler än de svenska. Flera av dem anser sig ha ”den rätta metoden”, dvs. ett givet mål med tydliga steg för att nå dit. Den inställningen tror jag är mer anpassad till en amerikansk publik, medan jag tror att en svensk läsare vill ha större frihet. För den som vill fördjupa sig lite mer i ”mejlitteraturen” presenteras här ett urval källor.

Bok: *Taming The Email Beast*, Dean Randall (2009)

Författaren menar att många ägnar ”2–4 timmar/dag åt mejl” och att vi därför bör få ordning på den. Vi bör tämja mejl-monstret. Boken presenterar 45 nyckelstrategier som inkluderar hur mejl kan arkiveras i mappstruktur och hur pågående mejl lämpligen ligger kvar i inkorgen.

Bok: *The Hamster Revolution: How to Manage Your Email Before It Manages You*, Mike Song, Vicki Halsey och Tim Burrell (2007)

Vi får följa den lilla hamstern Harold som lämnat sitt springhjul och guidas mot att återta kontrollen över sin inkorg och sitt liv. Boken är lite amerikanskt pragtig men författaren menar att om man gör på rätt sätt kan man effektivisera sin mejlanvändning med 20–30 procent och spara totalt 15 arbetsdagar per år.

Bok: *SEND: Why People Email So Badly and How to Do It Better*, David Shipley och Will Schwalbe (2010)

Författarna presenterar tips på hur man utformar text i mejl. De ger dels generella råd, dels råd för specifika syften. Ibland blir råden lite väl konkreta, exempelvis förslag på hälsnings- och avslutningsfraser.

Bok: *Inbox Detox*, Marsha Egan (2008)

Med sina 12 steg presenterar författaren en metod för hur man med nya vanor och rätt inställning kan ”avgifta” sin inkorg. En enkel och rättfram

bok. Författaren menar att inkorgen ska tömmas varje gång man går in i den och för att klara det inför man ett antal mappar.

Bok: *Bit Literacy: Productivity in the Age of Information and E-mail Overload*, Mark Hurst (2007)

Behandlar begreppet bit-litterat, dvs. kunskap om hur man arbetar med digitala medier, och ger vägledning i hur man undgår att drunkna i de enorma informationsmängder som produceras med dem. Författaren ger sin syn på hur man sparar, döper, producerar och arkiverar digitalt material.

Internetkälla: <http://inboxzero.com/video/>

Marlin Mann föreläser om hur en inkorg bör skötas, och hans huvudpoäng är att inkorgen ska tömmas varje gång man går in i den.

Artikel: *The Cost of Not Paying Attention*, Jonathan B. Spira och Joshua B. Feintuch (2005)

Kort intressant artikel om kunskapsarbetarens villkor. Författarna menar att nya medier ökar distraktionen på arbetsplatsen. Om man lägger samman förspild tid på oviktiga avbrott samt återställningstiden (för både oviktiga och viktiga avbrott) ger det förluster på totalt 2,1 timmar per dag.

För den som är intresserad av akademisk litteratur i ämnet finns dessa verk av svenska forskare:

Bok: *Electronic mail*, Jacob Palme (1995)

Avhandling: *Electronic mail in a working context*, Olle Bälter (1998)

Avhandling: *Electronic mail and its possible negative aspects in organizational contexts*, Eva Sjöqvist (2008)

HUR MEJLAR DU EGENTLIGEN?

Den här guiden ger tips och råd om hur du och din organisation kan spara tid, jobba effektivare och må bättre genom en bättre användning av ett av dagens viktigaste arbetsverktyg – mejlen. Läs, fundera och lär dig mer om att skriva, utforma och arkivera mejl så att det blir det smarta och nyttiga verktyg det kan (och ska) vara, för både människor och arbetsplatser.

Att mejla är den enklaste sak i världen – även småbarn kan mejla. Men just för att det är så enkelt, har vi sällan fått lära oss hur man använder mejl effektivt. På många arbetsplatser är mejl därför inte bara en smidig kommunikationskanal, utan också en källa till tidsförluster, stress, missförstånd och även bristande informationssäkerhet.

Guide till sunda mejlvanor är en introduktion med tips och råd även för dem som använt mejl i tio-femton år. De flesta vana mejlanvändare formade sina rutiner när mejltrafiken var lugnare. Idag är situationen helt annorlunda. Många ska hantera tusentals mejl. För att skapa en harmonisk mejlkultur kan det därför vara bra att uppdatera gamla mejlkunskaper och kanske få lite nya.



Mats B Andersson är doktor i medieteknik.

Avhandlingen handlar om hur Internet kan fungera som ett ständigt närvarande kunskapsstöd. Den lades fram vid Kungliga Tekniska högskolan år 2005. Sedan dess har Mats B Andersson arbetat med kommunikationsfrågor utanför akademien, dels inom ett stort börsnoterat företag, dels som senior rådgivare i kommunikation i en organisation inom det officiella samarbetsorganet för de nordiska regeringarna.

www.bettermail.se