

## 3 timers workshop: Vejen til god mailkultur i 10 trin

### Hvorfor er det interessant at kigge på mailkulturen?

Der er meget på spil, når vi mailer professionelt:

**Værdifuld arbejdstid** – undersøgelser viser, at en kontoransat medarbejder bruger omkring ½ time hver dag på overflødige mails. Det koster – både tid og penge. Ved 20 minutters spildtid hver dag koster det arbejdspladsen 2.000 kr. pr. medarbejder om måneden – eller 20.000 kr. hver måned ved bare 10 ansatte (med en timeløn på 300 kr.) + nedgang i effektivitet og produktivitet. Meget spildtid kan udgås ved at oparbejde en mailkultur, hvor mails kun sendes til de relevante.

**Arbejds miljøet** – ikke-gennemarbejdede mails fører let til misforståelser og konflikter. Det er svært at kommunikere på skrift, især mellem forskellige fag- og funktionsgrupper. Og hvis mailkulturen oven i købet lægger op til at sende og besvare mails i ferier og fritid, bliver mailen en stor potentiel stressfaktor. Omkring 1/3 af tilfældene på stressklinikker skyldes, at vi er "på" hele tiden. Der er meget at hente på stresskontoen ved dels at få talt brugen af mails igennem, dels at få større forståelse for mailen som kommunikationsform.

**Arbejdsindsatsen** – det tager omkring ½ minut bare at forholde sig til, om en mail er relevant eller ej. Og 20-30 minutter ved hver afbrydelse at finde tilbage til samme, dybe koncentrationsniveau. Derfor betyder mange mails også let mange fejl – og ikke kun i forbindelse med mailkommunikationen. At oparbejde en mailkultur med færre mails vil medføre en arbejdskultur med færre fejl og større effektivitet.

**Omdømme/brand** – lever vores mails op til det, vi gerne vil være kendt for? Hver gang vi sender en mail ud af huset, følger omdømmet med. Ude af huset betyder ude af kontrol, for mails kan sendes videre. Og bliver det. Hvad vil det betyde for virksomheden, hvis en eller flere uheldige mails ender på forsiden af Ekstra Bladet eller som bevis i retten? Hvad nu, hvis følsomme oplysninger ender i forkerte hænder? Og kan jeres mails holde i arkivet? Det er en god idé at tale om, hvordan mails lever op til virksomhedens professionalisme i opsætning og indhold – og om mailen overhovedet er det rigtige valg i en given situation.

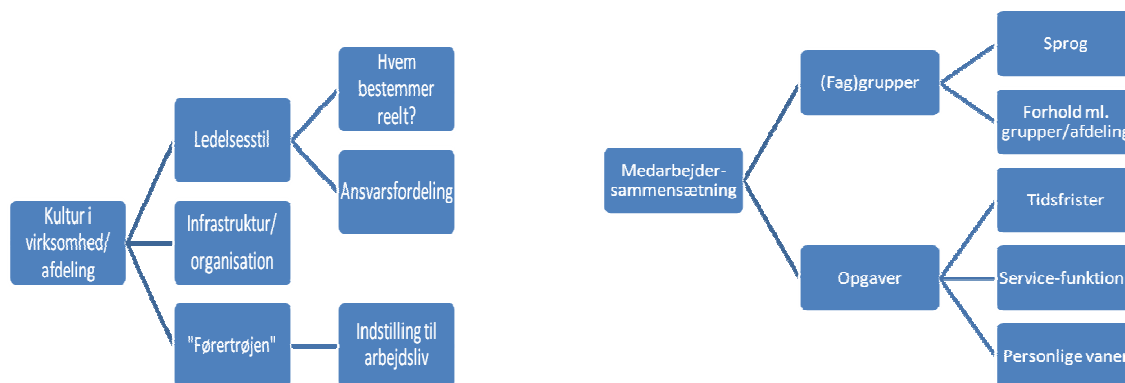
**Relationer** – bygger vores mails gode relationer til kolleger, kunder og samarbejdspartnere eller bryder de dem ned? Tonen i en mail opfattes meget forskelligt af forskellige personer, og ødelagte relationer er svære at genopbygge. Derfor betaler gode mailvaner og omtanke sig på den lange bane.

## Mailkulturen afspejler mange ting

I dag har mailen mange funktioner på en arbejdsplads, blandt andre:

- Opbygning af infrastruktur.
- Information – intern og ekstern.
- Vigtig del af arbejdsprocesser – og aftaler.
- Ledelsesværktøj.
- Relationsbygning til kolleger, kunder og samarbejdspartnere.

Derfor er mailkulturen i en virksomhed en sammensat ting og afspejler de samme elementer, som danner virksomhedskulturen – nogle af dem er vist her:



Oveni skal blandt andet lægges de værdier, I gerne vil være kendt for, eventuelle bindinger i samarbejdsaftaler ud af huset samt den herskende omgangstone og indstilling til arbejdstid/fritid.

Mailkulturen på en arbejdsplads er lig med summen af fælles (u)vaner, valg og rutiner plus personlige (u)vaner, valg og rutiner hos hver enkelt medarbejder. Nogle vaner, valg og rutiner er bevidste, andre ubevidste. Derfor er det nødvendigt at arbejde med mailkulturen i fællesskab. God mailkultur kræver fælles diskussioner, fælles beslutninger og fælles retningslinjer, som den enkelte medarbejder føler ejerskab for og har lyst til at føre ud i livet. Samtidig viser min erfaring, at arbejdet med mailkulturen er en god anledning til også at kigge på mange af de andre kultur-elementer - til gavn for samarbejde og arbejdsmiljø.

## Hvordan er workshoppen bygget op?

Workshoppen tager udgangspunkt i Lise Evald Hansens 5K-model til mere effektiv mailkultur:

- ❖ Kortlægning af mailvaner – analyse og diskussion
- ❖ Konsekvens af vanerne – i teori og praksis
- ❖ Kommunikation – hvorfor og hvordan
- ❖ Konkrete, journalistiske værktøjer – hjælp til mere effektiv brug af mails
- ❖ Konsensus og implementering – sådan gør vi fremover.

Workshoppen er bygget op som en blanding af kommunikationsviden, journalistiske input, diskussioner, værktøjer og praktiske øvelser. På den måde afdækker vi sammen jeres brug af mails og når frem til en fælles afklaring af, hvordan netop I kan gøre mailkulturen bedre. Derudover får deltagerne en række gode huskereglere og værktøjer med hjem.

På workshoppen arbejder vi os igennem Mail-kommunikationens 10 trin™. Vægtningen mellem de enkelte trin afhænger af jeres ønsker og bliver aftalt med Lise Evald Hansen før workshoppen:

- 1. Mailens formål og særlige kendetegn**  
Sådan gør I jeres brug af mails mere optimal.
- 2. Modtagere og relevans**  
Sådan bringer I mængden af mails ned.
- 3. Emnelinjen**  
Sådan bruger I emnelinjen til at gøre mail-kommunikationen mere effektiv.
- 4. Start- og sluthilsen**  
Sådan arbejder I med signalværdien i hilsnerne.
- 5. Form**  
Sådan gør I jeres mails nemmere at læse.
- 6. Indhold**  
Sådan gør I jeres mails lettere at forstå.
- 7. Sprog**  
Sådan arbejder I med sprog og tone i jeres mails.
- 8. Redigering**  
Sådan bringer I risikoen for konflikter ned.
- 9. Korrektur**  
Sådan arbejder I med de signaler, jeres mails sender.
- 10. Signatur**  
Sådan sikrer I, at jeres mails ser professionelle ud.

## Priser og praktik

Pris for 3 timers workshop (max. 30 deltagere)	15.000 kr., eks. moms
10 % rabat ved samtidig bestilling af 2 danske workshops, ialt	28.800 kr., eks. moms
Tillæg for engelsk version	2.500 kr., eks. moms

Lokaler stilles til rådighed af kunden. Ved indgåelse af aftale fremsender Lise Evald Hansen en kontrakt.

# Om Lise Evald Hansen

- Forfatter til bogen "Vejen til god mailkultur"
- Cand. scient. i biologi og kommunikationsjournalist (DJ)
- Foredragsholder og inspirator
- God til at lytte, skære ind til benet og trække tråde på tværs



## CV:

- Indehaver af kommunikationsbureauet TEKSTPERTEN.
- Informationsmedarbejder, Karneval i Aalborg
- Faglig formidler og projektleder, Nordjyllands Amt

*"Lise er en gudsbenådet formidler"*

- Grafiskundervisning.dk, Editor in Chief Beate Stampe



## Hvad siger kunderne om workshoppen?

*"Gode input, gode snakke og gode værktøjer."*

- EUC Nordvest, direktør Hans Jeppesen

*"God investering på grund af godt udbytte i form af både praktiske værktøjer og uddybning af hvordan og hvorfor."*

- Forsikringssselskabet if, leder Thomas Grøndahl

*"Jeg var slet ikke klar over, at der var så meget i det med mails."*

- Danbolig Niels Hald, afdelingsleder

## Workshoppen kan med fordel suppleres med disse 3 produkter:

### 1. Forudgående analyse af jeres mailkultur

Få svaret på, hvor galt står det til, og hvor effekten af en indsats vil være størst. Som del af analysen får I Lise Evald Hansens bud på hvordan, I bedst arbejder videre. Efter en analyse kan workshoppen skræddersyes nøjagtigt til jeres udfordringer.

## 2. "Vejen til god mailkultur - bedre mailvaner på 10 uger"

Med udgangspunkt i Mail-kommunikationens 10 trin<sup>TM</sup> får hver medarbejder 10 ugers online-træning med øvelser direkte i mailboksen. I lærer kunsten at skrive en effektive mails – lige fra at finde de rigtige modtagere til at skrive kort, præcist og letlæst. Kurset er en god hjælp til at implementere vaner og værktøjer fra workshoppen.

## 3. Foredraget "Vejen til god mailkultur"

Med udgangspunkt i sin bog "Vejen til god mailkultur" ridser Lise Ewald Hansen problematikkerne omkring brug af mails op. Hvad skal I tænke over – og hvorfor? Samtidig får I svaret på hvad, den enkelte medarbejder kan gøre, og hvad, der er arbejdspladsens ansvar. 1 times foredrag, som klæder hele virksomheden på til at være bevidst om mailvaner og -uvaner.

### Vejledende priser (alle priser er eks. moms)

<b>1 times inspirationsforedrag</b> "Vejen til god mailkultur"	10.000 kr. + trsp.
<b>Online-kurset</b> "Vejen til god mailkultur – bedre mailvaner på 10 uger", 1 stk.	499 kr.
Samlet pris ved køb af op til 10 licenser	4.000 kr.
Samlet pris ved køb af op til 50 licenser	15.000 kr.
Samlet pris ved køb af 51-100 licenser	20.000 kr.
Samlet pris ved køb af 101-250 licenser	30.000 kr.
Samlet pris ved køb af mere end 251 licenser	40.000 kr.
<b>Analyse af mailvaner</b>	Bed om et tilbud
<b>Tillæg</b> for foredrag og workshops på engelsk	2.500 kr.