



## Vejen til god mailkultur

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.

## Hvordan kan kommunikationsrådgiver og – journalist Lise Evald Hansen hjælpe?

Mailkulturen på en arbejdsplads er lig med summen af fælles (u)vaner, valg og rutiner og personlige (u)vaner, valg og rutiner hos hver enkelt medarbejder. Nogle er bevidste, andre ubevidste.

Udgangspunktet for Lises arbejde med mailkulturen er **5K-modellen**:

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

## Produkter

### 1. 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. Workshoppen ”Vejen til god mailkultur i 10 trin”

3 timers workshop med udgangspunkt i Mail-kommunikationens 10 trin™. Den 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.

### 3. ”Vejen til god mailkultur - bedre mailvaner på 10 uger”

Med udgangspunkt i Mail-kommunikationens 10 trin™ får hver medarbejder 10 ugers online-træning med øvelser direkte i mailboksen. I lærer kunsten at skrive 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.

### 4. Foredraget ”Vejen til god mailkultur”

Med udgangspunkt i sin bog ”Vejen til god mailkultur” og i Mail-kommunikationens 10 trin™ ridser Lise Evald 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 -vaner.

## Sagt om mail-workshops og -foredrag

”Workshoppen om brug af mails var virkelig brugbar. Gode input, gode værktøjer og gode snakke. Nu er vi klædt på til at løfte mailkulturen på hele EUC Nordvest.

- Direktør Hans Chr. Jeppesen, **EUC Nordvest**

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

- Leder Thomas Grøndahl, **Forsikringsselskabet if**

”Jeg var slet ikke klar over, der var så meget i det med mails.

- Afdelingsleder, **Danbolig Niels Hald**

## Om Lise Evald Hansen

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



### CV:

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

”Lise er en gudsbenådet formidler”

- Grafiskundervisning.dk, Editor in Chief Beate Stampe

