

Regras para a utilização de email



MARTIM MARIANO
Formador e consultor

Todos nós temos relações complicadas com as nossas contas de email. Porquê? Porque não sabemos escrever emails!

Ou são demasiado vagos; demasiado longos; os assuntos ambíguos; a informação não é clara; o email não corresponde ao assunto... enfim.

Podia ficar horas a falar sobre isto, mas não quero maçar ninguém, sobretudo porque todos nós temos MUITA coisa para fazer e pouco tempo para estar a ler coisas sem interesse ou que não acrescentem nada às nossas vidas.

Assim, para cada problema devemos encontrar soluções. É isto que me proponho fazer com este artigo.

Posto isto, aqui ficam alguns conselhos para tentar alcançar um objectivo comum a todos nós: fazer com que os nossos emails sejam... **LIDOS!**

1. Tornar o assunto interessante

Os emails são todos iguais, sobretudo quando descansam tristes e amontoados na nossa caixa de entrada, acumulando-se em listas de emails não lidos que, como bem sabemos, em alguns casos, não chegarão sequer a conhecer a luz do dia.

Importância de um bom título

O título será sempre a parte mais lida de qualquer notícia ou de qualquer anúncio.

É a partir dele que as pessoas decidem se vão (ou não) ler o resto do conteúdo.

Por esta ordem de ideias, o título tem de ser interessante e despertar em quem o recebe uma indomável vontade de saber mais.

Vá, passado o natural exagero, o email tem mesmo de ser capaz de fazer com que tenhamos vontade de o ler na totalidade e, sem um título cativante, interessante e, sobretudo, que prometa alguma coisa à pessoa que o está a ler, dificilmente conseguiremos alcançar o objetivo a que nos propomos: que a pessoa leia o email até ao fim. E não, não é por escrevermos – URGENTE

– no subject que as pessoas vão ter mais vontade de ler o nosso email.

Há demasiada gente a cair neste erro, o que faz com que todos nós tenhamos, nos dias de hoje, um reflexo condicionado relativamente a um subject escrito desta forma.

Olhamos para o – URGENTE – como para o miúdo que passa a vida a dizer que vem lá o Lobo... no dia em que o desgraçado do Lobo lá aparece, ninguém acredita na palavra do miúdo que passou 2 anos a dizer que vinha lá o Lobo e o animal nunca aparecia... acho que é fácil de perceber onde quero chegar com a analogia.

DICA: olhar e perceber como funciona a lógica dos jornais e revistas

Espreitar o NYTimes ou o Wall Street Journal e perceber como estão feitos os títulos que convertem os leitores de títulos em leitores de notícias.

Este exercício simples, para além de ajudar a perceber melhor como funciona esta ciência, ainda nos permite outra coisa: ficarmos informados sobre o que se passa no país... e no mundo. (parafrazeando Rodrigo Guedes de Carvalho)

Importa não esquecer que, ao nível de altos quadros, por exemplo, a maioria das pessoas apaga 1/3 dos emails sem sequer os ler... com que base é que filtram estes emails? Pelo assunto... dá para perceber a importância de escolher bem e de pensar bem no mesmo?

2. Ir direito ao assunto ou "keep it short and sweet"

Não apenas para poupar o precioso tempo do leitor, mas para dizermos aquilo que queremos dizer. Ler emails longos num ecrã de computador, ou, pior ainda, num smartphone, é um exercício penoso.

Por isso, e porque deve ser essa a nossa missão, temos de procurar sempre ajudar as pessoas com quem queremos falar. Fazer com que tenham um dia mais calmo e não contribuir para o desgaste propositado das suas retinas. Como? Escrevendo melhores emails.

Um bom exercício passa por, numa fase inicial, apagar 50% daquilo que acabámos de escrever. É incrível o resultado prático que

esta técnica tão simples pode ter na forma como os seus emails são lidos por quem os recebe.

As pessoas querem respostas rápidas a questões simples. Emails curtos e breves, claro que sim, mas que sejam completos, direitos ao assunto, objectivos.

Esta é a única variável que controlamos quando enviamos um email, pelo que devemos ser capazes de a usar a nosso favor.

3. Contexto

O email pode ser curto, conciso... e ainda assim recebemos uma resposta a pedir que sejamos mais específicos. WROOOONG!!!

A omissão ou o esquecimento no que ao contexto diz respeito é responsável por trocas de emails exaustivas e que, regra geral, não levam a lado nenhum.

É imprescindível que sejamos claros relativamente ao propósito da mensagem que estamos a tentar passar. **O que é que queremos que o nosso leitor faça?**

Se queremos ou estamos à espera de receber uma resposta ao nosso email, é aconselhável que isso esteja expresso no email, ao invés de ser deixado ao acaso ou à vontade do nosso leitor... que pode ser nunca!

4. Tom de voz

Claro que os emails não têm cara nem voz. Mas o assunto pode começar por fazer essa mesma distinção.

"Ajuda-me. Como respondo a isto?" ou "Muito obrigado a todos" são boas formas de marcar logo o tom de voz que vamos usar na comunicação.

Por outro lado, a saudação inicial que usamos pode fazer a mesma coisa. É possível ser informal, amigável e profissional, tudo numa só frase.

"Olá, António", parece mais adequado e aceite nesta economia digital do que "Caro António", ou "Estimado Martim".

É importante não esquecer uma parte fundamental de um email: a assinatura final. Todos nós recebemos dezenas, centenas de emails que não acabam... não há uma assinatura, uma despedida. E isso também diz muito de quem o escreve.

Conclusão

Estas dicas têm uma única finalidade: fazer com que os seus emails sejam abertos e li-

dos. Nada mais do que isto. E isto, por si só, já é muito.

Se, como vimos, ao nível dos quadros superiores, mais de 30% dos emails são apagados sem serem sequer abertos, então estas dicas podem fazer com que os seus emails passem a fazer parte dos outros 70%, os que são lidos e, idealmente, respondidos. Assim, se o seu email tiver um "subject"

claro e interessante, se for direito ao assunto, ou, em bom inglês, for "straight to the point" e "short and sweet", se tiver contexto e o tom de voz for adequado e amigável, as chances de os seus emails começarem a ser tidos em consideração e a ser recebidos com satisfação, então já terá valido a pena mudar a estratégia e começar a pensar mais em quem recebe os seus

emails e na forma como estes são enviados. Lembre-se: não envie emails desnecessários, não coloque toda a empresa em cópia de emails que não são importantes para os destinatários e seja responsável por tudo aquilo que envia. Em caso de dúvida, não clique no botão ENVIAR. Bom trabalho. ■

Nota: Este artigo tem como base a leitura do livro "Writing That Works", de Kenneth Roman e Joel Raphaelson.

JORNAL FISCAL

A SOLUÇÃO PARA TER ACESSO À INFORMAÇÃO MUITAS VEZES DISPERSA E NEM SEMPRE ACESSÍVEL.

PARA SI QUE É:

- Profissional liberal
- Contabilista Certificado
- Advogado
- Solicitador
- Gestor

ANALISAMOS PARA SI:

- Legislação;
- Doutrina da Administração Fiscal;
- Decisões dos tribunais

Linguagem Simples, Clara e Rigorosa

Quinzenalmente, informações atualizadas sobre todas as áreas do direito fiscal e de outras áreas de atividade, como sociedades, arrendamento, trabalho e segurança social

Acesso rápido e eficaz à informação em papel ou através do site:

www.jornalfiscal.pt

A ASSINATURA INCLUI:

- 2 dossiers de argolas;
- 21 números por ano (publicação quinzenal);
- Separadores temáticos
- Índices temáticos e sistemáticos atualizados a cada edição;
- 2 guias temáticos;
- Alerta e Newsletter Fiscal
- Cada edição contém informação sob a forma de artigos elaborados por juristas cujas rubricas são as seguintes: IVA, IRC, IRS, OUT, BEF, DDG, CSC, TS, AFT



ASSINATURA 2020

PVP	Promoção - 40% desconto	Campanha especial -40% assinatura -10% Direito Tributário
PAPEL + ONLINE 324 €	194,40 €	239,04 €
ONLINE 294 €	176,40 €	221,04 €

Campanha válida para novos assinantes e não acumulável com outras campanhas/promoções
Preços com IVA incluído.

JORNAL FISCAL TEMPO É DINHEIRO!

Assine agora em condições especiais. Poupe 40% na assinatura do Jornal Fiscal e ainda 10% no livro *Direito Tributário 2020*.

A obra mais completa. Atualizada e comentada.

Apenas € 44,64 em vez de € 49,60

Campanha válida até 30 de março



Assine já em: ✉ assinaturas@vidaeconomica.pt

VidaEconómica R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO • 🌐 <http://livraria.vidaeconomica.pt> • 📞 223 399 400