

Título: Não seja um e-mala

Veículo: Revista Sescon

Página: Capa e 25

Seção: ***

Data: 1/2/2010 10:39:00

REVISTA DO

Ano XXII - Nº 250 - Fevereiro 2010

SESCON-SP

Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado de São Paulo - Filiado à Fenacon

FECHA-SE MAIS UM CICLO

Sescon-SP comemora
61 anos homenageado
por políticos e empresários,
e valoriza o empreendedorismo
com a honraria da **medalha**
Annibal de Freitas

CARREIRA

Como saber se
sua equipe o vê
como líder

SP EM AÇÃO

Sociedades uniprofissionais
sofrem com má
interpretação da lei

SESCON-SP

As mudanças e as pegadinhas
do novo Imposto de Renda
Pessoa Física

| www.sescon.org.br |

NÃO SEJA UM E-MALA

O mau uso do e-mail no ambiente de trabalho pode prejudicar e muito a imagem profissional, sobretudo de líderes. Veja exemplos de maus hábitos em seu uso

LUCIANA ROBLES

"Se você escreve um e-mail ruim, ele volta com dúvidas. Menos e-mails significa também mais tempo, e eficiência em seu uso pode otimizar o tempo de toda a equipe". Christian Barbosa, fundador da Triad PS



Que o e-mail agilizou em muito a comunicação, ninguém tem dúvida. Mas é evidente também que o e-mail se tornou um grande problema corporativo. Afinal, você já parou para observar quantas pessoas adotam hábitos nada produtivos com a troca de correios eletrônicos no ambiente de trabalho?

"O brasileiro gasta em média três horas por dia para lidar com os seus e-mails, o que pode ser um tempo mal aproveitado, caso as pessoas não saibam lidar com as mensagens de forma adequada", diz Christian Barbosa, fundador da Triad PS, empresa especializada em programas e consultoria na área de produtividade, colaboração e administração do tempo, e responsável pelo estudo.

O especialista, também autor dos livros 'A Triade do Tempo', 'Você, Dona do Seu Tempo' e 'Estou em Reunião', resalta que o problema pode inclusive prejudicar a imagem profissional, sobretudo dos líderes das organizações. "O líder tem que dar o exemplo, senão tem a sua credibilidade afetada. Colaboradores e pares podem entender que se ele tem tempo para gastar, não tem muito que fazer", diz.

Essas são as características mais marcantes do 'e-mala'. Barbosa lembra que os e-mails corporativos estão intrinsecamente ligados à produtividade. "Se você escreve um e-mail ruim, ele volta com dúvidas. Menos e-mails significa também mais tempo, e eficiência em seu uso pode otimizar o tempo de toda a equipe", finaliza o especialista. ■

OS E-MALA

Será que você é uma pessoa com maus hábitos no uso de e-mail e acaba gastando o seu tempo e dos demais à toa? Veja alguns exemplos dados por Barbosa que caracterizam um 'e-mala':

MISTER URGÊNCIA: Se todos os seus e-mails são para ontem, se tudo o que você manda é imediato e precisa ser feito na hora, se você liga depois de enviar um e-mail e pergunta se a pessoa viu seu e-mail urgente, existe algo errado com seu planejamento e rotina diária.

CAIXA DE ENTRADA LOTADA: Todo 'e-mala' possui mais de 100 e-mails na Caixa de Entrada. Em geral é a pessoa que vive comentando que não recebe os e-mails dos outros, que pede informações que chegam no e-mail mas ele não sabe, pois não leu ainda. É comum também demorar um tempão para achar uma mensagem no meio de tantos e-mails não lidos ou mal organizados.

COPIA TODOS: É sempre melhor que todos fiquem sabendo do assunto do que apenas um, certo? Nem sempre. Em geral também gosta muito de responder a todos, pois ele é o botão maior no outlook e sempre salta no seu clique.

ASSUNTOS BIZARROS: O conteúdo do seu e-mail fala sobre o resultado da última reunião da

diretoria, mas o assunto é algo do tipo: 'o gato subiu no telhado' ou qualquer coisa do gênero. Em um e-mail o assunto deve resumir em uma frase o conteúdo do mesmo e não ser uma frase criptografada que até um hacker teria dificuldades em decifrar.

CORRENTES: O 'e-mala' adora mandar correntes com frases bonitas, apresentações divertidas, vídeos engraçados, tem medo que caia sua orelha ou que Deus fique bravo com ele se a mensagem não chegar a 20 pessoas, pelo menos.

E-MAILS SEM AÇÃO: A maioria dos e-mails é composta de informações e ações que devem ser tomadas, mas o 'e-mala' só sabe passar a informação e deixa os próximos passos indefinidos ou ambíguos.

E-MAILS LONGOS: Cria mensagens muito extensas, sem objetividade e chatas de ler. O ideal é manter um e-mail com menos de quatro parágrafos (aproximadamente 1000 caracteres).