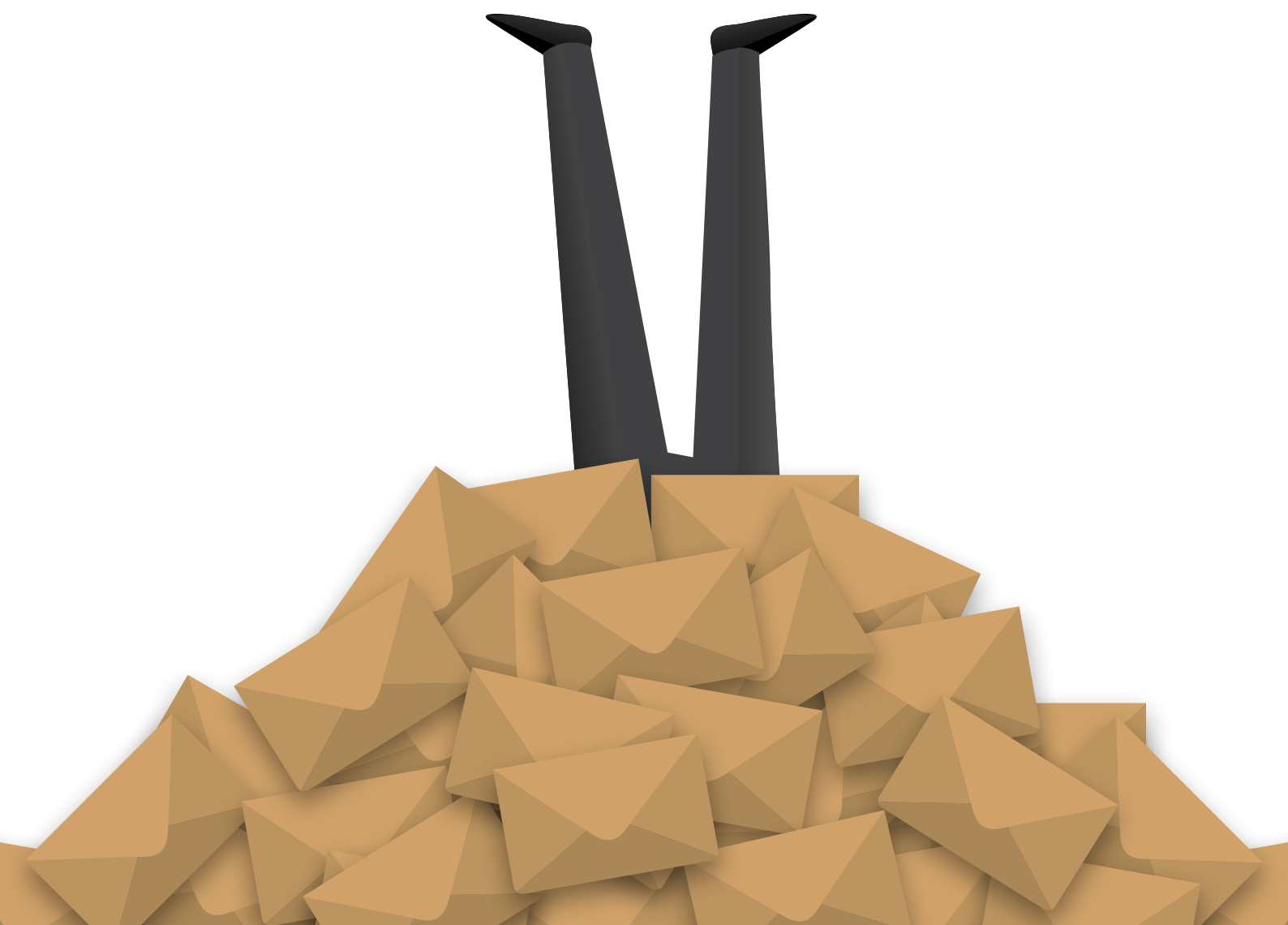


Sergio Guimarães



Afogado em e-mails!

Controle seus e-mails antes que eles controlem você



Contatos para palestras, cursos in company e consultoria para implantação de programas de redução e uso consciente de e-mails

sergio@academiadotempo.com.br

Skype: sergiotguimaraes

www.facebook.com.br/academiadotempo

www.academiadotempo.com.br

ONER

Projeto Gráfico e Diagramação

ONER | Design Desigual

+55 (11) 4562-8655

contato@o1ner.com

www.o1ner.com | IG: @o1ner

Revisão de texto

Cristiane Fayer

crisok77@hotmail.com

Copyright © 2013 by Sergio Guimarães



Todos os direitos desta edição reservados à Academia do Tempo

É proibida a duplicação ou reprodução deste volume, ou parte, sob qualquer meio, sem autorização expressa do autor.

Afogado em e-mails!

Índice

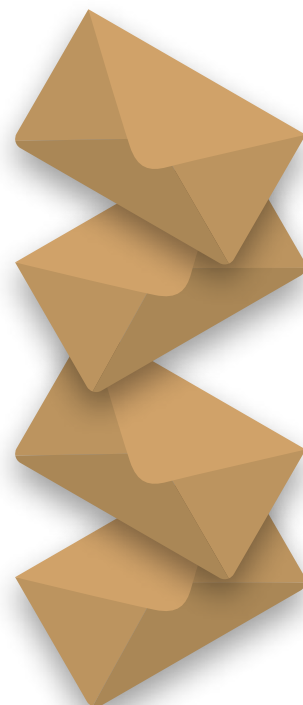
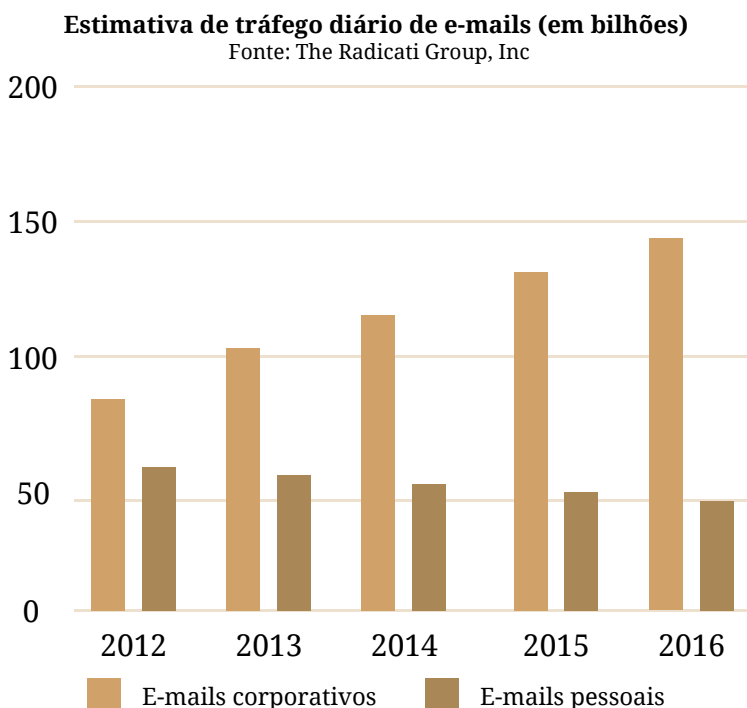
O e-mail vai acabar?	04
Introdução	05
Você é viciado em e-mails? Faça o teste	06
Quanto tempo você gasta com e-mails?	07
Quanto tempo sua equipe e sua empresa gastam com e-mails?	08
Enviando E-mails. Recomendações básicas	09
Dicas para redigir e-mails eficazes	14
Recebendo e-mails. Recomendações básicas	16
Esvaziando a caixa de entrada e organizando seus e-mails	18
Organizando pastas e e-mails	21
Monitoramento de e-mails	22
Reduzindo o volume de e-mails - Alguns cases de sucesso	25
Anexo I - Mensagem legal para e-mail	27
Anexo II - Política de uso do e-mail corporativo	28
Bibliografia	30
Sobre o autor	31

O e-mail vai acabar?

Jovens e crianças já não usam o e-mail. Preferem a intensidade e a exposição das postagens compartilhadas para centenas de pessoas nas redes sociais. Há até quem aposte que o e-mail está com seus dias contados. De fato o uso do e-mail entre pessoas físicas está caindo em desuso, entre 3% a 4% ao ano. Por outro lado, o e-mail corporativo ainda dá sinais de resistência e vitalidade. Segundo um levantamento do The Radicati Group, que monitora o uso de e-mails e outros formatos de mensagem, o volume de e-mails corporativos transacionados deve crescer, em média, 13% ao ano até 2016.

É aí que mora o perigo. Amado por alguns e odiado por muitos, o e-mail consegue somar oportunidades incríveis com ameaças ainda maiores. É prático, rápido, barato e imediato, quase instantâneo, porém, quando mal utilizado pode gerar um desperdício imenso de tempo e uma quebra brutal de produtividade.

Gostando ou não temos que admitir que (por enquanto!) uma empresa não consegue viver sem o e-mail. Sendo assim, o desafio é encontrar o caminho adequado para uma convivência pacífica e produtiva com esta ferramenta, antes que nossa jornada de trabalho se resuma apenas a ficar apagando milhares de e-mails inúteis e spams das caixas postais de PCs, tablets e smartphones.



Introdução

Meu objetivo, com este livro, é partilhar de forma objetiva, porém abrangente, os principais aspectos que, na minha opinião, contribuem para o bom uso do e-mail sobretudo no ambiente corporativo e no que diz respeito à eficácia e à produtividade.

Para preservar a imparcialidade e o foco deste trabalho, optei por não comparar o e-mail com outras ferramentas de comunicação digital, tais como, videoconferências, mensagens instantâneas e redes sociais.

Críticas, sugestões e contribuições serão sempre bem-vindas. Meus contatos estão na página 2.

Boa leitura!

Sergio Guimarães
Academia do Tempo

O e-mail pode ser uma boa opção

- Quando o assunto não for urgente e os envolvidos não estiverem disponíveis.
- Para tratar de assuntos simples como agendar uma reunião, enviar arquivos ou informações, atualizar um relatório ou plano de ação.
- Quando for indispensável formalizar a troca ou a solicitação de informações. Evite, porém, o vício da formalização.
- Nos processos que envolvem responsabilidades compartilhadas. Neste caso é importante não confundir responsabilidade compartilhada com a tentação de dividir responsabilidades indevidamente.
- Quando for necessário enviar arquivos ou links.

O e-mail não é a melhor opção

- Quando o assunto for pontual ou urgente e demandar uma resposta imediata. Nestes casos é melhor procurar os envolvidos diretamente, usar o telefone ou um aplicativo de mensagens instantâneas como Skype ou WhatsApp.
- Quando for preciso negociar, influenciar pessoas ou partilhar informações confidenciais.
- Quando o assunto demandar a participação intensa de várias pessoas. Neste caso, convém agendar uma reunião ou utilizar uma ferramenta de colaboração remota.
- Em discussões delicadas que possam gerar algum conflito, desconforto ou constrangimento para os envolvidos.



Você é viciado em e-mails? Faça o teste

Assinale com um X todas as afirmações que refletirem seu comportamento frequente

1. Mantenho meu gerenciador de e-mails (Outlook, Gmail, Notes ou similar) aberto o tempo todo.

2. Mantenho ativos os alertas sonoros do meu gerenciador de e-mails bem como do meu dispositivo móvel. Paro de fazer o que estou fazendo assim que recebo um novo e-mail.

3. Verifico se há novos e-mails na caixa de entrada de meu gerenciador de e-mails o tempo todo. Pelo menos três vezes a cada hora.

4. Verifico se há novos e-mails em meu dispositivo móvel em todo o lugar e o tempo todo, durante reuniões, no trânsito, em restaurantes e até mesmo no banheiro.

5. Muitas vezes, clico compulsivamente no botão Enviar/Receber do meu gerenciador de e-mails.

6. Tenho a sensação de que estou perdendo algo importante quando não consigo consultar meus e-mails.

7. Verifico meus e-mails assim que acordo e não durmo sem antes ter certeza que não há nenhum novo recado em minha caixa de entrada.

:) até 2 pontos :| entre 3 e 4 pontos :(5 pontos ou mais

Analise seu resultado com atenção. O vício em e-mails não só consome seu tempo como também sabota sua produtividade e causa ansiedade e estresse.



E-mail cafezinho

Eliminar o e-mail cafezinho é um dos maiores desafios das empresas em relação ao uso adequado do e-mail. O e-mail cafezinho é aquele que não trata de assuntos profissionais e serve apenas para comprometer a produtividade e desperdiçar tempo com fofocas, comentários dos capítulos da novela e os resultados do último jogo de futebol.

Quanto tempo você gasta com e-mails?

O custo das transações é uma das vantagens mais alardeadas do e-mail. Diferente de uma carta comum não é preciso selar um e-mail. O e-mail também não consome papel, tampouco envelopes. Basta clicar em enviar e pronto. Custo zero.

Mas será que é mesmo assim? Você já parou para pensar (e calcular!) quanto tempo e dinheiro podem ser desperdiçados com o uso inadequado e exagerado do e-mail?

O objetivo do exercício a seguir é mostrar quanto tempo e dinheiro você e sua empresa podem economizar usando o e-mail com bom-senso e disciplina. Para efeito de cálculo considere dois minutos por e-mail processado e duzentos e quarenta dias úteis por ano.

Recomendo que você faça este exercício antes de avançar para as próximas páginas.

Quantos e-mails, em média, você processa por dia?

Multiplique este número por 2*.

Agora, multiplique o novo resultado por 240**. Este valor representa o **total de minutos que você consome por ano processando e-mails.**

Divida o total de minutos por 60 para calcular o volume de **horas de trabalho** que você gasta processando e-mails por ano.

Finalmente, divida o total de horas por 8 para calcular a quantidade de **dias de trabalho** que você gasta por ano processando e-mails.

Aplicando as técnicas sugeridas neste livro é possível reduzir em, pelo menos, 20% a quantidade de e-mails enviados e recebidos por ano.

Logo, multiplique por 0,2 o total de dias de trabalho consumidos com seus e-mails por ano para estimar quantos dias, no mínimo, você pode economizar usando o e-mail com bom-senso e disciplina

* Média de 2 minutos por e-mail processado

** Aproximadamente 240 dias uteis por ano (Brasil)

Quanto tempo sua equipe e sua empresa gastam com e-mails?

Agora, apenas como exemplo, vamos imaginar que a quantidade de e-mails que você processa por dia representa a média da sua equipe e da sua empresa.

Multiplique o total de dias de trabalho que você gasta por ano processando e-mails pela **quantidade de pessoas da sua equipe**.

Multiplique o resultado por 0,2 para estimar a economia de tempo possível para sua equipe.

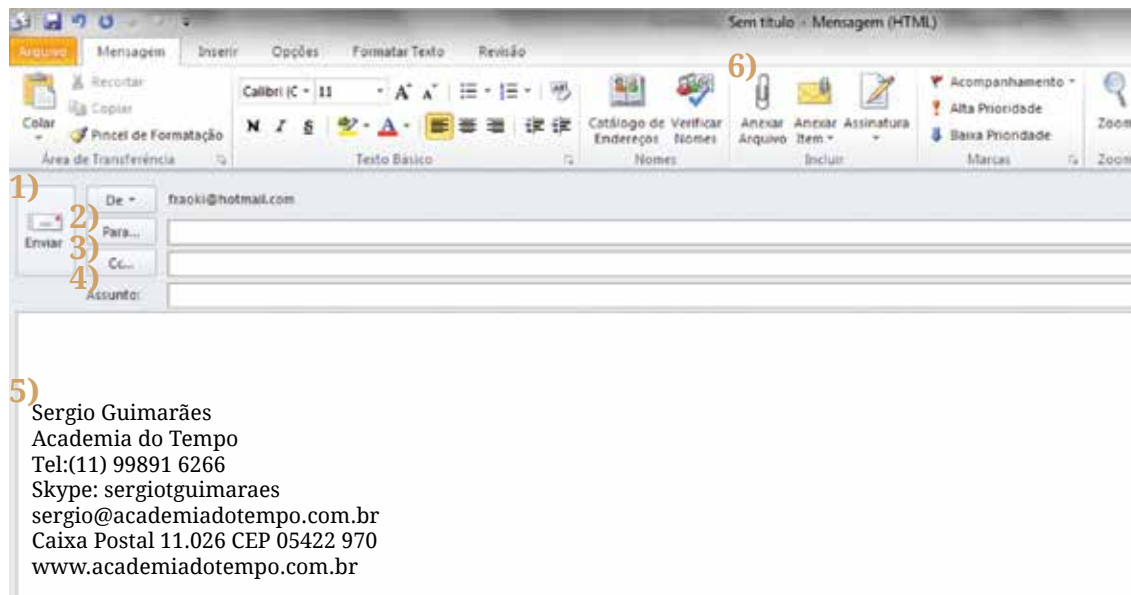
Multiplique o total de dias de trabalho que você gasta por ano processando e-mails pela **quantidade de pessoas da sua empresa**.

Multiplique o resultado por 0,2 para estimar a economia de tempo possível para sua empresa.

Qual o valor médio da hora trabalhada na sua empresa?

Faça as contas e descubra também quanto dinheiro esta sendo desperdiçado por você e sua empresa graças ao uso inadequado do e-mail.

Enviando e-mails Recomendações básicas



1) Antes de clicar no botão **enviar**, revise o texto com atenção e certifique-se de que as informações do e-mail estão corretas. Não envie e-mails incoerentes, agressivos ou indiscretos.

2) Insira no campo **para** os destinatários que precisam agir efetivamente em relação ao e-mail.

3) Por sua vez insira nos campos **Cc** ou **Cco** apenas os destinatários que precisam tomar conhecimento do conteúdo do e-mail. Porém, evite ao máximo copiar suas mensagens para vários destinatários. A quantidade de e-mails que você recebe é diretamente proporcional à quantidade de e-mails que você envia. Em média, para cada cinco e-mails que você envia, três são respondidos. Logo, quanto menos e-mails e cópias dos seus e-mails você enviar menos respostas você vai receber. De todo modo, quando for inevitável encaminhar cópias utilize a opção cópia oculta (**Cco**) isto impede que os destinatários respondam a mensagem para todos, iniciando uma infundável progressão geométrica de e-mails. Pelo mesmo motivo, evite também encaminhar mensagens para endereços de e-mails genéricos, tais como, marketing@dominio.com.br e comercial@dominio.com.br.

Vale ainda observar que expor o endereço de e-mail de terceiros sem autorização fere as regras de boa conduta da internet. Ao usar indevidamente o campo **Cc** você pode contribuir para que algum destinatário oportunista capture e-mails para listas de spams.

4) Informe com clareza o conteúdo do e-mail no campo **assunto**. E-mails com assuntos vagos ou com o título em branco são facilmente deletados ou ignorados. Evite siglas, códigos e frases vazias como “importante” ou “para sua informação”. Veja estes exemplos: no lugar de “apólice” ou “proposta” escreva “apólice de seguro do veículo placa EIH 2013” ou “proposta de metas de vendas para o primeiro semestre”.

5) Forneça informações completas de contato. Facilite a vida do seu destinatário que, muitas vezes, pode preferir responder seu e-mail imediatamente por telefone ou enviar um material impresso pelo correio. Evite anexar arquivos de imagem, tais como, logomarcas e fotos, em sua assinatura. Muitos sistemas não reconhecem ou bloqueiam estes arquivos.

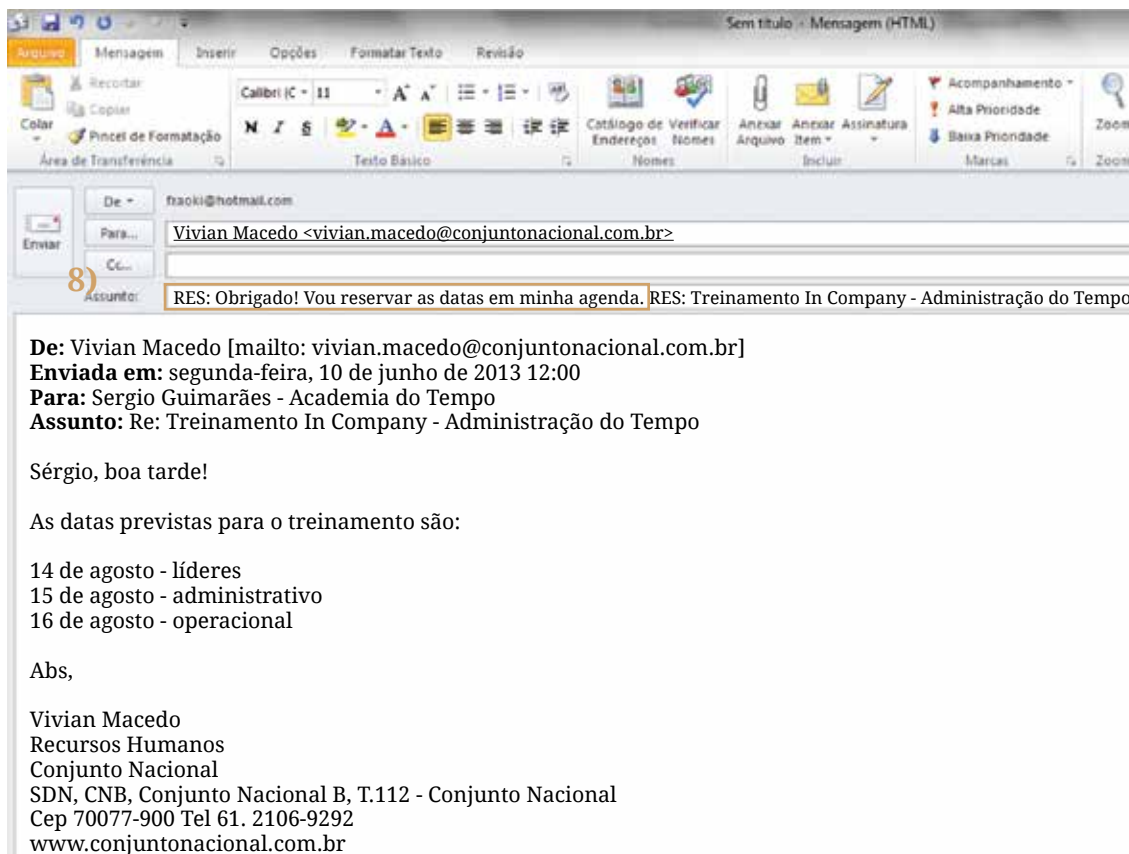
6) Anexar arquivos muito pesados é deslegante e inconveniente. Apenas duas ou três fotos de alta definição podem ser capazes de travar o computador do seu destinatário durante alguns minutos. Envie arquivos compactados ou use um serviço de compartilhamento como o Sendspace ou o Dropbox. Outra dica: insira o nome dos anexos no corpo da sua mensagem. Por exemplo: “Anexo envio o arquivo 2013_07_21 Proposta.pdf”. Agindo assim, os destinatários mais cautelosos ficaram menos desconfiados.

Em tempo: Existem muitas discussões sobre se a expressão “em anexo” é correta ou não. Por não haver um consenso entre todos os gramáticos, a sugestão é evitar o seu uso em textos formais. Prefira sempre “anexo” ou “anexado”. (fonte: <http://www.normaculta.com.br>).

7) Solicitar a confirmação automática de leitura é considerado deslegante e invasivo. Quando necessário, solicite a confirmação de recebimento diretamente no texto do e-mail.

8) Esta dica muito bacana é do consultor Marcelo Thalenberg, autor do livro **Socorro, roubaram meu tempo!**. Ganhe tempo e poupe seu destinatário de abrir alguns e-mails inserindo respostas breves e objetivas no campo **assunto**.

Melhor ainda: Evite encaminhar um novo e-mail se a resposta for apenas um “Ok” ou “Obrigado”.



Resposta automática e ausência temporária

A resposta automática e o assistente de ausência temporária são recursos interessantes, mas que devem ser usados com cautela.

As respostas automáticas muitas vezes geram apenas e-mails desnecessários. Mensagens do tipo “*Recebemos seu e-mail. Em breve entraremos em contato*” são extremamente descartáveis. Melhor evitar.

Por outro lado, o uso do assistente de ausência temporária é recomendado em períodos de férias ou afastamento. Nesta situação a mensagem deve informar o período de ausência bem como oferecer um ou mais contatos alternativos. Por exemplo: “*Estarei ausente entre os dias 21 de julho e 05 de agosto. Caso necessite de uma resposta imediata, por favor, encaminhe seu e-mail para livia@academiadotempo.com.br ou isabella@academiadotempo.com.br.*”

Outra boa opção, quando possível, é descartar o assistente de ausência temporária e encaminhar seus e-mails diretamente para o colega responsável por cobri-lo durante sua ausência.



De jeito nenhum...

- Não faça contatos profissionais com endereçamentos de e-mail impróprios tais como fabiojunioreuteamo@terra.com.br ou batatinha123@gmail.com
- Jamais use o e-mail corporativo para enviar seu currículo para outras empresas. Você, com certeza, não causará uma boa impressão.



Enviar e ligar?

Compreenda e aceite que um e-mail pode ser entregue imediatamente, mas que, necessariamente, ele não precisa ser lido e respondido imediatamente. Portanto, se você tiver pressa e precisar tratar de um assunto com urgência é melhor pegar o telefone ou procurar diretamente os envolvidos.

Porém, muitos profissionais enviam e-mails para, logo em seguida, ligar para o destinatário e perguntar se ele os recebeu. Este comportamento é extremamente equivocado, deselegante e improdutivo. Um grande exemplo de retrabalho e desperdício de tempo.

Faça uma escolha: Telefone ou e-mail? Se escolher enviar, não ligue.



Respeite o tempo alheio

O paradoxo do e-mail é que quase todo mundo reclama do excesso de e-mails que recebe, porém são poucos aqueles que se preocupam em enviar menos e-mails. Você quer receber menos e-mails? Comece dando o exemplo. Respeite o tempo do destinatário. Envie menos e-mails e também envie e-mails cada vez mais diretos e assertivos.

- Preencha o campo **assunto** do e-mail de maneira clara e objetiva. Se necessário, use marcações como **importante** ou **baixa prioridade**.
- Evite e-mails longos e rebuscados. Faça perguntas simples e fáceis de responder. Evite perguntas abertas.
- Preservar o histórico de e-mails anteriores respondendo um e-mail após o outro é bastante prático. Porém, não é preciso manter todas as mensagens anteriores. Mantenha apenas as mais relevantes. As três últimas, normalmente, bastam.
- Se a mensagem não precisa ser respondida finalize o e-mail com “*não é preciso responder*”.



Cópias e anexos não combinam

Substitua os anexos por links sempre que enviar e-mails com cópias para vários destinatários da sua empresa. Os links reduzem a quantidade de cópias desnecessárias em circulação. Seus colegas de TI ficarão muito gratos.



Responder a todos

Evite abusar da opção **responder a todos** e quando encaminhar mensagens para vários destinatários, recomende que eles façam o mesmo. Escreva no final da mensagem: *“Por favor, respondam somente para mim.”* É muito mais prático e eficaz.

Imagine, por exemplo, que você encaminhou um e-mail com cópia para seis destinatários solicitando uma sugestão de data para uma reunião no início do próximo mês. Se todos os seis responderem com cópias para todos e cada um sugerir uma data diferente teremos um total de 42 e-mails sem que uma data seja definida. Não tem como ser pior.

Bastava encaminhar um e-mail com duas ou três sugestões de datas e solicitar a resposta apenas para você. Simples assim.

Em tempo: No Outlook é possível desabilitar a opção **responder a todos** de suas mensagens enviadas. É uma boa ideia. Informe-se com seu TI.

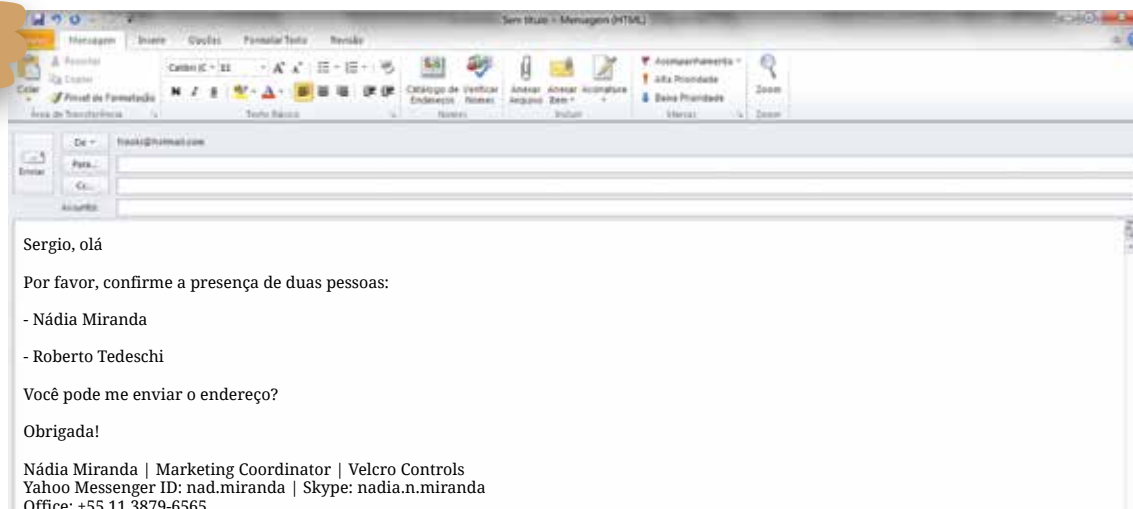


Pense bem antes de enviar

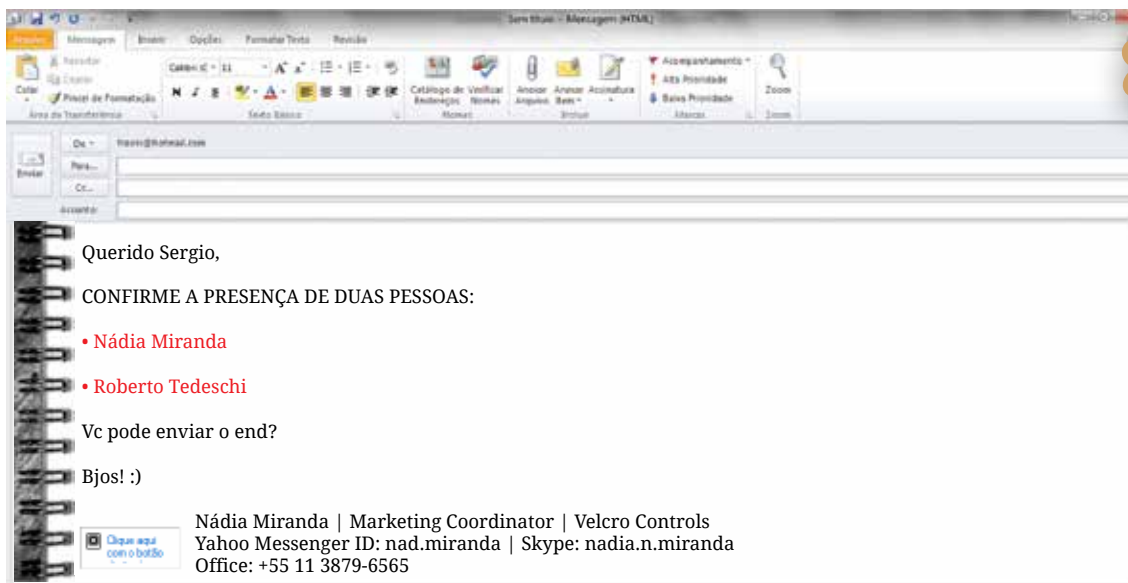
Ingênuo aquele que acredita que o e-mail é uma ferramenta de comunicação segura, confidencial e sigilosa. Depois de enviado você perde automaticamente o controle do seu e-mail. Ele pode ser lido e deletado para sempre como também lido e distribuído para toda empresa ou ainda publicado no Facebook ou Twitter. Neste caso, o **para sempre** terá um efeito ainda mais duradouro!

Portanto, pense muito bem antes de clicar em enviar. Uma boa estratégia é, antes de clicar, perguntar-se: O que aconteceria se o meu chefe lesse este e-mail? Ou ainda: O que aconteceria se toda a empresa tivesse acesso a este e-mail?

Dicas para redigir e-mails eficazes



- Inicie e encerre seus e-mails com expressões de saudações e despedida adequadas. Calibre o tom do texto com cuidado. Evite os extremos. “Prezado Senhor” pode soar formal demais enquanto que “meu grande amigo” ou “minha querida” podem constranger o destinatário. Um simples, objetivo e atemporal “olá” atende bem na maioria das vezes até mesmo porque você não tem como saber se seu e-mail será lido de manhã, à tarde ou à noite. Também é estranho escrever “bom dia” em vários e-mails quando a frequência de mensagens com o mesmo destinatário é intensa. Para encerrar o e-mail use “atenciosamente”, “obrigado” ou “um abraço”. Por via das dúvidas evite encerrar seus e-mails com “beijos” ou “saudades”.
- Não é necessário abordar assuntos pessoais em e-mails corporativos. Porém, não há nada de errado em perguntar como foi o fim de semana, o feriado, as férias ou desejar um bom dia ou um feliz aniversário. Por outro lado, evite assuntos íntimos que possam causar algum desconforto.
- E-mails com textos longos normalmente não são lidos ou, no mínimo, irritam o destinatário. Se o assunto demandar um texto muito extenso descarte o e-mail e pegue o telefone ou procure diretamente os envolvidos. Evite encaminhar e-mails com mais do que três ou quatro parágrafos. Fique de olho na barra de rolagem lateral. Se ela for acionada é mau sinal.
- Redija o texto do e-mail com cuidado. Construa uma sequência lógica de ideias. Certifique-se que a mensagem tem começo, meio e fim. Certifique-se também que o e-mail conduza a uma ação específica. Deixe claro ao destinatário que ação você espera que ele faça a partir da leitura do e-mail. Se necessário inclua prazos, metas ou qualquer outro indicador objetivo.



- Estruture o texto de modo a facilitar a leitura e o entendimento da mensagem. Dê espaço entre os parágrafos e utilize marcadores e destaques em negrito, itálico ou sublinhados. Mas atenção: vários sistemas são incompatíveis com alguns recursos de formatação como, por exemplo, os marcadores da barra de ferramentas do Outlook. Uma boa opção é marcar itens com o sinal – ou numerar os tópicos direto no teclado. Pelo mesmo motivo, evite destacar partes do texto com cores diferentes. Utilize as fontes mais comuns, tais como, Arial, Verdana ou Calibri e jamais use papéis de carta. Finalmente, evite textos em caixa alta, que na simbologia da internet, significam que você está gritando com o leitor.
- Evite o uso de acrônimos, emoticons, siglas e abreviações. Inclusive as mais comuns tais como vc, atte, bjs e rs. Estes atalhos empobrecem seu texto e a economia de tempo, acredite, é insignificante.

Att, Atte ou Atenciosamente?

A expressão de despedida “Atenciosamente” costuma ser abreviada incorretamente como “att.”. O correto é “atte.” A abreviação “att.” possivelmente foi importada das expressões em inglês “in attention to” ou “at this time” ou ainda do termo “attached” que indica a existência de arquivos anexados. Melhor não abreviar.



Recebendo e-mails

Recomendações básicas



Sempre digo que a funcionalidade mais importante do Outlook é aquele botão vermelho com um X branco que fica no alto da tela, à direita. É esse mesmo que você pensando: o botão de fechar. O maior de todos os erros que alguém pode cometer com e-mails é manter o Outlook aberto o tempo todo. Pensando bem, dá para ser pior. Basta manter o Outlook sempre aberto e acionar aquele alarme sonoro que dispara quando chega um novo e-mail. Outlook sempre aberto é um convite para uma nova interrupção a cada cinco minutos. Ninguém consegue trabalhar assim. Perda total de foco.

Portanto, a regra de ouro do e-mail é a seguinte: mantenha seu Outlook fechado e consulte seus e-mails, por exemplo, somente a cada duas horas.

É evidente que a frequência de consultas da caixa de entrada pode variar de acordo com sua atividade profissional e a importância relativa dos e-mails no exercício de suas funções. Caso você seja um profissional de vendas, suporte técnico ou atendimento e precise mesmo consultar seus e-mails com maior frequência, experimente, por exemplo, bloquear períodos de 15 minutos a cada hora. Por outro lado, caso sua atividade permita, não perca a oportunidade de consultar sua caixa postal apenas uma vez por dia e nunca nos finais de semana.

No começo pode não ser fácil se livrar do hábito de conferir seus e-mails o tempo todo. Neste caso, uma boa estratégia é bloquear a entrada automática de novos e-mails. No Outlook acesse a guia “Ferramentas” e em seguida clique em “Opções”, “Configurar e-mail” e “Enviar/Receber”. Escolha “Configurações do Grupo Todas as Contas”. Para finalizar, insira um período em “Agendar envio/recebimento automático a cada xx minutos”.

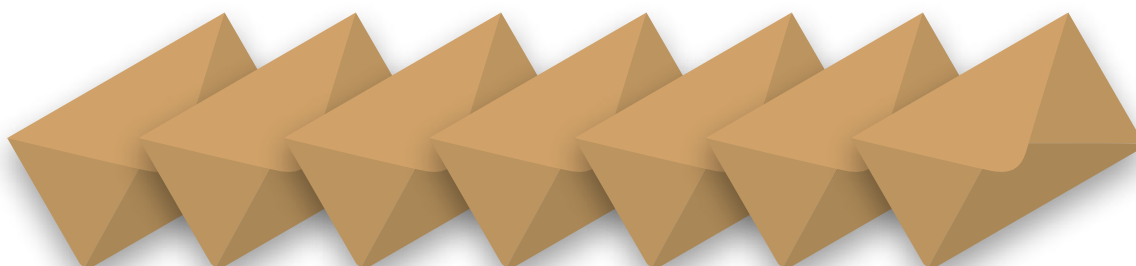


E-mail não é urgente

Não tenha pressa para responder seus e-mails. Eles podem esperar. Se for urgente pode ter certeza que quem enviou o e-mail vai ligar ou aparecer de surpresa na sua sala.

Sempre que possível, oriente seus interlocutores para tratar assuntos urgentes por telefone ou pessoalmente. Nunca por e-mail.

Ninguém de bom senso, por exemplo, envia um alarme de incêndio por e-mail.



Cautela com os enviados crônicos

Se você costuma receber vários e-mails de uma mesma pessoa durante o dia, espere acumular duas ou três mensagens e responda tudo num único envio ou telefonema.

Esvaziando a caixa de entrada e organizando seus e-mails

A caixa de Entrada de e-mails não tem esse nome à toa. Ela representa, por analogia, a caixa de entrada física que mantemos em cima da mesa do escritório. Não são as únicas. Há também a caixa de mensagem de voz do celular e as caixas de mensagens das redes sociais, por exemplo. Para todas elas a regra básica é uma só: Caixa de Entrada não é depósito, tampouco arquivo. Caixa de Entrada tem que ficar vazia. Não confunda Caixa de Entrada com arquivo, agenda ou lixeira.

Caixas de Entrada abarrotadas de e-mails representam horas, talvez dias, de trabalho atrasado. Remetem a desordem e a falta de disciplina que, por sua vez, geram estresse, frustração e comprometem a produtividade.

As caixas de entrada servem apenas para coletar novas demandas e informações. Uma vez coletadas, devem seguir imediatamente seu destino apropriado. No caso da caixa de entrada de e-mail são seis as possibilidades: descartar, arquivar, arquivar em um dia talvez, fazer imediatamente, anotar na agenda ou anotar numa lista de tarefas.

Veja com é simples: Abra seu gerenciador de e-mails e baixe seus novos e-mails. Em seguida, abra e leia o primeiro e-mail do alto da lista. Processe imediatamente o e-mail, isto é: descarte, archive, archive em um dia talvez, faça imediatamente (se demandar menos de dois minutos), anote na agenda ou anote numa lista de tarefas. Abra o e-mail seguinte e repita o processo. Siga assim até o último e-mail. Pronto. Caixa de Entrada vazia. Veja o gráfico da página 20.

Observe também estas duas dicas complementares:

- Processe os novos e-mails na ordem de entrada, de cima para baixo. Não fique escolhendo este ou aquele. Na Caixa de Entrada os e-mails são todos iguais. Escolher ou priorizar durante o processamento é perda de tempo.
- Abriu o e-mail? Processe! Jamais mantenha o e-mail na Caixa de Entrada para reler mais tarde. Novamente é perda de tempo. Retrabalho. Por que abrir e ler o mesmo e-mail duas vezes?

Agora vamos analisar detalhadamente cada uma das seis possibilidades de processamento

Delete e Bloqueie

Já leu? Sim. Entendeu? Sim. Vai precisar reler mais tarde? Não. Serve para alguma coisa? Não. É Spam? Piadinha? Corrente? Foto de gatinho? Delete!
Oferta de notebook imperdível somente hoje? Vai comprar? Não vai? Delete, solicite a exclusão de seu e-mail da lista e, por garantia, adicione o remetente na lista de remetentes bloqueados.



Arquive

O e-mail trás uma informação útil? Sim. Você precisa dela agora? Não. Vai precisar dela no futuro? Sim. Neste caso arquive. Remova imediatamente o e-mail para uma nova pasta do Outlook ou para uma pasta em **meus documentos**. Pessoalmente prefiro arquivar e-mails e outros documentos em pastas únicas em **meus documentos**. Por que ter uma pasta Imposto de Renda no Outlook e outra com o mesmo nome em **meus documentos**, se posso ter apenas uma em **meus documentos**? Veja mais no texto **Tudo em um só lugar** da página 21



Arquive em “um dia talvez”

O e-mail trás uma informação útil? Talvez. Você precisa dela agora? Talvez. Vai precisar dela no futuro? Talvez. Neste caso arquive a mensagem. Remova imediatamente o e-mail para uma nova pasta com o nome **um dia talvez**. Se um dia você precisar, a mensagem vai estar lá.



Faça imediatamente

A mensagem demanda alguma ação que pode ser concluída em até dois minutos? Sim. É simples? Rápido? Faça imediatamente. Responda o e-mail, envie o arquivo, confirme sua presença ou atualize a planilha. Seja lá o que for, se consumir menos de dois minutos, faça imediatamente e apague o e-mail.



Anote na agenda

A mensagem trás uma informação que demanda uma ação com data e hora certa para ser realizada? Sim. Anote imediatamente na agenda e apague o e-mail.

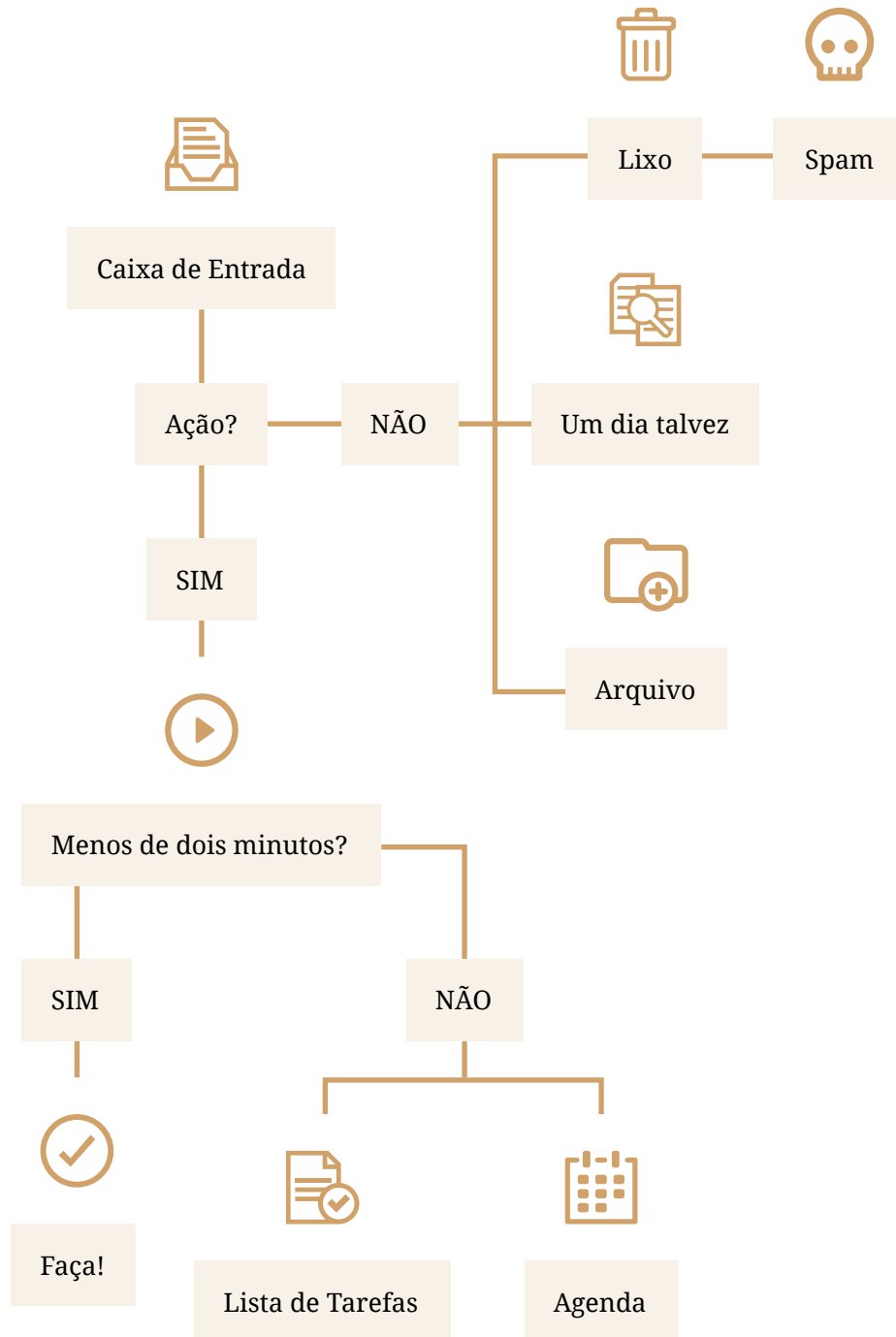


Anote na lista de tarefas

A mensagem demanda alguma ação que pode ser delegada ou realizada em qualquer momento? Sim. Delegue ou anote imediatamente na sua lista de tarefas e apague o e-mail.



Esvaziando a caixa de entrada e organizando seus e-mails



Baseado no método GTD de David Allen

Organizando pastas e e-mails

Tudo em um só lugar

Imagine que você tem um importante cliente chamado **O Rei dos Parafusos**. Muito provavelmente você terá, no seu computador, duas pastas para este cliente. Uma pasta no Outlook e outra pasta em **Meus Documentos**. Na pasta do Outlook ficam arquivados, evidentemente, os e-mails que você troca com este cliente e na pasta **Meus Documentos** ficam propostas, contratos, relatórios de despesas de viagem, apresentações em Power Point, etc...

Por que não arquivar todos os documentos do **Rei dos Parafusos**, inclusive os e-mails importantes, em apenas em uma pasta? É muito mais prático e seguro.

Veja como é fácil: Com o e-mail aberto ou selecionado, teclie em F12. Na nova janela de diálogo selecione a pasta onde quer arquivar o e-mail e escolha o formato do arquivo em “Salvar como tipo:”. Pessoalmente, prefiro arquivar meus e-mails no “Formato de Mensagem do Outlook”. Clique em **Salvar** e pronto. Simples assim.

Por outro lado, você pode também manter algumas pastas específicas no Outlook. Neste caso, recomendo que você não ultrapasse 10 pastas com macro-assuntos que, por sua vez, podem ser subdivididas por outras pastas com micro-assuntos. De todo modo, insisto: não vejo porque manter duas pastas com o mesmo assunto em dois locais diferentes do computador.

Dicas para reduzir o volume de e-mails indesejados na sua Caixa de Entrada

- Desabilite todos os avisos de posts e atualizações de grupos das redes sociais.
- Evite assinar várias newsletters. Seja seletivo. Uma boa alternativa é substituir as newsletters pelo serviço de Alertas do Google (<http://www.google.com.br/alerts>).
- Crie um e-mail gratuito exclusivo para compras on line, fóruns, inscrições em cursos e congressos, preenchimento de formulários on line e assinaturas. Assim, você evita que seus e-mails (pessoais e profissionais) sejam incluídos em listas de spams e promoções.
- Não confie na eficácia do link REMOVER que, normalmente, fica no rodapé dos e-mails de propaganda. Bloqueie os remetentes que insistem em enviar spams.

Monitoramento de e-mails

A Constituição Federal garante a privacidade e considera crime a violação de correspondência de cartas ou e-mails pessoais.

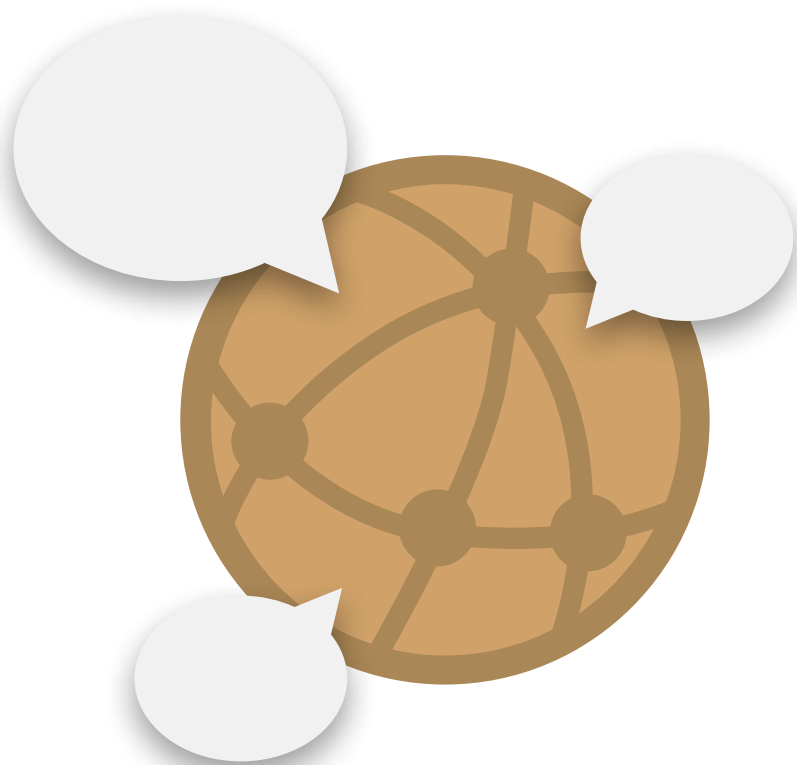
Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:[...] XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal; [...] (BRASIL, 2002).

Entretanto, é facultado ao empregador o direito de monitorar o conteúdo dos e-mails corporativos. Afinal, o uso indevido do e-mail corporativo, seja por imprudência ou má fé, pode gerar não só a perda ou o vazamento de informações de valor incalculável bem como envolver a empresa em acusações de corrupção, favorecimentos, fraudes, racismo, difamação, assédio moral e sexual, entre outros.

Em última análise, convém lembrar que o e-mail corporativo é um instrumento fornecido pela empresa exclusivamente para o exercício de atividades profissionais.

Mas atenção: esforços isolados de monitoramento dos meios de comunicação digital podem não gerar os resultados desejados. Assim, além de controlar, é imprescindível oferecer treinamento e orientação de qualidade para os colaboradores da empresa.





Check List de um plano de monitoramento e uso eficaz de e-mail

- Elabore, em conjunto com as áreas de TI, RH e jurídica uma política de uso de e-mail corporativo que informe com objetividade e clareza o que é e o que não é permitido.
- Informe claramente se os e-mails são ou não monitorados. Em caso afirmativo explique como é feito o monitoramento.
- Faça comunicações frequentes sobre a política de uso de e-mail corporativo.
- Treine intensamente os colaboradores em boas práticas de uso do e-mail corporativo
- Adote indicadores que permitam mensurar o tráfego de e-mails na empresa.
- Desafie as equipes a alcançar metas de redução de e-mails.
- Promova ações de conscientização como, por exemplo, e-mail zero. Veja os exemplos das páginas 25 e 26.
- Estimule a troca de experiências. Promova ações de coaching e feedback interno.
- Reconheça o mérito e, eventualmente, gratifique os melhores usuários de e-mail.

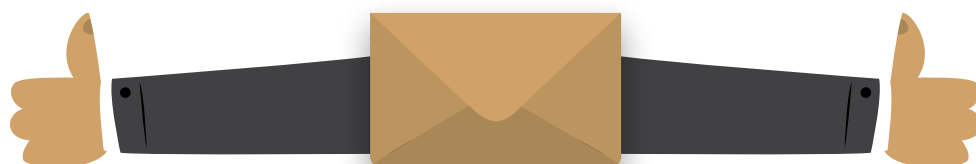
E-mail legal

Recomendações para você

- Evite expressões que possam causar constrangimento ou insinuar intimidade, tais como: *meu querido, minha querida e beijos*.
- Jamais use o e-mail para difamar a empresa ou colegas de trabalho, tampouco utilize linguagem obscena e pejorativa. Lembre-se de que e-mail corporativo é considerado um documento de valor legal que pode ser usado contra você.
- Não use o e-mail corporativo, bem como smartphones, notebooks, HD externos e pen drives da empresa, para armazenar e compartilhar fotos e arquivos pessoais.

Recomendações para sua empresa

- Elabore e adote uma política formal de uso do e-mail corporativo. Veja o modelo da página 28.
- Informe frequentemente com eficácia e assertividade o que não é recomendado e permitido na comunicação via e-mail, bem como se os e-mails são monitorados.
- Treine intensamente os colaboradores para que usem o e-mail com bom senso e responsabilidade.



Reduzindo o volume de e-mails Alguns cases de sucesso

A Nokia recomenda enfaticamente que seus colaboradores abandonem o hábito de enviar e-mails com cópia para dezenas de pessoas. A empresa também passou a incentivar o uso do telefone e orientou que todos sinalizassem o verdadeiro nível de urgência das mensagens.



Na IBM um executivo criou o movimento “slow e-mail”, estimulando os funcionários a consultarem suas caixas de e-mails somente duas vezes por dia.



Uma equipe da farmacêutica Boehringer Ingelheim conseguiu reduzir em 30% o volume de e-mails durante um ano, resultando em uma economia de aproximadamente 1,5 mês de trabalho por funcionário. Este resultado foi alcançado através de ações educativas. Gráficos com o status do projeto eram apresentados mensalmente em reuniões de feedback individual, reforçando para os funcionários que o objetivo não era privá-los de enviar e-mails, fiscalizá-los ou desmotivá-los e sim otimizar o tempo e produtividade de todos.



A Brasilprev, empresa de previdência privada do Banco do Brasil, optou por banir a troca de e-mails uma vez por semana. Às sextas-feiras, a orientação é que os funcionários usassem apenas o telefone e marcassem reuniões pessoalmente com os clientes. E-mails, apenas como último recurso.



Toda segunda sexta-feira do mês a Chemtech bloqueia sua comunicação interna. O funcionário deve usar o telefone ou o comunicador instantâneo para falar com outro colega da empresa. Segundo Samara Souza, coordenadora de recursos humanos da Chemtech, “O grande desafio é promover a integração entre diversas áreas de engenharia da empresa”.





Na companhia de tecnologia Atos, a meta é zerar o número de e-mails trocados entre os funcionários até o fim de 2013. O gerente de processos, Marcelo Kopitar, diz que a iniciativa do “zero e-mail” fez com que os funcionários tivessem mais contato. *“Antes, a pessoa estava atrás de mim, mas eu acabava mandando e-mail. Agora eu converso e em segundos está resolvida a questão.”*



A Cubist Pharmaceuticals, indústria norte-americana que atua com pesquisa, desenvolvimento e comercialização de medicamentos, traçou um plano para reduzir em 25% o número de e-mails transacionados pela companhia, a partir do treinamento e ações de sensibilização dos funcionários.



No Brasil, a Microsoft criou um código de conduta para combater exageros. Entre as recomendações está usar o telefone quando o texto do e-mail for maior que o monitor do computador e exigir acionar a barra de leitura para rolar a página.



O Idebrasil criou uma política de uso de e-mails corporativos e um aplicativo na internet onde os colaboradores podem denunciar abusos e contribuir para a melhoria dos e-mails transacionados internamente.



A alemã Basf reduziu o volume de e-mails internos com a adoção de uma rede social interna. Nesta rede, similar ao Facebook, muitos projetos e arquivos são compartilhados, o que torna o e-mail obsoleto e as mensagens mais rápidas.



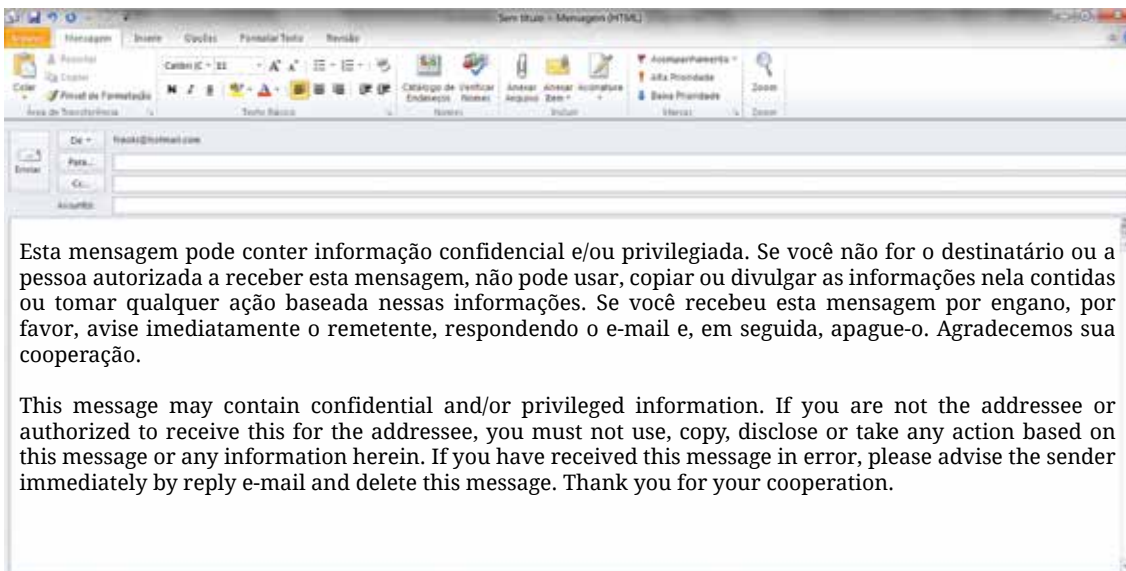
Na SKF do Brasil, fabricante de rolamentos para área industrial e automotivo, toda sexta-feira é o “dia sem e-mail”. O objetivo principal desta ação é promover a relação interpessoal entre os funcionários e combater o excesso de formalidade. Os resultados despertaram o interesse das subsidiárias da Argentina e Japão, que estudam adotar o “dia sem e-mail” nos seus escritórios.

Anexo I

Mensagem legal para e-mail

Esta mensagem pode conter informação confidencial e/ou privilegiada. Se você não for o destinatário ou a pessoa autorizada a receber esta mensagem, não pode usar, copiar ou divulgar as informações nela contidas ou tomar qualquer ação baseada nessas informações. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor, avise imediatamente o remetente, respondendo o e-mail e, em seguida, apague-o. Agradecemos sua cooperação.

This message may contain confidential and/or privileged information. If you are not the addressee or authorized to receive this for the addressee, you must not use, copy, disclose or take any action based on this message or any information herein. If you have received this message in error, please advise the sender immediately by reply e-mail and delete this message. Thank you for your cooperation.



Anexo II

Política de uso do e-mail corporativo

O propósito dessa política é assegurar o uso apropriado do sistema de mensagens eletrônicas (e-mails e similares) da Academia do Tempo

Todas as mensagens distribuídas pelo sistema e equipamentos da Academia do Tempo, inclusive e-mails pessoais, são de propriedade da Academia do Tempo. Sendo assim, você não deve manter quaisquer expectativas de privacidade e sigilo sobre quaisquer mensagens que você crie, armazene, envie ou receba através dos sistemas de email, mensagens instantâneas, plataformas de relacionamento e equipamentos da Academia do Tempo.

Seus emails podem ser monitorados e armazenados sem prévia notificação da Academia do Tempo.

Quaisquer dúvida, sugestões ou comentários sobre essa política de uso de e-mail devem ser encaminhadas para seu supervisor.

É vetado

- Enviar ou encaminhar e-mails contendo comentários sarcásticos, difamatórios, ofensivos, racistas ou obscenos. Se você receber algum e-mail dessa natureza envie-o imediatamente para seu supervisor;
- Enviar spam, pirâmides ou correntes. Isso inclui qualquer tipo de mala direta, como, por exemplo, publicidade, comercial ou não, anúncios e informativos, ou propaganda política. Se você receber algum e-mail dessa natureza envie-o imediatamente para seu supervisor;
- Enviar ou encaminhar e-mails contendo fotos ou arquivos pessoais. Se você receber algum e-mail dessa natureza envie-o imediatamente para seu supervisor;
- Enviar e-mails a qualquer pessoa que não os deseje receber. Se o destinatário solicitar a interrupção do envio, o remetente deve acatar imediatamente tal solicitação e excluir o endereço eletrônico da sua lista de contatos;
- Assediar ou perturbar outro funcionário, parceiro ou cliente, seja através de conteúdo, frequência de envio ou tamanho das mensagens;
- Encaminhar anexos que comprometam o uso de banda ou espaço em disco do destinatário;

- Encaminhar mensagens ou copiar uma mensagem ou anexo pertencente a outro funcionário sem obter, primeiro, a permissão desta pessoa;
- Fornecer o e-mail de outro funcionário para terceiros sem obter sua permissão;
- Forjar ou tentar forjar mensagens e assinaturas de email;

Isenção de Responsabilidade

Todas as mensagens devem ser finalizadas com a seguinte comunicação de isenção sem quaisquer alterações:

Esta mensagem pode conter informação confidencial e/ou privilegiada. Se você não for o destinatário ou a pessoa autorizada a receber esta mensagem, não pode usar, copiar ou divulgar as informações nela contidas ou tomar qualquer ação baseada nessas informações. Se você recebeu esta mensagem por engano, por favor, avise imediatamente o remetente, respondendo o e-mail e, em seguida, apague-o. Agradecemos sua cooperação.

This message may contain confidential and/or privileged information. If you are not the addressee or authorized to receive this for the addressee, you must not use, copy, disclose or take any action based on this message or any information herein. If you have received this message in error, please advise the sender immediately by reply e-mail and delete this message. Thank you for your cooperation.

Assinatura

É obrigatória a utilização de assinatura ao finalizar as mensagens enviadas interna e externamente, por meio de e-mail corporativo, com o seguinte formato:

Nome - Função
Setor – Academia do Tempo
Telefones (até 2)
e-mail
www.academiadotempo.com.br

Exemplo:
Sergio Guimarães – Gerente de Processos
Processos e Qualidade – Academia do Tempo
(11) 4303 7979
(11) 99891 6266
sergio@academiadotempo.com.br
www.academiadotempo.com.br



Declaro que aceito os termos descritos nessa política. Entendo que seu não cumprimento pode resultar em ação disciplinar e/ou judicial, bem como demissão por justa causa.

Nome e Assinatura

Bibliografia

- THALENBERG, Marcelo, **Socorro, roubaram meu tempo!**. São Paulo: Editora Érica, 2004.
- ANDRADE, Fernando, **Outlook como ferramenta de produtividade**. São Paulo: Editora Nobel, 2007.
- ANDRADE, Fernando, **E-mail que funciona**. São Paulo: Editora Nobel, 2007.
- MORAZ, Eduardo, **Administre seu tempo com o Outlook**. São Paulo: Digerati Books, 2005.
- SONG, Mike , BURRESS, Tim Burress e HALSEY, Vicki, **A Revolução do Hamster**. Lisboa: Editora Actual, 2008
- ALLEN, David, **Gerencie sua mente não seu tempo**. São Paulo: Landscape, 2007
- ALLEN, David, **Getting Things Done, A arte de fazer acontecer**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005
- BABAUTA, Leo, **Zen To Done: The Ultimate Simple Productivity System**. Kindle Edition, 2013
- PINHEIRO, Patricia Peck. **Direito Digital**. São Paulo: Saraiva, 2013
- Guia **BOM USO DO E-MAIL CORPORATIVO** – Programa Reciclando Ideias. Bento Gonçalves: Embrapa, 2011
- Artigo: Os dez mandamentos do e-mail. Revista Língua Portuguesa – ano 8 – no 97 – 2013 – pags 28 a 33
- <http://emailcharter.org/>
- <http://www.triadps.com/emala/>
- <http://www.outlook-experts.com.br/>
- <http://inboxzero.com/articles/>
- <http://www.matutando.com/como-esvaziar-a-caixa-de-entrada-de-e-mail-e-a-caixa-de-entrada-fisica/>
- <http://www.endeavor.org.br/artigos/gente-gestao/governanca-corporativa/monitoramento-de-e-mails-corporativos>

Sobre o autor

Sou publicitário e designer instrucional com especialização em Coaching pela Sociedade Latino Americana de Coaching (SLAC), gerenciamento de estresse pela International Stress Management Association no Brasil (ISMA-BR) e University of Texas e certificação em Assessment pela Success Tools.

Encontre novos textos e conteúdos em meu site e em minhas páginas do facebook e linkedin

Minha agenda de cursos abertos e palestras também está disponível em meu site na guia **quem somos**

Alguns clientes da Academia do Tempo



www.academiadotempo.com.br
contato@academiadotempo.com.br
Skype: sergiotguimaraes
www.facebook.com.br/academiadotempo

