

Redacción y envío de correos electrónicos en la empresa

Cada vez que enviamos un correo electrónico, emitimos mucho más que el mensaje que contiene: transmitimos imagen corporativa. Por esta razón, conviene tener en cuenta una serie de buenas prácticas que contribuirán a cuidar la comunicación externa (y también la interna, cuando los correos sean entre los trabajadores de la propia empresa).

Prácticas en la redacción de correos electrónicos:

1. El asunto: Seamos claros y descriptivos a la hora de escoger el título del asunto: ayudará al destinatario a valorar lo que se le envía y a encontrar el mensaje si tiene que consultarlo posteriormente.

2. El tratamiento: Escojamos el tratamiento adecuado para dirigirnos a cada destinatario. No hay ninguna razón para, por ejemplo, tutear a quien trataríamos de usted en una carta.

3. El saludo: En español, después del saludo se escriben dos puntos (la coma es un anglicismo). Por ejemplo: "Querido Eduardo:" (en lugar de "Querido Eduardo,").

4. Después del encabezamiento, lo apropiado es seguir escribiendo en renglón aparte

Por ejemplo:

«Estimado Luis:

Tal como hemos quedado en nuestra conversación telefónica...»

5. Seamos breves: un mensaje no debería tener más de 3 párrafos. Si la razón del correo requiere extenderse más, deberíamos enviar un documento adjunto.

6. No enviemos jeroglíficos: Evitemos que el otro tenga que descifrar nuestros mensajes. Ser conciso no significa escribir en clave. No abusemos de las siglas, abreviaturas, iconos, etc.

7. Cuidemos la ortografía: Escribir con faltas de ortografía daña nuestra imagen profesional y la de la empresa, también le dificulta al destinatario la lectura y comprensión del mensaje. Si la redacción no es nuestro fuerte, utilicemos, al menos, el corrector.

8. Las ordenes, con cortesía: Cuando se da una orden, lo correcto es no utilizar el estilo impersonal (hacerlo es una falta de respeto). Debemos dirigirnos directa y exclusivamente a la persona a quien va dirigida la orden. Es descortés utilizar expresiones como “Se debería comunicar a los clientes...” o utilizar el plural en lugar del singular cuando la petición va dirigida a una sola persona.

9. Cuidado con las mayúsculas: En Internet, escribir utilizando las mayúsculas equivale a gritar (y en ningún caso está justificado gritar).

10. Estructuremos el contenido: Si en un solo mensaje tratamos varios temas, debemos enumerarlos para facilitar la lectura y la respuesta del receptor a los diversos puntos.

11. Si enviamos documentos adjuntos, avisar: No cuesta nada explicitar que se envía información en uno o varios documentos adjuntos, ya que el destinatario puede receptor por alto.

12. Seamos educados: Independientemente de si nos dirigimos a un compañero, a un amigo, a un cliente, a un superior o a un subordinado.

13. No envíes nunca un mensaje enojado: Al día siguiente te alegrará haberlo dejado dormir.

14. La despedida: La coma después del saludo final es propia del inglés. En español es preferible utilizar el punto.

15. Revisemos los mensajes antes de enviarlos: Todos llevamos una vida ajetreada, pero dedicar unos segundos a revisar lo escrito antes de enviar el mensaje nos ayudará a mejorarlo, nos puede ahorrar tiempo a posterior, en caso de tener que enviar otro correo explicado las cuestiones confusas. Además, el receptor nos lo agradecerá (aunque no lo verbalice).

16. Los mensajes en copia pueden generar conflictos: Preguntémonos si está justificado poner en copia a otras personas. La variedad de consecuencias negativas que tiene esta costumbre debería hacérselo pensar tres veces antes de darle a “CC”.

17. La firma debe incluir los datos de contacto necesarios: Además del nombre, añadamos los datos necesarios para que el receptor del mensaje pueda identificarnos, ponerse en contacto con nosotros y no tener que buscar un mensaje anterior para encontrar nuestro número de teléfono.

18. Unifica la imagen corporativa de las firmas: En algunas empresas, cada empleado utiliza una variante distinta del logo, un tipo de fuente, etc., de tal manera que un mismo cliente ve imágenes corporativas diferentes de la empresa.

19. Evitemos utilizar la cuenta de la empresa para cuestiones personales: No cuesta nada abrirse una cuenta personal.

20. Mejor responder brevemente a un mensaje, que dejarlo sin responder: En ocasiones, uno tiene la sensación de estar obligado a responder los mensajes ipso facto (cuando, generalmente, no es así). Pero una cosa es tomarse el tiempo necesario o adecuado, y otra muy distinta, es no responder con el pretexto de que estamos muy ocupados.

Fuente: <https://ladocomunicacion.com/2018/02/redaccion-y-envio-de-correos-electronicos-en-la-empresa/>