

## **CÓMO REDACTAR E-MAILS EFECTIVOS**

Extraído de [www.mailxmail.com](http://www.mailxmail.com)

### **1. El fenómeno del correo electrónico**

Hace unos 10 años, el correo electrónico no se conocía fuera de los círculos técnicos o académicos. Hace tan sólo cinco años, la comunicación interna por medio del correo electrónico no era nada habitual en las empresas. **Hoy en día, el correo electrónico se encuentra en todas partes, tanto en los círculos profesionales como en los particulares.**

En el ambiente laboral, el correo electrónico se ha expandido de tal modo que amenaza con hacer desaparecer cualquier otra forma de comunicación interna. La razón de esta rápida proliferación es obvia: el mismo mensaje se puede enviar simultáneamente a todas las personas interesadas; se puede atender el correo electrónico en cualquier rato libre, ya sean las tres de la tarde o las tres de la madrugada; además, combina la inmediatez de la comunicación oral con la permanencia de la comunicación escrita.

**Sin embargo, en ocasiones el correo electrónico puede suponer una pesada carga.** No hay más que preguntar a cualquier persona que llega a su oficina un lunes por la mañana y se encuentra 135 mensajes en su buzón de correo electrónico. Resulta tan fácil enviar un mensaje a cualquier persona de la empresa que nos encontramos con que una gran cantidad de mensajes son difíciles de leer y de responder, están mal redactados, o simplemente son irrelevantes para el receptor.

En esta unidad didáctica le proporcionamos algunas pautas para asegurarse de que el mensaje está bien redactado, resulta fácil de leer y de responder y es siempre de interés. También proporcionamos algunos consejos para combatir la saturación de nuestro buzón de correo electrónico.

Consideraremos tres temas básicos:

- La elaboración del mensaje**
- La respuesta a un mensaje**
- La reducción de la saturación del buzón**

### **2. Cómo elaborar un mensaje de correo electrónico**

Al escribir un mensaje de correo electrónico nos haremos las mismas preguntas que nos hacemos ante cualquier otro tipo de comunicación:

- ¿Cuál es el motivo del mensaje?
- ¿Quiénes son los destinatarios del mensaje?

-¿Qué queremos obtener de ellos?

-¿Por qué deben estar de acuerdo con nosotros?

Recuerde.- No hay que olvidar que el correo electrónico, si bien consigue la inmediatez de la comunicación oral, también presenta la permanencia de la comunicación por escrito. **No hay que escribir nada en un mensaje que no incluiríamos en un memorándum.**

El motivo del mensaje.- Dada la facilidad de envío del correo electrónico, resulta fácil caer en la trampa de enviar mensajes sin pararse a pensar si son importantes o no, o a quién no. Esto lleva a pérdidas de tiempo, tanto a nosotros como al receptor del mensaje, en el caso de que el mensaje no hubiera debido enviarse en absoluto.

Por otro lado, **una frase de título resulta mucho más importante en un correo electrónico que en cualquier otro tipo de comunicación.** El título le permitirá al receptor reconocer el tema del mensaje y decidir si abre ese mensaje de inmediato o bien si abre cualquier otro de su buzón de correo.

Recuerde.- Una frase de título electrónica es aquella que resume de manera telegráfica el tema y el contenido del mensaje.

### 3. Los destinatarios

Una de las grandes ventajas del correo electrónico es la facilidad para enviar un mensaje a varias personas simultáneamente. Sin embargo, esta ventaja no está exenta de riesgos. **No hay que caer en la tentación de enviar mensajes a una persona simplemente porque resulte fácil hacerlo.** Debemos considerar primero si todas las personas de nuestra lista de correo necesitan de verdad la información contenida en el mensaje. De este modo, lograremos evitar saturar el buzón de correo de los demás con mensajes irrelevantes, y evitaremos saturar nuestro propio buzón con las respuestas que no necesitaban recibir esa información.

**No hay que dar por hecho que los destinatarios han leído nuestro mensaje, sobre todo si lo hemos enviado a varias personas.** Al igual que nosotros nos saltamos algunos mensajes, debemos pensar que los demás hacen lo mismo. Si adoptamos la costumbre de enviar los mensajes únicamente a aquellas personas a quienes les interesa de verdad, los receptores de nuestros mensajes terminarán por darse cuenta de que nuestros mensajes merecen la pena ser leídos en cuanto se reciban.

Recuerde.- **La lista de correo, o lista de distribución, es la lista de las personas a quienes se envía el mensaje.**

Siempre hay que recordar que si nosotros no sabemos lo que queremos de los destinatarios del mensaje, es poco probable que ellos lo sepan, con lo cual nuestro mensaje les supondrá una pérdida de tiempo. **Por tanto, es importante que seamos concretos acerca de lo que**

esperamos que cada destinatario haga con la información que le enviamos.

Asimismo, no debemos dar por hecho que los receptores harán lo que nosotros pretendemos que hagan. Si les pedimos alguna actuación, debemos solicitar la confirmación de que han leído el mensaje y de que están de acuerdo con hacer lo que se les pide.

Recuerde.- **Hay que tener mucho cuidado al enviar gráficos por correo electrónico. Algunos programas de correo electrónico transforman los caracteres de los gráficos, modificando considerablemente su aspecto.**

#### **4. La redacción del mensaje**

Imaginemos que somos el vicepresidente de una empresa, y que hemos programado una reunión para discutir el aumento de gastos en varios departamentos y el modo de reducir esos gastos.

A la reunión deben asistir tres jefes de departamento, los que tienen exceso de gastos. Otros dos jefes de departamento asistirán para aprender y compartir diferentes modos de reducción de gastos, pero en su caso la asistencia no es obligatoria. El mensaje que podríamos enviar para convocar la reunión sería parecido a éste:

---

Para: Todos los jefes de departamento

De: El vicepresidente de la división

Asunto: Reunión para tratar sobre el exceso de gastos

Se celebrará una reunión, obligatoria para los jefes de los departamentos A, B y C, el 2 de junio de 14.00 a 16.00 horas en la Sala 1 con el objeto de discutir el exceso de gasto observado en esos departamentos. Los demás jefes de departamento pueden asistir a la reunión, o enviar a algún representante, para compartir ideas que conduzcan a la reducción de gastos. Pero en su caso, la asistencia no es obligatoria. Se ruega confirmación de la asistencia por correo electrónico.

---

**Si bien este mensaje incluye la información necesaria, resulta ser menos eficaz de lo que podría. Empleando unos pocos minutos más se podrían enviar mensajes por separado a los dos grupos de jefes de departamento. El primer mensaje podría ser así:**

---

Para: Los jefes de los departamentos A, B y C

De: El vicepresidente de la división

Asunto: Reunión obligatoria sobre el exceso de gastos

Se ruega confirmación, mediante la respuesta a este mensaje, de la asistencia a la reunión obligatoria para discutir el exceso de gastos en sus departamentos y el modo de reducirlo.

Fecha: 2 de junio

Hora: de 14.00 a 16.00

---

**Este es el segundo mensaje que podría escribir:**

---

Para: Los jefes de los departamentos D y E

De: El vicepresidente de la división

Asunto: Reunión voluntaria sobre la reducción de gastos

Voy a celebrar una reunión con los jefes de los departamentos A, B y C para discutir los excesivos gastos producidos en dichos departamentos y el modo de reducirlos. Puede que encuentren interesante la asistencia a nuestra reunión; si es así pueden participar en ella, o enviar a algún representante para que asista a la última hora de la reunión, momento en que se discutirán los medios para reducir gastos. Los detalles de la reunión son:

Fecha: 2 de junio

Hora: 14.00 a 16.00

Lugar: Sala de conferencias 1

---

**En el segundo ejemplo, la petición es mucho más clara que en el mensaje original.**

**Consejo.- Si queremos utilizar diferentes caracteres y tipos de letra para hacer que nuestro mensaje resalte, podemos escribirlo con algún programa de tratamiento de textos y enviarlo como documento adjunto.**

## **5. La respuesta a un correo electrónico**

Existen varias pautas a seguir para responder a un correo electrónico que ahorrarán tiempo y evitarán la saturación del buzón de correo, tanto del nuestro como del de los destinatarios del mensaje.

**-Sólo hay que responder cuando se necesite una respuesta.** Por ejemplo, si nos han enviado una información que vamos a necesitar para un documento en el que estamos trabajando, no será necesario responder al mensaje. El hecho de que esa información aparezca en nuestro documento ya indica que lo hemos recibido y que hemos hecho uso de la información que contenía.

-Para responder a un correo electrónico del que somos uno de los muchos receptores, **no debemos enviar una respuesta a todos los nombres de la lista de correo**. En muchos casos, sólo unos cuantos necesitarán conocer la respuesta. Al enviar el mensaje sólo a las personas a las que les pueda interesar, conseguiremos evitar saturar el buzón de correo de los demás.

-Tras varias idas y venidas del mensaje, el título ya no hará referencia a la información contenida en el mismo. En ese caso, **debemos cambiar el título por otro más adecuado**.

-**La mayoría de los programas de correo electrónico adjuntan el mensaje original a la respuesta**. Sin embargo, podemos, y debemos, eliminar las partes del mensaje original que no sean relevantes para nuestra respuesta. Con ello acortaremos el mensaje.

-Aunque no tenemos que incluir todo el mensaje original, sí deben aparecer todas las frases que sean relevantes para la respuesta de modo que los destinatarios tengan claro siempre a qué estamos contestando exactamente. **No podemos dar por hecho que todos los destinatarios se acuerdan del mensaje original**.

-**Para las respuestas breves, debemos usar el título para enunciarlas**, aunque luego las incluyamos en el mensaje, ya que muchas personas abren los mensajes sin leer su título.

## 6. Cómo reducir la saturación en su buzón

La mayoría de los elementos vistos hasta ahora hacen referencia a la manera de asegurar que nuestro mensaje no sature el buzón de correo de los receptores. Desgraciadamente, esto no resuelve de forma inmediata el problema de la saturación de nuestro propio buzón de correo. Aunque una gran parte de esa saturación sólo se consigue controlar cambiando las costumbres de las personas en cuanto al envío de mensajes, podemos hacer unas cuantas cosas por nuestra cuenta para "limpiar" nuestro buzón y gestionar nuestro correo electrónico de manera más eficaz.

**La herramienta más eficaz de que disponemos es la opción de ordenar los mensajes entrantes**, presente en la mayoría de los programas de correo electrónico. Esta posibilidad de ordenamiento nos permite:

-**Ordenar los mensajes según su origen**. Por ejemplo, podemos agrupar los mensajes de nuestros superiores por un lado, y los de nuestros subordinados por otro. Si se emplea el mismo correo electrónico para asuntos profesionales y para asuntos familiares, se pueden separar los mensajes de índole profesional de los de índole personal o familiar.

-**Ordenar los mensajes según el tema de los mismos**. Imaginemos que recibimos habitualmente mensajes concernientes a dos proyectos diferentes, y que esos mensajes provienen de la misma persona. La solución será ordenar estos mensajes por tema, y no por su origen.

-**Copiar los mensajes según su contenido**.

**Consejo.- Cuando enviamos periódicamente un mensaje a alguien sobre un mismo tema, debemos procurar uniformizar los mensajes para que sean rápidamente reconocibles.**

Además de reorganizar el buzón de correo electrónico con el fin de mejorar nuestra eficacia en el manejo del correo entrante, existen dos cosas que podemos hacer para reducir el volumen de mensajes recibidos:

**-Podemos pedir a a las personas que los envían que nos eliminen de la lista de correo de los mensajes que no resulten relevantes para nosotros.**

## **7. Recapitulación**

El correo electrónico se ha convertido en el principal método de comunicación en la mayoría de las oficinas. Con el correo electrónico también han llegado los problemas, entre ellos el envío masivo de mensajes y una disminución en el cuidado del estílo y de la estructura de esos mensajes, lo que lleva a la proliferación de documentos mal redactados. Sin embargo, si utilizamos la información presentada en esta lección, podemos estar seguros de utilizar todas las capacidades que nos proporciona una herramienta como el correo electrónico.

Recuerde.- Repasemos algunos de los aspectos

**-Al igual que haríamos con cualquier otro tipo de comunicación escrita, antes de enviar un mensaje por correo debemos pensar en nuestro propósito.**

**-Hay que decidir qué personas necesitan recibir la información contenida en el mensaje, y estructurarlo del modo más adecuado.**

**-Debemos utilizar nuestro programa de correo electrónico para ordenar nuestros mensajes, y así poderlos controlar de modo más efectivo.**