
Effectieve zakenbrieven ook per e-mail

Marjan Palm-Hoebé

Vierde druk



Noordhoff Uitgevers

Effectieve zakenbrieven

ook per e-mail



Effectieve zakenbrieven ook per e-mail

Adviezen en oefenopdrachten

Marjan Palm-Hoebé

Vierde druk

Noordhoff Uitgevers Groningen | Houten

Ontwerp omslag: G2K Designers, Groningen

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13,
9700 VB Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

1 2 3 4 5 / 13 12 11

© 2009 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/reprorecht). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978-90-01-84295-6

ISBN 978-90-01-76896-6

NUR 810



Woord vooraf bij de vierde druk

Op de bruiloft van onze oudste zoon – een maand geleden – werden een paar gelukstelegrammen bezorgd. Dat leverde verrassende reacties op. Die hadden niets te maken met de felicitaties, maar alles met het fenomeen ‘telegram’: kinderen vroegen verbaasd wat dat waren en wilden weten hoe dat dan in zijn werk gaat (een sms’je is toch veel gemakkelijker?) en ouderen waren meer verrast over het blijkbaar nog steeds bestaan van zoiets ouderwets als een telegram.

In het voorwoord bij de vorige druk zei ik het al: nergens gaat de vooruitgang zo snel als op communicatiegebied. Die vorige druk is van 2004: toen was er nog geen sprake van mobiel internetten en nu is het heel gewoon; toen werd e-mail vooral nog gebruikt in plaats van telefoontjes of voor korte berichtjes en nu is het een volwaardig zakelijk communicatiekanaal.

Tijd voor een herziening dus. Behalve de gebruikelijke aanpassingen – taalgebruik, voorbeelden en cases moderniseren dan wel vervangen door hedendaagse situaties – is hoofdstuk 1 van deel 1: Kies de beste manier van versturen: traditioneel of per e-mail? nu helemaal toegesneden op het *verzenden* van zakenbrieven. Wanneer kies je voor verzending per traditionele post en wanneer kies je voor verzending per e-mail? Dat verklaart de toevoeging ‘ook per e-mail’ die de titel van *Effectieve zakenbrieven* nu gekregen heeft.

De informatie in dit hoofdstuk is gebaseerd op een enquête onder werknemers bij een aantal uiteenlopende bedrijven waaronder overheidsinstellingen, advocatenkantoren, adviesbureaus en meer commerciële organisaties. Dank aan al diegenen die de tijd en moeite genomen hebben de enquête in te vullen en – per e-mail! – terug te sturen. Het heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan de actualisatie van dit boekje.

Rest mij alle gebruikers weer veel plezier te wensen met het gebruik van *Effectieve zakenbrieven, ook per e-mail*.

Harmelen, voorjaar 2009

Inhoud

Inleiding 9

Deel 1

Adviezen 12

- 1 Kies de beste manier van versturen: traditioneel of per e-mail 15
- 2 Effectieve zakenbrieven: meer dan een kwestie van goed Nederlands 24
- 3 Schrijf klantvriendelijk en servicegericht 28
- 4 Verplaats je in de lezer 33
- 5 Schrijf in overeenstemming met je eigen positie en die van je organisatie 41
- 6 Schrijf gestructureerd 46
- 7 Formuleer effectief 56
- 8 De afwerking: een goede brief heeft stijl 67

Deel 2

Oefenopdrachten 74

- Hoe ga je met de oefenopdrachten om? 77
- 1 Informatie verstrekken 78
 - 2 Goodwill kweken 85
 - 3 Aanbieden van diensten 95
 - 4 Oproepen tot medewerking 100
 - 5 Klachten melden en behandelen 112
 - 6 Slecht nieuws brengen 121

Bijlage: Beoordelingsformulier voor effectieve zakenbrieven 129

Aanbevolen literatuur 130

In goed, praktijkgericht schrijfvaardigheidsonderwijs zijn twee dingen nodig:

- 1 De student moet adviezen, richtlijnen en normen aangereikt krijgen. Deze moeten hem of haar helpen een antwoord te vinden op twee vragen: hoe ziet een goed schrijfproduct (een zakenbrief) eruit en wat moet of kun je doen om zo'n product te vervaardigen?
- 2 De student moet realistische oefeningen aangeboden krijgen. Deze oefeningen moeten zo nauw mogelijk verband houden met de latere beroepspraktijk van de student.

Wat punt 1 betreft: er zijn uitstekende publicaties voorhanden waarin adviezen, richtlijnen en normen voor schriftelijke communicatie zijn opgenomen. Stehouder e.a. (2006) hanteren een proceduregerichte aanpak, waarin de auteurs uiteenzetten welke achtereenvolgende stappen de schrijver moet of kan zetten op weg naar een goed eindproduct. Janssen e.a. (2002) pakt het heel anders aan. Zijn handboek is specifiek op zakelijke correspondentie toegesneden en bevat informatie over hoe de zakenbrief eruit moet zien. Titels van andere publicaties, waarvan de één meer procesgericht is en de ander meer productgericht is, staan bij de aanbevolen literatuur achter in het boek. Wat punt 2 betreft: er zijn niet veel publicaties met een grote hoeveelheid praktijkgerichte *oefenopgaven*. In de meeste adviesboeken zijn oefeningen slechts bijzaak. Daarbij voldoen ze vaak niet aan de specificatie die we onder punt 2 noemen, namelijk: een nauwe band met de latere beroepspraktijk van de student. Herschrijf- of interpunctieoefeningen zijn bijvoorbeeld heel nuttig als het gaat om het verwerven van basisvaardigheden, maar ze vormen natuurlijk niet het oefenmateriaal dat de student adequaat toerust voor zijn of haar latere beroepspraktijk. Om dat doel te bereiken zijn oefenopdrachten nodig die de student in realistische situaties plaatsen, waarin daadwerkelijk gecommuniceerd moet worden.

De noodzaak om de praktijk zo goed mogelijk te simuleren, is de eerste bestaansreden van dit boek. *Effectieve zakenbrieven: ook per e-mail* bevat cases waarin de student geplaatst wordt in de rol van leidinggevende in een bedrijf of organisatie. Deze leidinggevende komt in de cases in aanraking met een probleem dat schriftelijke communicatie nodig maakt. Door deze rol consequent en met overgave te spelen, kun je leren goed met zulke problemen om te gaan en effectief te communiceren.

Een tweede bestaansreden ligt in het verlengde hiervan. Als je brieven leert schrijven die in de praktijk *werken*, dan moet ook *effectiviteit* een consequente richtlijn zijn bij het oefenen van schrijfvaardigheid. Effectiviteit moet dan ook de norm zijn bij het beoordelen van zakenbrieven. In dit opzicht schieten bestaande adviesboeken nog wel eens tekort. Uiteindelijk zijn ze ook geschreven door neerlandici, voor wie goed Nederlands een bijna natuurlijke invalshoek is. Onze ervaring is dat bijvoorbeeld bedrijfskundestudenten het argument 'Dat is geen goede zin' sceptisch aanhoren, maar dat de opmerking 'Dat zal in de praktijk niet werken', hen wel alarmeert. In dit boek wordt consequent vanuit een praktische invalshoek naar zakelijke mail gekeken.

Met deel 1, dat adviezen voor het schrijven van zakenbrieven bevat, willen we bereiken dat je als student gevoelig wordt voor een aantal factoren die het succes van een zakenbrief bepalen. *Volledigheid* is daarbij niet het uitgangspunt, *relevantie* wel. We hebben ons geconcentreerd op zaken die voor aspirant-schrijvers de grootste belemmering vormen op weg naar de goede zakenbrief.

De adviezen zijn dus niet bedoeld als systematische beschrijving van een procedure die je kunt doorlopen op weg naar een goede zakenbrief. Proceduregerichte handboeken als van Steehouder e.a. (2006) bieden de zakelijke correspondent in dit opzicht voldoende houvast. Eventueel kunnen beide boeken in combinatie gebruikt worden. Evenmin zijn de adviezen bedoeld als een uitputtend hoe-het-eigenlijk-hoort voor brieveschrijvers.

Deel 2 bevat de genoemde cases, 34 totaal, verdeeld over 6 categorieën:

- 1 Informatie verstrekken
- 2 Goodwill kweken
- 3 Aanbieden van diensten
- 4 Oproepen tot medewerking
- 5 Klachten melden en behandelen
- 6 Slecht nieuws brengen.

Adviezen

1

- 1 Kies de beste manier van versturen: traditioneel of per e-mail** 15
- 2 Effectieve zakenbrieven: meer dan een kwestie van goed Nederlands** 24
- 3 Schrijf klantvriendelijk en servicegericht** 28
- 4 Verplaats je in de lezer** 33
- 5 Schrijf in overeenstemming met je eigen positie en die van je organisatie** 41
- 6 Schrijf gestructureerd** 46
- 7 Formuleer effectief** 56
- 8 De afwerking: een goede brief heeft stijl** 67

Dit deel bevat acht hoofdstukken met richtlijnen en adviezen voor het schrijven van zakenbrieven. In hoofdstuk 1 geven we informatie over het kiezen van de beste manier van versturen van zakenbrieven: wanneer kies je voor traditioneel en wanneer voor e-mail? In hoofdstuk 2 geven we aan dat het schrijven van een effectieve zakenbrief meer is dan een kwestie van goed Nederlands. We maken daar duidelijk dat een zakenbrief twee soorten doelen dient:

- 1 kortetermijndoelen (het regelen van de zaak in kwestie);
- 2 langetermijndoelen (bijvoorbeeld het kweken van goodwill).

In de daaropvolgende hoofdstukken behandelen we de vraag *hoe* je deze doelen kunt bereiken. In hoofdstuk 3 vragen we om te beginnen je aandacht voor de begrippen *klantvriendelijk* en



servicegericht. In hoofdstuk 4 behandelen we misschien wel de belangrijkste vuistregel voor zakelijke mail: verplaats je in de lezer. In hoofdstuk 5 geven we aan hoe je bij het schrijven ook rekening kunt en moet houden met je eigen positie en met de positie van je organisatie. Hoofdstuk 6 is gewijd aan het structureren van je zakenbrief. Voor verschillende soorten brieven worden structuuradviezen gegeven. Hoofdstuk 7 biedt een aantal adviezen op het gebied van formulering. We beperken ons daarin zeer nadrukkelijk tot die kwesties, waarvan we gemerkt hebben dat ze voor studenten bijzonder problematisch zijn. In hoofdstuk 8 stellen we ten slotte nog enkele kwesties over de verzorging van je brief aan de orde.





Kies de beste manier van versturen: traditioneel of per e-mail

1

Niet altijd is een brief het juiste communicatiemiddel om een boodschap over te brengen. Illustratie 1.1 geeft hiervan een voorbeeld.

Nog stijf van het urenlange autorijden sta je, onwennig, weer in je huiskamer. De burens hebben de planten keurig verzorgd en de post en de kranten liggen netjes gesorteerd op tafel. Verwachtingsvol grijp je naar de stapel brieven en ansichten. De jaarrekening van het gasbedrijf, een winnend lot van de Lotto. HJ doet je de hartelijke groeten uit de Provence. En ook je werkgever heeft klaarblijkelijk aan je gedacht...

Misschien vind je het vreemd, maar we beginnen dit boek over zakenbrieven met het advies in bepaalde gevallen vooral geen zakenbrief te schrijven. Dat de brief van Blackcat beter ongeschreven had kunnen blijven, lijkt ons vanzelfsprekend. Een directeur die zijn personeel ontslag aanzegt, zou moeten beseffen dat een brief, in vakantietijd verstuurd, geen passend communicatiemiddel is. Een toespraak bijvoorbeeld zou persoonlijker en – in dit geval – beter zijn geweest. Niet dat de boodschap daardoor minder hard aangekomen zou zijn, maar de betrokken directeur zou dan tenminste getoond hebben zijn verantwoordelijkheid ten volle te dragen. Door het gekozen communicatiekanaal wekt hij de indruk die verantwoordelijkheid te ontlopen. Heel wat werknemers zullen gedacht hebben dat de directeur hen niet eens onder ogen heeft durven komen.

Ook in andere gevallen kan het verstandig zijn om geen brief te schrijven, of niet *uitsluitend* een brief als communicatiemiddel te kiezen. In een organisatie heb je de beschikking over allerlei schriftelijke en mondelinge communicatiemiddelen. Vraag je – voor je een van die middelen gaat gebruiken – altijd eerst af welk middel het meest geschikt is voor de situatie. Is het nodig dat je een officiële brief schrijft of kun je het af met een memo, een korte notitie of een mailtje? Kun je misschien beter voor een mondeling communicatiemiddel kiezen zoals een telefoontje, een gesprek, een bijeenkomst of een vergadering?



BLACKCAT DROP- EN SUIKERWERKFABRIEKEN B.V.

Uw ref	Onze ref	Datum
	LJG/hs	27 juli 2008

Geachte mevrouw/heer

Zoals u bekend, moest ik u eind maart helaas mededelen dat de omzet ver beneden de verwachting c.q. de prognose voor 2008 bleef.

Het is ons niet gelukt om, ten gevolge van de huidige economische recessie als ook de moordende concurrentie binnen onze branche, de omzet op te vijzelen, waardoor de verkopen maandelijks terugliepen met het gevolg steeds groter wordende verliezen.

Deze gang van zaken heeft mij ertoe gedwongen zelf het faillissement van Blackcat aan te vragen; te verwachten is dat vandaag het faillissement wordt uitgesproken, hetgeen betekent dat het bedrijf definitief gesloten wordt.

Om voor een werkloosheidsuitkering in aanmerking te komen moet u zo spoedig mogelijk een aanvraag indienen bij de Bedrijfsvereniging en tevens dient u zich als werkzoekende te laten inschrijven bij het Centrum voor Werk en Inkomen (CWI). Verdere mededelingen zult u eventueel van de curator ontvangen.

Het behoeft geen betoog hoe zeer ik deze ontwikkeling betreur en ik wil u allen en in het bijzonder diegenen die (ook al voor mijn vader) zich met hart en ziel voor het Blackcat bedrijf hebben ingezet, nogmaals danken voor uw medewerking in de afgelopen jaren.

Ook wens ik u en uw familie veel sterkte in deze komende moeilijke periode en ik hoop oprecht dat het u moge lukken om spoedig een passende functie elders te kunnen vervullen.

Hoogachtend,
BLACKCAT DROP- EN SUIKERWARENFABRIEKEN B.V.


C. Jansen
algemeen directeur

Illustratie 1.1 Voorbeeld slechte keuze van communicatiemiddel

Elk van deze middelen heeft zijn eigen voor- en nadelen. Bij de keuze moet je met allerlei vragen rekening houden. Bijvoorbeeld:

- In hoeverre is de informatie belangrijk?
- In hoeverre is de informatie ingrijpend voor de lezer?
- In hoeverre is de informatie vertrouwelijk?

- Is er haast bij? (Met andere woorden: is het belangrijk dat de lezer de informatie snel heeft en/of wil je graag snel antwoord?)
- Communiceer je intern of extern?
- Wil je een (zo snel mogelijke) reactie?
- Wat is je positie ten opzichte van de ontvanger?

Als het om informatie gaat die belangrijk, vertrouwelijk en/of ingrijpend is voor de ontvanger, dan heeft een persoonlijk gesprek de voorkeur, eventueel aangevuld met een brief. Een personeelsbeoordeling bijvoorbeeld kun je niet (alleen maar) per brief afdoen. Ook als je communiceert over een bevordering of juist het mislopen daarvan, over aanname en ontslag, over gevoelige problemen op het werk, is een brief meestal alleen geschikt als ondersteuning of als vastlegging van informatie: een gesprek is in die gevallen het meest geschikte communicatiemiddel.

Gaat het om een korte mededeling, bijvoorbeeld aan een collega of een goede zakenrelatie, dan is een mailtje of een memo te verkiezen boven een officiële zakenbrief.

Wil je de mening van een aantal mensen tegelijk peilen, dan is een mondelinge vorm zoals een vergadering of bijeenkomst – al dan niet een videoconferentie – het aangewezen middel.

Als je na analyse van de situatie besloten hebt dat een *zakenbrief* het juiste communicatiemiddel is, sta je voor nog een andere keuze: *hoe verstuur je die brief?* Kies je voor de traditionele manier in envelop met postzegel en via een postbedrijf of kies je voor elektronische verzending? De keus voor het een of het ander is niet vanzelfsprekend; een aantal overwegingen en ongeschreven regels spelen een rol bij die keuze.

De grootste pluspunten van versturen per e-mail zijn de snelheid waarmee je je brief onder de aandacht van je lezers kunt brengen, het gemak waarmee je een grote groep kunt bereiken en daarmee samenhangend de lage kosten vergeleken met de traditionele manier van brieven versturen. Als je *vandaag* belangrijke informatie hebt voor een zakenrelatie en je wilt *vandaag* graag een reactie, dan kan dat niet via een traditionele brief en wel via e-mail; als je informatie hebt over een activiteit op de sportvereniging waarvan je secretaris bent, dan is het gemak waarmee je met één klik op 'verzenden' alle leden van de vereniging op de hoogte brengt in de verste verte niet te vergelijken met de rompslomp van de traditionele manier – en in dit geval zijn de kosten ook absoluut niet met elkaar te vergelijken.

Maar niet altijd is de keuze zo gemakkelijk gemaakt. Om te beginnen moet je natuurlijk over het e-mailadres van je lezer(s) beschikken. Dat lijkt een open deur, maar vooral ouderen beschikken nog lang niet altijd over een e-mailadres. Ook heeft een traditionele brief voor veel ouderen een meer formeel en serieuzer imago dan een e-mail: zij vinden het *prettiger* om een traditionele brief te krijgen en te versturen. Een andere groep geeft niet zomaar zijn/haar mailadres aan iedereen: dat zijn mensen die het privé-karakter van een traditionele brief verkiezen boven het meer openbare karakter van e-mail. En voor e-mail bestaat er ook (nog?) niet zoiets als een telefoonboek, waarin je iemands e-mailadres zou kunnen opzoeken.

Het openbare karakter van e-mail brengt ons bij een andere reden om *niet* voor e-mail te kiezen: de aard van de informatie in de brief. Organisaties die vertrouwelijke gegevens versturen, zoals accountantskantoren, banken, advocatenkantoren, de belastingdienst en andere overheidsinstellingen, verstu-

ren vrijwel alles (nog) per traditionele post. Het gaat dan bijvoorbeeld om brieven bij offertes, bij opdrachtbevestigingen, bij facturen; om brieven van de belastingdienst in verband met aangiftes; om brieven bij vertrouwelijke informatie als financiële rapportages enzovoort. In sommige gevallen vereist de wet zelfs dat er een traditionele brief verstuurd wordt of is dat per overeenkomst bepaald.

Ook als het gaat om brieven waarvoor je een ontvangstbewijs wilt of moet hebben, kies je voor een traditionele brief. Dat is dan een zogenoemde aangetekende brief: als die wordt bezorgd, dient de ontvanger een handtekening te zetten als bewijs dat hij of zij de brief daadwerkelijk ontvangen heeft. Meestal wordt voor een aangetekende brief gekozen als de inhoud ervan als bewijs kan dienen. Denk bijvoorbeeld aan een aanmaning: de ontvanger kan dan nooit zeggen dat hij de brief niet gekregen heeft. Ook als je de handtekening van je lezer nodig hebt – onder een contract, een opdrachtbevestiging of een overeenkomst bijvoorbeeld – verstuur je de begeleidende brief en de stukken per traditionele post.

De aard van bedrijven of organisaties speelt hierin overigens wel een rol: hoe geavanceerder of moderner het bedrijf/de organisatie des te eerder er wordt gekozen voor versturen per e-mail. Ook in de hierboven genoemde gevallen: zij maken al veel gebruik van elektronische handtekeningen en beveiligen hun per e-mail verstuurd brieven als het belangrijk is dat de ontvanger geen veranderingen in de tekst kan aanbrengen. Dit kun je bijvoorbeeld doen door een wachtwoord aan je document toe te voegen of van je brief een PDF-bestand te maken, of door gebruik te maken van een inlogcode. Van overheidsinstellingen kun je nou niet direct zeggen dat ze geavanceerd of modern zijn, maar toch versturen ze veel brieven per e-mail als PDF-bestand.

Een met de aard van het bedrijf samenhangend punt is dat veel bedrijven e-mail als iets informeel beschouwen en daarom de voorkeur geven aan de in hun ogen meer formele traditionele brieven.

Nog een paar gevallen waarin niet voor e-mail gekozen wordt: als de brief als begeleidende brief dient bij niet-digitale documenten zoals folders, plattegronden, reisdocumenten en als je als schrijver meer effect wilt bereiken, meer indruk wilt maken of meer aandacht wilt krijgen. Dat laatste is de reden dat vooral veel marketingbrieven nog per traditionele post verstuurd worden: een e-mail is zo gewist, een traditionele brief heb je toch even in je handen. Een voorbeeld: een uitgeverij biedt advertentiepagina's aan in een voor-aanstaand tijdschrift. Als je een traditionele brief stuurt, voeg je daar meteen een paar voorbeelden van pagina's met advertenties bij: je lezer ziet dan meteen hoe een advertentie eruit kan zien. Als je dat per e-mail zou versturen, bestaat de kans dat de lezer niet eens de bijlage opent waarin de advertentievoorbeelden staan. Bovendien werkt het echte advertentievoorbeeld hier ook overtuigender dan de digitale versie. Illustratie 1.2 is een voorbeeld van een brief bij niet-digitale informatie, in dit geval een folder.



Dit gaat als een lopend vuurtje rond ...

Geachte heer of mevrouw,

Terwijl miljoenen mensen de Olympische Spelen op de voet volgen, zijn wij bij Gasservice Utrecht bezig met onze eigen topprestaties. Wij hebben een sport gemaakt van oplossingen voor een behaaglijke woning. Daarvoor zetten wij onze beste 'atleten' in: de hoogwaardige HR-ketels van Bosch en Nefit. Betrouwbare ketels die altijd in een perfecte conditie zijn, die in de loop der jaren een grote groep supporters achter zich hebben gekregen en die professioneel worden gecoacht door onze monteurs. Ook in de categorie duurzaam brengen we een topper aan de start: de zonneboiler van Bosch.

Het mooie is, dat we u en uw straatgenoten met deze ketels en zonneboiler een fantastisch aanbod mogen doen. Wat dat aanbod inhoudt, leest u in de bijgaande folder. Daarin staat ook hoe u zich extra voordelig kunt verzekeren van twaalf jaar zorgeloos genieten van uw HR-ketel én hoe u op een aantrekkelijke wijze een ketel of zonneboiler kunt huren bij Gasservice Utrecht.

Mocht u hier nog vragen over hebben, dan kunt u natuurlijk altijd contact met ons opnemen via (030) 635 88 02.

Met vriendelijke groet,

Gasservice Utrecht

Drs. John J.M. van den Dungen
Adjunct Directeur

GASSERVICE



 **BOSCH**
Technologie voor het leven

 **NEFIT**

Illustratie 1.2 Voorbeeld van een brief die het best per traditionele post verstuurd kan worden: bij versturing per e-mail bestaat de kans dat de lezers de folder, die als bijlage wordt meegestuurd, niet openen.

In dit geval ziet de lezer de folder meteen en dat draagt sterk bij aan de overtuigingskracht van de brief. Was de brief per e-mail verstuurd dan zouden veel lezers de bijlage waarschijnlijk niet eens openen, omdat ze de brief als 'reclame' kunnen zien.

Samenvattend kun je zeggen: *hoe belangrijker, hoe officiëler, hoe vertrouwelijker de inhoud van de brief, des te eerder kies je voor de traditionele manier van versturen.*

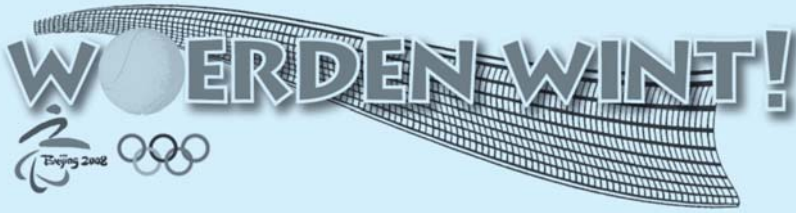
Wanneer kun je dan kiezen voor het digitaal versturen van een zakenbrief? Eigenlijk is het antwoord simpel: in alle andere gevallen. Dus bijvoorbeeld bij verzoeken om informatie, bij verzoeken om deelname aan congressen of vergaderingen of verzoeken om sponsoring, kies je voor versturen per e-mail. Ook opdrachten, opdrachtbevestigingen, informatie over allerlei zaken, bevestigingen van afspraken, uitnodigingen enzovoort kunnen per e-mail verstuurd worden. En verder alle overige correspondentie met zakenrelaties.

Twee criteria verdienen hier nog apart aandacht: *snelheid* en *hoeveelheid lezers*. We noemden ze al eerder. Vaak wordt voor versturen per e-mail gekozen, omdat de lezer dan sneller op de hoogte is van wat je te melden hebt. Ook als het niet uitmaakt of een brief per traditionele post of per e-mail wordt verstuurd, wordt in de praktijk eigenlijk altijd voor e-mail gekozen omdat de brief de lezer dan sneller bereikt. Vaak ook wordt omwille van de snelheid een brief ingescand of wordt er een PDF-bestand van gemaakt en dat wordt vervolgens per e-mail verstuurd, terwijl de papieren versie alsnog op de traditionele manier wordt verstuurd omdat men dat wel zo netjes vindt. Vooral meer formele bedrijven als overheidsinstellingen, advocatenkantoren en dergelijke werken op deze manier.

Snelheid van versturen speelt ook een rol als het om (politiek) gevoelig liggende informatie gaat: daar moeten de betrokkenen snel van op de hoogte zijn, eerder dan dat ze die informatie in de wandelgangen horen. Ook als het gaat om informatie die snel uit kan lekken, is het belangrijk die zo snel mogelijk aan de betrokkenen te melden. Denk bijvoorbeeld aan het begin van de kredietcrisis, toen de Nederlandse regering eind 2008 Fortisbank-Nederland overnam en de Fortismedewerkers dat nieuws op hun werk te horen kregen via sms'jes van kennissen en familieleden die via de media al op de hoogte waren. Een brief per e-mail aan de medewerkers had veel onrust kunnen wegnemen. Bovendien is het niet bepaald netjes dat zij het nieuws van derden moesten horen.

Ook bij brieven die voor meerdere lezers bestemd zijn is het voordeel van versturen per e-mail groot. Illustratie 1.3 is hiervan een mooi voorbeeld: deze brief is geschreven aan de leden van een aantal tennisverenigingen. Via e-mail kun je heel eenvoudig en goedkoop een grote groep lezers bereiken.

WOERDEN WINT!



Beste allemaal,

Van **18 tot en met 21 september 2008** organiseren de tennisverenigingen in de gemeente Woerden in samenwerking met **Eltingh Haarhuis Tennis & Events** een waar tennisfeest in de binnenstad! **Op het Kerkplein worden twee tijdelijke tennisbanen aangelegd.** Eén van de hoogtepunten van dit tennisfeest is een **clinic verzorgd door Sjeng Schalken op vrijdag 19 september.** Houd 18 tot en met 21 september dus vrij in je agenda!

Onder het motto "Woerden Wint" vragen we aandacht voor sport in het algemeen en de tennissport in het bijzonder. Deze actie is bedacht om 3 dingen aan elkaar te koppelen:

- Een eerbetoon aan de Paralympische rolstoeltennissters Esther Vergeer & Jiske Griffioen
- Het promoten van de kansen en mogelijkheden van het rolstoelstennis
- Tennissport in de gemeente Woerden in de spotlight zetten

Het programma voor dit tennisfeest is in de maak; wat wij in ieder geval kunnen verklappen is dat, naast de clinic gegeven door Sjeng Schalken, op **zaterdag 20 september diverse clinics worden verzorgd door Eltingh Haarhuis Tennis & Events.**

Wij kijken met zijn allen uit naar dit fantastische tennisfeest en wij rekenen op jouw aanwezigheid, want dit wil je gewoonweg niet missen!

Houd je mail en de website in de gaten; binnenkort wordt het programma bekendgemaakt en kun je je inschrijven voor de clinics. Want wie wil er nu niet tennissen op het Kerkplein in Woerden?

Tot dan...

Eltingh Haarhuis
Tennis & Events

Illustratie 1.3 Voorbeeld van een per e-mail verzonden brief.

Nog twee voorbeelden van ge-e-mailde brieven: van de Consumentenbond aan haar leden en van de rechtenfaculteit van de Universiteit Leiden aan toekomstige studenten. Voorbeelden van snel en goedkoop een grote groep bereiken.

Geachte heer, mevrouw Palm,

Overstappen of blijven? Vanaf vandaag helpt onze Zorgvergelijker 2009 u kiezen! Deze week onthuld: de Beste Zorgverzekeraar. Handig om mee te nemen bij uw keuze. Meer handige tips over zorgzaken? Lees ons 'hoofdpijdossier' en word wijzer met onze medicijnwijzer.



Zit u nog goed in 2009?

Misschien bent u tevreden over uw huidige zorgverzekeraar en hoeft u niet te switchen. Met de Zorgvergelijker 2009 ziet u of u nog goed zit in 2009 óf dat u beter af bent bij een andere zorgverzekeraar. Vergelijken kan op vier manieren!

En de winnaar is...

Deze week onthuld: de Beste Zorgverzekeraar! Om tot deze benoeming te komen, voerde de Consumentenbond samen met NIVEL een grootschalig onderzoek uit onder zorgverzekeraars. We vergeleken hen onder andere op declaratieafhandeling, telefonische bereikbaarheid én zorginkoop. Nieuwsgierig?

Pillen of poli?

Hoofdpijn is wereldwijd een kopzorg. Een pilletje kan wonderen doen, maar als dat niet meer helpt biedt een poli wellicht uitkomst. Lees ons hoofdpijdossier.

Medicijnen van a tot z

Welk medicijn helpt nou écht bij deze aandoening? Raadpleeg onze medicijnwijzer. Een handig alfabetisch medicijnenoverzicht dat u een inzicht geeft in de werkzame stoffen.

Met vriendelijke groet,
Consumentenbond

Felix Cohen
algemeen directeur



De Zorgvergelijker 2009 geeft raad!

Illustratie 1.4

Beste Silvia,
Je hebt aangegeven belangstelling te hebben voor een meeloopdag **rechten** op onze faculteit. De meeloopdagen zijn met kleine groepjes van maximaal 10 scholieren en persoonlijke begeleiding van een ouderejaars. De eerstvolgende meeloopdagen zijn gepland op **maandag 27 oktober, dinsdag 4 november, maandag 17 november of maandag 15 december a.s.**

Zo'n dag ziet er dan ongeveer als volgt uit:
11.30 uur ontvangst in het Visitors' Centre (station Leiden)
12.00 uur lunch in het Kamerlingh Onnes Restaurant
13.00 uur (deel van) college
14.15 uur facultatief programma, bijv. rondleiding door ons gebouw, bibliotheek bekijken, rondwandeling in de buurt, naar Academiegebouw, studievereniging, etc.
15.30 uur einde programma

Gedurende de dag word je begeleid door een ouderejaarsstudent. Hij/zij kan je alles vertellen over de studie, de faculteit, de stad en het studentenleven. Gedurende het hele programma krijg je voldoende gelegenheid om vragen te stellen, de lunch regelen wij voor je.

Laat me graag zo snel mogelijk weten of je nog geïnteresseerd bent **en voor welke datum**, ongeveer een week tevoren krijg je dan een definitieve bevestiging en verdere informatie over de ontvangstlocatie, de ouderejaarsstudent, etc. Stuur me hiervoor ook even je **huisadres**.

Ik hoop je voldoende geïnformeerd te hebben,
Met vriendelijke groet,
Fien Speksnijder
Coördinator meeloopdagen

Illustratie 1.5

Bedrijven gaan overigens ook steeds meer uit *milieuoverwegingen* brieven per e-mail versturen: bedenk maar eens hoeveel papier en inkt dat scheelt. Er zijn bedrijven die om die reden onderaan iedere mail een vaste boodschap hebben staan, zoals bijvoorbeeld PriceWaterhouseCoopers: 'Help verspilling tegen te gaan, denk aan het milieu voordat je besluit deze mail te printen'.

Nog een laatste opmerking over het versturen van je zakenbrief per fax: ook de fax wordt nog altijd gebruikt. Er zijn gevallen waarin die de voorkeur heeft boven een traditioneel verstuurd of ge-e-mailde brief. Bijvoorbeeld als je snel een handtekening nodig hebt onder een brief en de lezer niet over een digitale handtekening beschikt of als er een stempel nodig is op een brief.

Bij de cases in deel 2 krijg je steeds de vraag: hoe zou je deze brief versturen? Op basis van de informatie hiervoor kun je deze vraag beargumenteerd beantwoorden.