



البريد الإلكتروني

كنتَ تعمل في أحد المشروعات، فوصلتَ إلى نقطةٍ تحتاج فيها إلى مشورةٍ أحدِ زملائك في دائرةٍ أخرى. استعملتَ البريدَ الإلكتروني باعتباره وسيلة اتصال نظامية في شركتك. وبعد تبادلٍ عددٍ من الرسائل الإلكترونية بقيت المشكلة دونما حلٍّ؛ فماذا تصنع؟ بعد أخذٍ وردٍّ عبر البريد الإلكتروني في الموضوع نفسه، يوحى إليك بروتوكول الحاسوب إما التحدُّث مع زميلك عبر الهاتف، وإما الذهاب إليه شخصياً. وبالفعل فإن الاستمرار في تبادل الرسائل الإلكترونية يدلُّ على أن الموضوع كثير التفرُّعات أو شديد التعقيد، ولا يمكن معالجته عبر المراسلات، بل يتطلَّب عنصراً بشرياً.

لقد تطوَّر البريدُ الإلكتروني والإنترنت بصفتهما من الابتكارات ذات التقانة العالية. وعندما استُعملا وانتشرا جيداً أصبحا فعَّالين، ولهما تأثير كبير، وتغيير دائم في كيفية إدارة الأعمال وتعاملاتها.

عندما بدأت عملي، أذكر أنني اشتريت قوائم تتضمن أسماء صانعي القرارات لشركاتٍ مختارة. وكنتُ أنشئُ الرسائل، وأسهر طوال الليل وأنا أنسخ هذه الرسائل على الآلة الكاتبة، وأضعها في المغلفات، وأسجّل هذه المغلفات، وأختمها، وأضع الطوابع عليها. ثم ظهرت الإنترنت، فحلَّ معظمُ بريدي في صفحة الوب الخاصة بي، وبدأتِ المكالماتُ تنهال عليَّ من جميع البلدان، تستفسر عن برامجنا وخدماتنا. وهكذا غيرتِ الإنترنت والبريدُ الإلكتروني أساليبَ إدارة معظم الأعمال.

البريدُ الإلكتروني سريعٌ وفعالٌ واقتصادي، وقد أصبح وسيلةً اتصالٍ لا يكاد يخلو منها مكان، وتتيح لجميع الناس في العالم كلَّه الاتصال فيما بينهم. فيما مضى، كانت الأسابيع أو الأيام تنقضي وسط أكداس مواعين الورق -من الرسائل، والفاكسات، والمكالمات الهاتفية، والرسائل البريدية- ولكنها تلاشت كلها تقريباً بفضل الانتشار الواسع للبريد الإلكتروني. ولربما كان البريدُ الإلكتروني والتقاناتُ الإلكترونية أكثرَ الابتكاراتِ التقنية أثراً في الاتصالات في مجال إدارة الأعمال منذ ظهور الهاتف.

وهذا يعني أن التحديَّ ما زال قائماً من أجل تكييف القوانين التقليدية مع قضايا التقنية العالية المعاصرة؛ فقد جاء البريدُ الإلكتروني ومعه مجموعةٌ من التحديات. وبسبب الانتشار الهائل له، فقد أسيء استعماله، واستعمل لأغراضٍ سيئة كذلك. والبريدُ الإلكتروني، شأنه شأن أيِّ أداة مفيدة، يجب تنمية المهارة في استعماله، وصقلها، وممارستها، والتمكّن منها. ومن الضروري أن نستعمله بحكمةٍ وفعالية. وإنَّ الخبيرَ بإدارة

الأعمال لن يستعمل هذه التقانة بصفتها وسيلة اتصال فحسب، بل بوصفها وسيلة لتعزيز وتطوير علاقات العمل. وعندما يُستعمل البريد الإلكتروني بمهارة، فلا شكَّ في أن آداب السلوك المتعلقة به تكون أداة فعَّالة في إدارة الأعمال.

سؤال: متى يتعين استعمال البريد الإلكتروني؟

الجواب: لا توجد هنا قواعد صارمة، وغالباً ما يعتمد الأمر على الزبون أو الشخص الذي تتعامل معه. فعندما تصوغ علاقة عملٍ جديدةً اطرح هذا السؤال: «كيف تفضّل أن يكون الاتصال؟ عبر البريد الإلكتروني أم باستعمال المراسلات الورقية؟» وبذلك يصبح ما يفضّله الزبون معروفاً. على أن السؤال بحدّ ذاته يُظهر احترامك له، ولما يفضّله، وأنك لم تفترض أيّ شيءٍ مقدّماً في أثناء عملية بناء العلاقات، مع الاستمرار في محاولة إظهار الاحترام وبناء الثقة.

ومع أن معظم المحترفين اليوم يستعملون البريد الإلكتروني، فلا تستغرب إن طلبت منك نسخة ورقية للوثيقة نفسها إضافة إلى نسخة البريد الإلكتروني. وبالمثل، لن يبدو مستغرباً أن تسأل إن كان الزبون يفضّل النسختين معاً. وذلك لأن حبّ الاستطلاع قد يدفع الشخص إلى معاينة وُلمس ما يتعلّق بك فعلياً من مثل بطاقة عملك، وكراسة الدعاية الخاصة بك، وعروضك التقديمية. وربما يُثمن نوعية الورق، والطباعة، والنقش وغيرها من الأشياء التي تعطي صورةً عن شخصيتك وعن الشركة التي تمثّلها.

يمكن بناءً وتصميمُ البريد الإلكتروني ومواقع الوب بحيث تظهر بمظهرٍ مثير، وتحمل بعض المزايا والخصائص الفريدة والجميلة. ومع ذلك، فأنا أؤيد بقوة الفكرة القائلة بأن بطاقات العمل وكراسات الدعاية ولون الورق المستعمل ونوعيته، يمكن أن تلم على الأشخاص وعن شركاتهم أكثر بكثير من البراعة التقنية الكبيرة لأي موقع على الوب. هل يستعملون نوعية جيدة من المواد؟ وهل وضعت المعلومات بصورة احترافية؟ ذلك أن اختيار نوعية المواد تعبر عنك وعن شركتك.

يمكن تبادل معلومات معينة عن طريق البريد الإلكتروني، ولكن الوثائق ذات السرية والحساسية العالية يجب تبادلها عن طريق الهاتف، أو الفاكس، أو شخصياً. علماً بأنه لا توجد قواعد صارمة أو ثابتة تتعلق باستعمال البريد الإلكتروني في هذا الجانب. فهذه مسألة شخصية، والحدز هو عنوانها الرئيسي. تقول إحدى القواعد المهمة في البريد الإلكتروني: لا تكتب في البريد الإلكتروني شيئاً لا تحب رؤيته في الصفحة الرئيسية لصحيفة شهيرة. ومن ثم، فإذا بدا لك أن في استعمال البريد الإلكتروني أدنى احتمال لوقوع أي ضررٍ مهما كان طفيفاً، فلا تستعمله.

من الوسائل التي تجعل عملية كتابة المراسلات التجارية بالبريد الإلكتروني أكثر فعالية، أن يكون عنوان الموضوع مباشراً ومختصراً. ذلك أن عنوان الموضوع يعطي انطباعاً أولياً عنك وعن القصد من مراسلاتك. لا تعول على عنوانك الإلكتروني وحده. عرف بنفسك للمتلقى باستعمال عنوان موضوع مباشر وصريح. ذلك أن أصحاب

الأعمال ينقرون بسرعة زراً صندوق البريد الوارد، ويحدّدون بنظرة عجلى البريد الذي سيقروونه والبريد الذي سيحذفونه. فإن وُجد في عنوان الموضوع ما يدعو إلى الغرابة أو الشكّ حُذِفَتِ الرسالة أو عُدَّت من البريد المزعج، وذلك لأنّ التقانة العالية لاستعمال الفيروسات وغيرها من تقانات التخريب أصبحت أموراً جديدة. لذا ينبغي أن تكون الرسالة الإلكترونية التي نفتحها مميّزة بأنها من المراسلات التجارية. وغالباً ما يكون عنوان الموضوع هو المكان الوحيد لوضع هذه المعلومة. تجنّب إرسال موضوعات هزلية، أو سلسلة من الرسائل الإلكترونية، أو صلوات، أو قصائد شعرية، أو غيرها من الرسائل التي لا يتعلّق مضمونها بموضوع العمل. تعامل مع البريد الإلكتروني بموضوعية وجدّية.

قبل الضغط على زر الإرسال

استعمل عبارات التحية والترحيب؛ ففي حين أن كثيرين من أصحاب الأعمال راضون بالبريد الإلكتروني، فإنه مازال وسيلة اتصالٍ مجردة من الصفات الشخصية تماماً. حاول تطويعها وإضفاء الصفة الإنسانية عليها، وذلك بمعاملتها معاملة الرسائل العادية. استعمل عبارة ترحيب من مثل: «عزيزي فلان»، أو «صباح الخير»، أو «تحياتي». فهذا كلّه يتّسم بالاحترام والقبول. واختتمّ رسالتك كذلك بعباراتٍ مماثلة لما تختتم به رسائلك التقليدية، من قبيل: «مع خالص أمنياتي»، أو: «مع تهانيّ الحارة»، أو: «صديقك المخلص...». أنا شخصياً أميل إلى استعمال العبارة: «مع فائق الاحترام، المخلصة...». عند اختتام الرسالة. وقد

أحببتها في مثل هذه الحالات، لأننا نادراً ما نجدها في الرسائل، ولأنك إذا كنت تعني مضمونها، فستكون متميزاً عن الآخرين باستعمالك سلاماً فريداً مفعماً بالاحترام.

استعمل المدقق الإملائي في أثناء تحرير الرسالة؛ إذ لا مسوغ لوجود أخطاءٍ مطبعيةٍ في مراسلات البريد الإلكتروني. علماً بأن معظم برمجيات الكتابة تتضمن مدققاً إملائياً.

إن وجود أخطاءٍ مطبعيةٍ في رسالتك الإلكترونية تعني لمتلقيها أنك لم تكلف نفسك ولو بضع ثوانٍ إضافية كي تضمن عدم وجود أخطاءٍ فيها. ولا شك في أن إرسال أي رسالةٍ تتضمن أخطاءً إملائيةً لا تنطوي على صورةٍ إيجابية.

لتكن رسائلك الإلكترونية قصيرة، لأنه إذا زاد طولها على شاشةٍ واحدة قد تصبح غير ملائمةٍ للعرض بصورةٍ مثلى، إلا إذا جعلتها من المرفقات، وهذا يقتضي ضمناً أن تكون وثيقةً طويلة. وليكن معلوماً أن البريد الإلكتروني وسيلةٌ اتصالٍ فعالة في عالم الأعمال، ولكنه ليس الوسيلة الوحيدة. فالفاكس وخدمة البريد التقليدي وسيلتان جيدتان ومقبولتان تماماً تضمنان نقل المعلومات بدقة. وربما كان البريد السريع أفضل وسيلةٍ لإشعار الطرف الآخر بمدى جدّيتك. فالتوصيات الرسمية مثلاً تُرسل بواسطة البريد السريع حتماً. وإياك أن تشعر بأنك مجبرٌ على استعمال البريد الإلكتروني إذا كانت الوسائل الأخرى أشدَّ تأثيراً وأكثر ملاءمةً لطبيعة الوثيقة المرسلة وطولها.

استعمل رموزَ التعداد النقطي لَلْفَت انتباه القارئ؛ فمعظم أصحاب الأعمال يفضلون طباعة الرسائل الإلكترونية بغية قراءتها، وربما الكتابة عليها. وفي جميع الأحوال، تأكد أنك قمت بإعداد صفحة الرسالة وبنيتها إعداداً جيداً، مراعيًا الفراغات ورموز التعداد النقطي وغيرها من الوظائف، كي تظهر الوثيقة بصورة واضحة واحترافية. تبرز رموزُ التعدادِ النقاطُ الأساسية لرسالتك، وكذلك فإن استعمال التعداد الرقمي مفيدٌ وفعال. ويحسنُ التنبه هنا إلى أن أرقاماً معينة تُعدُّ في بعض البلدان غير محببة أو مشؤومة، لذا فإن استعمال العلامة النجمية هو بديلٌ حياديٌّ جيدٌ واحترافيٌّ. ضع مسافةً فاصلةً مناسبة بين الفقرات، وتجاوز بعض السطور زيادةً في الإيضاح.

استعمل قواعد الكتابة الحقيقية؛ فقد ابتدع المحترفون الشباب في هذه الأيام لغةً كتابيةً جديدةً يميلون إلى استعمالها في اتصالاتهم. لاحظ أن اختزال نص الرسالة - وغيره من الخدع اللغوية غير الجادة المتعلقة بتهجئة الألفاظ أو قواعد الكتابة - لا يصلح إلا في الاتصالات غير الرسمية المتسمة برفع الكلفة، وهو غير ملائم البتة في عالم الأعمال. وهكذا فإن استعمال عبارات في الرسائل الإلكترونية من مثل: «CUL8R» [أراك لاحقاً = see you later] في سياق رسالة عملٍ رصينة لن تثير في نفس المتلقي شعوراً بالثقة تجاه المرسل.

عندما ظهرَ البريدُ الإلكتروني أول مرة، كنا نَسْتعمل الحروفَ الصغيرة lowercase في كتابة عنوان البريد الإلكتروني، وكنا مضطرين لاتباع ذلك البروتوكول. أما الآن، فيمكننا كتابة العنوان بحروفٍ صغيرة

وكبيرة بطريقتي إيجابية. عند كتابة الاسم في نافذة العنوان، يكتب بحرف كبير uppercase كلُّ من الحرفُ الأول للاسم الأول والحرف الأول للاسم الأخير للشخص المقصود. إن التزام هذه التفضيلات الدقيقة - حتى في وسائل الاتصال المجردة من أيِّ ميزات، كالبريد الإلكتروني - يمكن أن يكون أداة فعالة للمساعدة على جعلك متفرداً. وفي حين أن استعمال الحروف الصغيرة عامٌ إلى حدٍّ ما، فليس من الخطأ استعمالها في عناوين البريد الإلكتروني أو في متن الرسالة الإلكترونية. ولكن كتابة الحرف الأول لاسم الشخص المخاطب بحرف كبير يتضمن لفظة إيجابية، ويظهر احترامك له. إنها لفظة صغيرة، ولكنها تساعد على بناء صورة إيجابية عن احترافتك ومعرفتك الدقيقة بالتفاصيل وقواعد العمل الصحيحة، وتساعد كذلك على إظهار مدى احترامك للآخرين.

إذا قررت استعمال البريد الإلكتروني بصفته وسيلة اتصال بالزبائن، فيمكنك استعماله فعلياً في أيِّ حالة من حالات الاتصال، ويمكنك أيضاً الاستفادة منه بوصفه أداة للتعريف بنفسك أو بشركتك، مع مراعاة الأسلوب الرسمي والسلوك المتعارف. وأنا شخصياً أشجع استعمال الألقاب الفخرية مثل: السيد، أو الأنسة، أو الدكتور، أو الأستاذ. وحتى لو كانت علاقتك الخاصة بشخص ما تسمح لك بمخاطبته باسمه الأول، راع في مراسلاتك الرسمية معه جانب التحفظ، وخاطبه باستعمال لقبه الفخري، ما وجدت ذلك مناسباً.

وقد بات تقديم الأشخاص عن طريق البريد الإلكتروني أكثر شيوعاً في مجال الأعمال في هذه الأيام، ومعظم أصحاب الأعمال المتمرسين لا

يجدون غضاضةً إذا اتصل بهم شخصٌ مجهول عبر البريد الإلكتروني. ومع ذلك، عليك أن تحاول، قدر المستطاع، الحصول على اسم طرفٍ ثالثٍ مشتركٍ واستعماله للمساعدة على التمهيد للتقديم. وعندما ترسل رسالتك الإلكترونية بعد ذلك، استعمل اسم الشخص في مطلع الرسالة: «أشكر السيد جاك جونسون على اقتراحه بأن أتصل بكم مباشرة». تذكر أن الرسائل الإلكترونية تُقرأ بسرعة؛ لذا فإن التحدي الذي يواجهك هو أن تلفت نظرَ القارئ منذ البداية، والأوجهتك عواقبُ الاستبعاد السريع لها. وبناءً على ذلك، فإن الإعدادَ الاحترافي والعرض، وأسلوبَ الكتابة، وطولَ الرسالة كلُّ ذلك يستحقُّ اهتمامك الشديد لكي تكسب الثقة وتنال الاحترام.

يُستعمل البريد الإلكتروني أيضاً في علاقات العمل الموجودة سابقاً، وهو مناسبٌ تماماً لمتابعة الاجتماعات، وتثبيت المواعيد وتحديثها، وما شابه ذلك. ومع ذلك، ينبغي مراعاة قواعد آداب السلوك في البريد الإلكتروني، حتى في إطار علاقات عملٍ قائمة في الأصل.

وكما هو الحال دائماً، ليكن عنوانُ الموضوع واضحاً ودقيقاً وسهلاً الفهم. وكثيراً ما يكون من المفيد استعمال كلمة مفتاحية لهذا الغرض مثل: اسم المشروع وتاريخ المراسلة، فهذا يسهل على رجال الأعمال المشغولين متابعة الأمور في أثناء سير المشروع.

الجأ دائماً إلى عبارات الترحيب والتبجيل الرسمية، ما لم تدع الحاجة إلى خلاف ذلك. وتذكر أنك تسعى لكسب الثقة، وأنت بحاجة إلى توطيدها. فإن كنت في ريب، فعليك بالسؤال دوماً.

تكيّف مع أسلوب الشركة وثقافتها، مع المحافظة على أسلوبك الشخصي. فمن المهمّ المحافظة على معايير الخاصة ومستوى احترافتك؛ فالزبائن إنما جاؤوا إليك لاحترافتك العالية في ميدان عملك. تذكّر دوماً أن غايتك تتمثّل في بثّ روح الثقة وإظهار الاحترافية. وفي حين أن الشركة التي هي أقلّ اهتماماً بالرسميات لا ترى غضافةً هي الأخرى في استعمال الأسماء الأولى في مراسلاتها بالبريد الإلكتروني، فعليك أن تقاوم إغراء الحميمية المفرطة مع أيّ شخص، ولا سيما في مراسلات البريد الإلكتروني. وعليك أن تحترم وقت القارئ، وأن تكون رسالتك مختصرة، حتى في حالة وجود علاقة عمل سابقة. استعمل رموز التعداد النقطية للفقرات المهمة في رسالتك لتسهيل قراءتها، وبعّد بين الأسطر، وحاول ألاّ تتجاوز إطار الصفحة الواحدة، وتجنّب المعلومات الغريبة.

هل يُستعمل البريد الإلكتروني في رسائل الشكر؟ نعم، مع ملاحظة أنّ ذلك يعتمد إلى حدّ بعيد على ثقافة الشركة. فبعض الشركات تمتاز بثقافتها الإلكترونية وتفضّل البريد الإلكتروني، وأن ترسل جميع المراسلات الأخرى بوسائط إلكترونية. تعرّف الشركات التي تفضّل المراسلات الإلكترونية، والتي تستعمل التقانة كوسيلة اتصال رئيسية، ولكن إجابتك وفقاً لذلك. ومن الواضح جداً أن توجيه رسائل الشكر بالبريد الإلكتروني إلى هذه الشركات أمر مناسب تماماً. ومع ذلك، فقد تُؤوّل رسائل الشكر المرسلّة بالبريد الإلكتروني إلى أوساط مؤسساتية أكثر عنايةً بالرسميات، بأنها قليلة الاحترام. على حين أن

رسائل الشكر المكتوبة بخط اليد باستعمال قرطاسية فاخرة، وحبير أسود احترافي (الحبر الأزرق يُستعمل في المراسلات الاجتماعية)، وطوابع بريدية تقليدية بدلاً من الختم البريدي، تدلُّ على الاحترام ومراعاة القواعد المتبعة.

وفي هذا السياق، فإن إرسال رسالة شكر بالبريد الإلكتروني بالتوازي مع رسالة خطية رسمية باستعمال قرطاسية فاخرة، يُعدُّ إجراءً حسناً، ويقابل بالتقدير والإعجاب دوماً، ويعطي فرصةً أخرى، لك ولشركتك، للتقرب من الزبون مرةً ثانية. لذا عليك الاستفادة من كلتا الوسيلتين.

أذكر أنني سافرتُ إلى نيويورك للعمل في شركة تُعرَف رسمياً بأنها إحدى شركات المحاسبة «الثماني الكبريات». وكان من بين الشخصيات التنفيذية في حلقتنا رئيسُ الشركة وزوجته. ولما عدتُ إلى مكنتي في بوسطن في اليوم التالي، وصلتني رسالة إلكترونية من رئيس الشركة، يشكرني فيها على تجشُّمي عناء السفر إلى نيويورك، ويُعلمني أنه هو وزوجته ومديرو الشركة قدروا مشاركتي في الاجتماع حقَّ التقدير. شعرتُ بالبهجة والامتنان لأنَّ شخصاً قديراً بذل جهداً ووقتاً في إرسال رسالة شكر بهذه السرعة! ومع أن رسالة الشكر كانت بالبريد الإلكتروني، فإن كتابة رسالة شكر شخصية باستعمال قرطاسية فاخرة، وإرسالها بواسطة مكتب البريد الأمريكي، بعد تسلُّمي رسالة الشكر الإلكترونية، أمرٌ غير مناسب البتة، وقد يحمل في طياته شيئاً من الترفع. وبدلاً من ذلك، ضغطتُ على زر «الإجابة»، ووردتُ عليه بالوسيلة نفسها، وشكرته

على دعوته. وكذلك انتهزتُ فرصة التعبير عن الشكر ثانيةً على غلاف الرسالة المرفقة بقائمة الحساب. وهكذا فإن الإجابة باستعمال الوسيلة نفسها أمرٌ مناسبٌ في عالم الأعمال لتوفير الاتصال. والغاية هي دوماً تنمية العلاقات.

ولا بدَّ كذلك من أن تعرف أساليب الأشخاص الذين تتعامل معهم وأفضلياتهم، وأن تتكيف معها. فإذا كنت تتعامل مع شركة تقليدية، فإن استعمال البريد الإلكتروني يمكن أن يحتلّ دوراً مهماً في عملية تبادل رسائل الشكر. فمثلاً، يمكنك بعد الاجتماع أن تعود إلى مكتبك، وترسل رسالةً إلكترونية سريعة. واعلم أنه كلما تأخّر وقت الإرسال، قلَّ أثر اللفتة المرجوة من الرسالة. ومن المناسب أن يكون مضمونها نحو: «بالطبع سأبعث إليكم رسالة في وقت لاحق، لكنني لم أستطع مقاومة رغبتني في إرسال هذه الكلمة الصغيرة على وجه السرعة، لأعبر فيها عن شكري لكم إذ أتحتم لي فرصة الاجتماع بكم اليوم». وبهذه الطريقة، يكون البريد الإلكتروني قد أفاد بأن وضعك في ذاكرتهم مرةً ثانية، وخلف بصمةً أخرى لك ولشركتك، وأظهر كذلك تقديرك الصادق لجهودهم وللوقت الذي بذلوه للقاءك؛ فالوقت من ذهب. لقد قدّموا إليك هديةً ثمينة هي: أنفسهم. لذا ينبغي أن تعبر عن شكرك وتظهر تقديرك بكلمة شكرٍ لهؤلاء الأشخاص بالسرعة الممكنة بعد الاجتماع مباشرة. وفي الوقت نفسه، عليك أن تعلمهم بأنك ستبعث إليهم رسالة شكرٍ أصولية أيضاً.

وعندما تصل هذه الرسالة بالبريد، تكون قد حصلت فرصة أخرى لوضع علامة إيجابية عنك وعن شركتك، وبذلك تُخلف انطباعين إيجابيين، وتجعل نفسك متميزاً.

البريد الإلكتروني الدولي

عندما تتصل بأشخاص من دولٍ أخرى، وخاصةً من آسية، احرص على أن تتعامل معهم بإحساسٍ مرهف، وأن تتخذ أسلوباً رسمياً جداً؛ ذلك لأنهم شديدو التعلُّق بالطقوس والشعائر، ويبالغون في الاحترام والتمسُّك بالعادات والتقاليد. وينبغي أن تكون طريقتك في العمل رسميةً وقريةً من الطقوس والشعائر. واعلم أن جهودك في هذه السبيل لن تضيع سدىً.

وأنصحك، عند تواصلك بالبريد الإلكتروني بنظرائك في آسية، أن تستعمل العلامة النجمية (*) بدلاً من الأرقام، وذلك لما يُعتقد في بعض البلدان والثقافات هناك من أن بعض الأرقام مشؤوم أو غير مرغوب فيه. لا تنسَ استعمال عبارات التبجيل، ولزوم جانبِ الرسميات والتحفُّظ.

تنبّه إلى مسألة تقديم الاسم على اللقب، وخاصةً إذا كان الاتصال مع أشخاص من اليابان؛ فرجال الأعمال اليابانيون مطَّعون على الأساليب الأمريكية ويقدرّونها تماماً، ويعلمون أن الأمريكيين لا يقدمون اللقب على الاسم. لذلك فهم يعكسون ترتيب أسمائهم، احتراماً لنا ومراعاةً لأساليبنا. وإذا كنتَ في ريبٍ من ترتيب الأسماء، فعليك بالسؤال؛

أسأل دوماً. فجهودك المخلصة في محاولة الاستفادة من البروتوكولات الصحيحة ستكون موضع اعتبار، وستقدر حق قدرها.

تجنّب الهزل والمزاح والإيماءات المريبة، والكلمات أو العبارات التي لها دلالة معينة في بعض الثقافات والتي يمكن أن تفسر تفسيراً خاطئاً. ومن الحكمة أيضاً تجنب استعمال العبارات العامية التي قد ينتج عنها سوء فهم.

عليك أن تجيب عن الرسالة دون إبطاء. ومع أن هذا ينطبق على جميع رسائل البريد الإلكتروني، غير أنه أشد إلحاحاً عندما تكون المراسلات دولية، وذلك مراعاةً للقيود التي يفرضها واقع البعد واختلاف المناطق الزمنية. أرسل جوابك فوراً، ولو كان إشعاراً بتسلم الرسالة يتسم بالاحترام.

أعلم الشخص الآخر أنك تسلمت رسالته، وأنت تعمل على الإجابة عنها، محددًا إطاراً زمنياً يتوقعون فيه جوابك الرسمي، ووفّ به.

زلّات شائعة في البريد الإلكتروني

كلنا يرتكب زلّات ويقع في أخطاء، وخاصةً إزاء الحجم الهائل للبريد الإلكتروني الذي يجب أن نتعامل معه يومياً. وهناك دواعٍ كثيرة لارتكاب أخطاءٍ في هذه الوسيلة الشائعة والمتسارعة جداً. وفيما يلي بعض هذه الأخطاء:

رفع الكلفة: قاوم إغراء رفع الكلفة، وخاصةً في بداية إنشاء العلاقات، وبوجه خاص في الرسائل أو الوثائق المكتوبة، لأن ذلك قد

يسبب تغيير المسار والإضرار بعلاقات العمل. لذا ينبغي المحافظة على الاحترام وعدم تجاوز حدوده عند الاتصال عبر البريد الإلكتروني.

الهزل والمزاح: يشكّل الحديث الجانبي والمزاح تحدياً كبيراً حتى في الأحوال العامة، بعيداً عن البريد الإلكتروني. لذا ينبغي أن تتجنب المزاح في البريد الإلكتروني، والرموز التعبيرية الجذابة المستعملة فيه؛ فما يُعدُّ مضحكاً وساراً لأحد الأشخاص قد يكون مهيناً لغيره. فعليك ألاّ تجازف في استعمالها في أمور العمل.

الثقة بمفتاح الحذف: البريد الإلكتروني شيء دائم. إذا أرسلت أي شيء بالبريد الإلكتروني عن غير قصد، فلا تظن أن الضغط على مفتاح «الحذف» سينقذك مما وقعت فيه؛ إذ من الممكن النفاذ إلى رسائل البريد الإلكتروني القديمة أو حتى المحذوفة. وباستطاعة معظم الأشخاص، ومنهم نواب حكوميون، استعادة أي رسالة إلكترونية تظن أنه قد مضى زمنها، ولا يستثنى من ذلك حتى أكثر الناس دراية فنية. فقد وجد بيل جيتس مؤسس شركة مايكروسوفت رسائل إلكترونية تصف خطته التفصيلية لإحباط شركات تكنولوجيا منافسة. لذلك فإن القاعدة العملية تنص على ألا ترسل أي شيء بالبريد الإلكتروني لا تعزُّ بقراءته منشوراً في الصفحة الرئيسية لصحيفة مشهورة. وفي البريد الإلكتروني، ليس ثمة في الواقع ما يُسمى «السرية»، بقطع النظر عما تنص عليه القوانين الملزمة المعروضة في أسفل الشاشة. تلقيتُ مرة رسالةً محوَّلةً من صديقٍ يعمل في إحدى الشركات تمكّن بطريقة ما من اعتراض بريد إلكتروني من صديقه في شركة أخرى يتضمن معلومات

سريّةً عنيّ. لقد حصل هذا بالفعل، فكّن على حذر، لأنّ المعلومات يمكن تداولها. لذا فإنّ التديبّر الوحيد هو عدم الضغط على زر «إرسال» قبل أن تكون مستوثقاً تماماً من أن رسالتك الإلكترونيّة جاهزة للإرسال وأخذة بكل الأسباب.

إرسال مرفقات غير ضرورية أو كبيرة الحجم: المرفقاتُ نعمةٌ ونقمةٌ للبريد الإلكتروني؛ ففي حين أن إرفاق وثائق بالبريد الإلكتروني أمرٌ مناسبٌ جدّاً، فإنه لا يخلو من مخاطرٍ في غالب الأحيان. ذلك أن المرفقات الكبيرة تقلّل كثيراً من سرعة الحاسوب، وقد تؤدي إلى توقّفه، إضافةً إلى أنها أداة لنقل الفيروسات وغيرها مما يهدّد أمن الشركة.

في إحدى المرات طلبتُ عرضاً من شركة جديدة في العلاقات العامة، فأرسل بالبريد الإلكتروني ومعه مرفقين. ولما فتحتُ المرفق الأول أصيب حاسوبى بفيروس. وقد أعلمتُ الشركة بذلك، وتمنّيتُ ألا يكون لي معها اتصالاتٌ أخرى في المستقبل. وخلفتُ هذه التجربة في نفسي انطباعاً سلبياً لا أحبُّ أن يتكرّر ثانية. وقد كنتُ مسرورةً لحصول هذا، لأنني استطعتُ معرفته ومراقبة مراسلاتي بانتباه فيما يتعلّق بمرفقات بريدي الإلكتروني.

لتجنّب هذا المخاطر، نبّه المتلقّي المقصود قبل أن ترسل المرفقات؛ ذلك أنه أصبح من الممكن، في هذه الأيام التي ازداد فيها أمن المعلومات، حذف المرفقات غير المتوقّعة وعدم قراءتها. وكذلك

من الأحسن في آداب السلوك المتعلقة بالبريد الإلكتروني السؤال عن الصيغة التي ينبغي أن ترسل بها المرفقات، كي يسهل على المتلقي تحميلها في حاسوبه وقراءتها.

وتجنّب إرسال مرفقاتٍ تتضمن أعمالاً فنية أو صوراً عالية الدقة، لأن ذلك يتطلب وقتاً طويلاً لتحميلها وغالباً ما يؤدي إلى توقّف الحاسوب. ولا شكّ في أنك لا ترغب أبداً في أن يكون بريدك الإلكتروني سبباً في توقّف حواسيب الآخرين.

الإفراط في الرسوم البيانية: ما برح التقدم التقني يقدم وسائل متعددة لإضافة عناصر تشويقٍ بصريةٍ إلى بريدك الإلكتروني. فهناك العشرات من «الرموز التعبيرية»، ورسوم الوجه المبتسم المختلفة الأشكال، التي يمكن إدخالها بسهولةٍ إلى نصوص البريد الإلكتروني. وهناك أيضاً برامج تُضمّن شعارَ شركتك في بريدك الإلكتروني، ونسخةً مصوّرةً عن توقيعك الشخصي. أما نصيحتي فهي: أن تستعمل هذه المكونات البصرية باعتدال. فعلى حين أن بعضها، مثل شعار الشركة، مناسبٌ في مراسلات العمل، فإن بعضها الآخر، مثل الوجوه الكرتونية التي تغمز بعيونها، لا مكانَ له في المبادلات التجارية.

إن استعمال نسخةٍ مصوّرةٍ عن التوقيع الشخصي، مثلاً، لا يُعدُّ خطأً. ومع ذلك، لا يُستعمل بوجه العموم في مراسلات العمل الرسمية.

إرشادات في استعمال البريد الإلكتروني

- اختر واستعمل عنوان الموضوع بتبصُّر. فهو فرصتك لصوغ تعبير احترافي عنك، ولإعطاء انطباع أولي كبير. اختر كلماتك بعناية، واستوثق من أن هذه الافتتاحية صحيحةً إملائياً وقواعدياً.
- استعمل عبارات التبجيل. وكنْ على حذر في استعمال الاسم الأول في مراسلات البريد الإلكتروني، ولو طُلب منك ذلك. فمن المؤكَّد أن أي شخص يطلُّع على رسالتك بطريق المصادفة سيجد أنك تخاطب رئيس الشركة باسمه الأول.
- ضمِّن رسالتك عبارات التحية والترحيب لتضيف الدفء إلى اتصالاتك غير الشخصية.
- لتكن إجاباتك فورية.
- تعاملْ مع الاتصالات على أنها عامَّة الشيوخ، بقطع النظر عما يُذكر في أمر سرِّيَّتها؛ فالبريد الإلكتروني يمكن توجيهه بحرية كاملة.
- عند استعمال البريد الإلكتروني في اتصالات العمل، تجنَّب المشاركة في المزاح أو بمواضيع أخرى لا صلة لها بالعمل.
- لا ترسل بالبريد الإلكتروني أيَّ شيء لا ترغب في أن تجده معروضاً في لوحات الإعلان الكبيرة في الساحات العامة.

- الضغط على زر «الحذف» لا يعني أبداً أنك حذفته الرسالة نهائياً. فمراسلات البريد الإلكتروني يمكن استردادها ولو كانت محذوفة. لذا تأكد أن محتوى بريدك الإلكتروني كله مناسب لطبيعة العمل.
- اعلم أن القاعدة في استعمال البريد الإلكتروني لجدولة مواعيد اللقاءات أو حلّ النزاعات، هي اللجوء إلى الاتصال المباشر كالهاتف أو الزيارة الشخصية، بعد ثلاث مراسلات بالبريد الإلكتروني في الموضوع نفسه.
- كن متنبهاً لحقيقة أن سوء الفهم أمر شائع في الاتصال بالبريد الإلكتروني. وكن متمهلاً في أخذ موقف هجومي، وسريعاً في رفع سماعة الهاتف للاتصال.
- لا تستعمل الحروف الكبيرة، إلا إذا كنت تريد أن يعتقد القارئ أنك تصرخ.
- لا تفترض شيئاً. ففي هذا الوقت الذي انتشرت فيه مرشحات جدار النار والرسائل التي لا طائل منها، صار من غير المستغرب فقدان رسالة بالبريد الإلكتروني، أو عدم تحويلها، أو حذفها عن غير قصد. لا تفترض أن عدم الإجابة هو الاستجابة لرسالتك الأصلية. اعمل على المتابعة بصيغ أخرى كالهاتف والفاكس إذا لم تكن متيقناً.

- لا ترسل أي رسالة إلكترونية وأنت منفعّل. فمن السهل جداً إرسال إجابة انفعالية قابلة لأن تحمل في طياتها تفرّعات وردوداً غير مستحسنة. ومع أنه من المهم أن تكون إجابتك سريعة، فمن الأفضل -إذا شعرت بارتفاع ضغطك لدى قراءة الرسالة- الانتظار 24 ساعة قبل أن تجيب عن الرسالة وتضغط على زر الإرسال. فقد تجد في مرور يوم كامل ما يهدئ من انفعالك ويحملك على الإجابة بصورة أكثر اعتدالاً.

كيف تتدارك الأمر إذا... 

... أرسلت دون قصد رسالة إلكترونية أو وثيقة قبل أن تكون جاهزة للعرض للعموم.

تصرّف بسرعة. فكلما أسرعت في وضع نسخة معدّلة بين يدي المتلقّي، كان أفضل. أرسل النسخة المعدلة بأسرع ما يمكن، وضع في عنوان الموضوع العبارة الآتية: «الرجاء إهمال الوثيقة السابقة».

