

Sonja Hagelberg

Sähköpostiviestinnän pelikirja

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Lokakuu 2016

Tekijä Otsikko	Sonja Hagelberg Sähköpostiviestinnän pelikirja
Sivumäärä Aika	38 sivua + 1 liite Lokakuu 2016
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja	Lehtori Kristiina Suihko
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli laatia selkeä ja käytännönläheinen sähköpostiviestinnän ohje, joka keskittyy viestinnän sisältöön ja vuorovaikutukseen viestinnän onnistumisessa. Tarkoituksena oli tutustua sähköpostiviestinnän merkitykseen tämän päivän yhteisöviestinnässä ja luoda sen pohjalta yleispätevä sähköpostiviestinnän ohje, joka olisi helppo ottaa käyttöön missä tahansa yrityksessä.</p> <p>Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, joka käsitti teoreettisen viitekehyksen ja toiminnallisen osan. Viitekehys koostui yhteisöviestintään ja sähköpostiviestintään liittyvästä teoriasta. Teoriaosuudessa tuotiin esille yhteisöviestinnän nykytila ja sen erilaisia kanavia sekä sähköpostiviestinnän merkitys yhteisöviestinnässä. Teoriaosuudessa käsiteltiin myös tarkemmin sähköpostiviestintää ja siihen liittyviä haasteita ja kehittämistä sekä sen vaikutusta yrityksen maineeseen.</p> <p>Toiminnallinen osuus muodostui sähköpostiviestinnän ohjeesta, jonka tarkoituksena oli yhdenmukaistaa yrityksen sähköpostiviestintää ja kehittää henkilöstön viestinnällistä osaamista. Ohjeen sisällöksi valikoitui sähköpostin merkitys ja käyttö yrityksessä, viestien sisältö ja kirjoittaminen sekä viestinnän kehittäminen.</p> <p>Johtopäätöksissä todettiin, että sähköpostilla on edelleen tärkeä rooli ja merkitys tämän päivän yhteisöviestinnässä. Johdonmukaisella viestinnällä edistetään työssä onnistumista ja työhyvinvointia. Viestinnällisen osaamisen ja viestintäkulttuurin kehittämällä tehostetaan työntekoa ja edistetään myönteisen yrityskuvan rakentumista.</p>	
Avainsanat	viestintä, sähköposti, yhteisöviestintä

Author Title	Sonja Hagelberg Email Communication Rulebook
Number of Pages Date	38 pages + 1 appendix October 2016
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	
Instructor	Kristiina Suihko, Senior Lecturer
<p>The aim of this study was to establish a clear and easy-to-use instruction manual for email communication with a focus on the content of email communication and interaction. The aim was to explore the significance of email communication in today's corporate communication and create a general email communication manual based on it. The aim was to create the instruction manual so that it would be easy to deploy in any company.</p> <p>This is a functional thesis, which consists of a theoretical framework and a practical part. The framework consists of corporate communication and email related theory. The theory section highlights the current state of corporate communications and its variety of channels as well as the importance of email communication. The theoretical part also discusses, in more detail, email communications and its challenges and development as well as its impact on the company's reputation.</p> <p>The practical part consists of creating an email communication manual with the purpose to harmonize the company's communication and to develop the communicative skills of the staff. The purpose and use of email, its content and writing as well as improvement of communication was chosen as the content of the manual.</p> <p>It was concluded that email still has an important role and is significant in today's corporate communication. Consistent communication promotes satisfaction and success at work. Moreover, the development of communication skills and culture promotes more efficient work and further the creation of a positive corporate image.</p>	
Keywords	Communication, Email, Corporate Communication

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Työn aihe ja lähtökohdat	1
1.2	Työn tarkoitus ja tavoitteet	1
1.3	Rajaukset	2
2	Yhteisöviestintä	2
2.1	Yhteisöviestinnän määrittely	2
2.2	Yhteisöviestinnän merkitys ja tavoitteet työyhteisössä	3
2.3	Yhteisöviestinnän nykytila ja kanavat	3
3	Sähköpostiviestintä	4
3.1	Sähköpostin perustehtävä	4
3.2	Sähköpostiviestinnän tarkoitus	4
3.3	Sähköpostin lyhyt historia	5
3.4	Sähköpostin merkitys tänä päivänä	5
3.5	Sähköpostin tulevaisuus	7
4	Sähköpostin rooli yhteisöviestinnässä	8
4.1	Sähköposti yhteisöviestinnän välineenä	8
4.2	Sähköposti merkitys yhteisöviestinnässä	9
4.2.1	Sähköpostin käyttö	9
4.2.2	Viestien hallinnointi	10
4.2.3	Viestintään liittyvät vastuut ja velvollisuudet	10
5	Onnistunut sähköpostiviestintä	12
5.1	Viestinnässä onnistuminen	12
5.2	Sähköpostiviestin rakenne	13
5.2.1	Teksti	13
5.2.2	Viestin vastaanottaja	14
5.2.3	Otsikko	15
5.2.4	Alkutervehdys	15
5.2.5	Lopputervehdys ja allekirjoitus	16
5.2.6	Kiitos ja pahoittelu	17
5.2.7	Viestin ulkoasu ja malli	17
5.2.8	Liitetiedostot	18

5.3	Sähköpostiviestin sisältö	19
5.3.1	Sanaton viestintä	19
5.3.2	Vuorovaikutus	19
5.3.3	Kirjoitustyyli ja lähestymistapa	20
5.3.4	Netiketti	21
5.4	Viestinnällinen osaaminen	23
6	Viestintästrategia ja yhteiset pelisäännöt	24
6.1	Viestinnän suunnittelu	24
6.2	Viestintäohje	25
6.3	Yrityskuvan rakentaminen viestinnän avulla	26
6.4	Yhteisten pelisääntöjen merkitys	27
7	Sähköpostiviestinnän kehittäminen	28
7.1	Sähköpostiviestinnän ongelmat	28
7.2	Viestintäkoulutus	28
7.3	Tehokkuuden ja tuottavuuden lisääminen	29
8	Produktin toteutus ja arviointi	30
8.1	Ohjeen käyttötarkoitus	30
8.2	Ohjeen rakenne ja sisältö	30
8.3	Oma arviointi	31
9	Johtopäätökset	32
9.1	Tavoitteiden toteutuminen	32
9.2	Työn tulokset	33
9.2.1	Sähköpostiviestinnän merkitys	33
9.2.2	Tehokkaampaa viestintää	33
9.2.3	Sähköpostiviestinnän kehittäminen	34
9.3	Opinnäytetyön arviointi	34
	Lähteet	36
	Liitteet	
	Liite 1. Sähköpostiviestinnän pelikirja	

1 Johdanto

1.1 Työn aihe ja lähtökohdat

Tänä päivänä jokainen on tavalla tai toisella tekemisissä sähköpostin tai muun sähköisen viestinnän välineen kanssa lähes päivittäin. Sähköpostin käyttö on arkipäivää monissa yrityksissä ja keskeisessä roolissa työn suorittamisessa. Sähköpostin käyttöä on työyhteisöissä kuitenkin harvoin ohjeistettu tarpeeksi. Lakiin perustuvia käytösääntöjä on saatettu koota yhteen osaksi sisäisiä tietoturvaohjeita, ja jokaisella yrityksellä on omat tarpeensa näiden suhteen. Sähköpostin käyttöön liittyviä teknisiä oppaita on kyllä olemassa, mutta niistä puuttuu usein viestinnällinen näkökulma. Katleena Kortesus on osuvasti kiteyttänyt sähköpostin käytön ohjeistuksista näin:

Sähköpostin käyttöön on tarjolla monenlaisia teknisiä oppaita, aivan kuin sähköpostissa tekniikka olisi tärkeintä. Sen sijaan viestinnän näkökulma on monissa oppaissa unohtunut. Olisi kuitenkin järkevämpää varmistaa, että ihmiset osaavat viestiä rakentavasti tai edellyttävästi, kuin muuttaa sanallinen ilmaisu tekniseksi lukukuittauspyynnöksi. Lukukuittauspyyntö ei nimittäin varmista, että työ tulee loppujen lopuksi tehtyä. (Kortesus 2009, 11.)

Koska sähköpostin hyödyntäminen jokapäiväisessä työssä ei ole uutinen, on erikoista, ettei viestinnän sisältöön ja viestinnälliseen osaamiseen liittyviä ohjeistuksia juurikaan ole. Ohjeiden tarkoituksena ei ole vaikeuttaa työntekijöiden suoriutumista työssä, vaan antaa selkeät ohjeet toimintatavoista. Toimivuuden takaamiseksi on tärkeää, että käyttöönotosta keskustellaan työyhteisössä avoimesti ja päätetään yhteisesti.

1.2 Työn tarkoitus ja tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää sähköpostiviestinnän merkitys ja rooli tämän päivän yhteisöviestinnässä. Onko sähköpostiviestintä katoava viestintämuoto, vai pitääkö se edelleen pintansa muiden sähköisten viestintäkanavien rinnalla? Voidaanko sähköpostiviestintään liitetyt viestinnälliset ongelmat ratkaista kehittämällä viestinnällistä osaamista? Tarkoituksena on myös selvittää, mistä hyvä sähköpostiviesti oikeastaan rakentuu. Mikä edesauttaa viestinnässä onnistumista ja takaa toimivan vuorovaikutuksen?

Selvityksen pohjalta on tavoitteena laatia selkeä ja käytännönläheinen sähköpostiviestinnän ohje, jota voidaan hyödyntää osana muita viestintään liittyviä ohjeita missä tahansa yrityksessä. Ohje sisältää työyhteisön sähköpostiviestintään liittyviä yhteisiä periaatteita, joiden tarkoitus on yhdenmukaistaa yrityksen viestintää, kehittää yksilön viestinnällistä osaamista, tehostaa työntekoa ja tukea yrityksen tavoitteita. Kaiken tämän taustalla on ajatus positiivisen yrityskuvan rakentamisesta ja tukemisesta. Ohje havainnollistaa sähköpostiviestinnän merkityksen yhteisöviestinnässä ja sen, miksi yhdenmukaiset toimintaperiaatteet tarvitaan.

1.3 Rajaukset

Työ keskittyy sähköpostiviestintään liittyvien toimintatapojen yhdenmukaistamiseen. Se pohtii mistä hyvä sähköposti rakentuu ja miten se tulee kirjoittaa. Ohje opastaa työntekijää, miten laadullisesti ja viestinnällisesti hyvä sähköposti kirjoitetaan. Työssä painotetaan vuorovaikutuksen onnistumista ja sähköisen viestinnän etikettiä.

Sähköpostiviestintään liittyviä lakisääteisiä velvollisuuksia ja rajoituksia käsitellään vain lyhyesti. Ohjeessa ei tarkemmin tehdä selvitystä sähköpostiviestintään liittyvistä tietoturva- tai salassapitoasioista. Jokaisella organisaatiolla on toimialansa puolesta erilaiset tarpeet, ja siksi ohje ei käsittele yksityiskohtaisesti lainsäädännöllisiä asioita.

2 Yhteisöviestintä

2.1 Yhteisöviestinnän määrittely

Viestintä on tiedon ja kokemusten vaihdantaa. Yhteisö syntyy yhteisestä asiasta tai aiheesta ja sitoutumisesta sekä ihmisten väliseen kanssakäymiseen käytetystä ajasta. (Juholin 2013, 44 - 46.) Yhteisöviestintä on kaikkea viestintää, jota tapahtuu yhteisön sisällä sekä sen ja ulkomaailman välillä. Se voidaan määritellä ja jakaa monin eri tavoin esimerkiksi kohderyhmän, sisällön, kanavan ja tavoitteen mukaan. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2012, 13 - 16.)

Yksi yhteisöviestinnän määrittely on jako sisäiseen ja ulkoiseen viestintään. Työyhteisössä sisäisen viestinnän osapuolina ovat yrityksen työntekijät ja johto. Työyhteisön

ulkoisessa viestinnässä osapuolina ovat yrityksen edustajat sekä sen asiakkaat ja muut sidosryhmät, kuten yhteistyökumppanit. (Metsäaho 2013, 10.)

2.2 Yhteisviestinnän merkitys ja tavoitteet työyhteisössä

Viestinnällä on suuri merkitys työyhteisössä. Se luo edellytyksiä työlle ja vahvistaa yhteisöllisyyttä. (Juholin 2013, 23.) Se liittyy olennaisesti kaikkeen muuhunkin toimintaan, ja voidaankin sanoa, että viestintä kuuluu toiminnan ytimeen (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 9). Yhteisviestinnässä sähköpostin, kuten muidenkin kanavien kautta käydyn viestinnän tulee tukea yrityksen liiketoimintaa ja tavoitteita (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2012, 18-19). Yhteisviestinnällä rakennetaan paitsi yrityskuvaa myös varmistetaan tiedonkulku työyhteisössä. Onnistunut yhteisviestintä on suunniteltua, tavoitteellista toimintaa ja antaa tukea työyhteisön päivittäiselle toiminnalle. (Siukosaari 2002, 11.)

Viestintä on kykyä luoda ja ylläpitää yhteyksiä. Yhteisviestinnän näkökulmasta katsottuna yritys, joka ei viesti, ei ole olemassa, ainakaan kovin kauan. Ulkoinen tiedottaminen sidosryhmille, kuten asiakkaille ja yhteistyökumppaneille, on liiketoiminnan elinehto. On tietoisesti tehtävä valinta, mitä viestintäkanavia käyttää ja mitä viestii. Osaako viestiä riittävän hyvin? Viestinnän onnistumiseen vaikuttaa se, kenelle ja miten viestii. (Kortesuo & Patjas & Seppänen 2014, 17 - 18.)

2.3 Yhteisviestinnän nykytila ja kanavat

Yhteisviestinnän käytännöt elävät jatkuvasti koska ajantasaisen tiedon jakaminen ja vaihdanta ovat välttämättömiä jatkuvasti muuttuvassa ympäristössä. 2000-luvulla siirryttiin paperitiedotteista sähköpostiin ja siitä edelleen verkkoon. Tänä päivänä työyhteisöt eivät ole enää niin selkeärajaisia kuin ennen. Työtä tehdään erilaisissa verkostoissa ja tiimeissä sekä projekteissa, jotka ylittävät paitsi maantieteellisiä myös organisaatorajoja. Tällaiset työyhteisöt edellyttävät yhteisöllisyyttä, jonka pitää toteutua ajasta, paikasta ja fyysisestä lähekkäin olemisesta ja vuorovaikutuksesta riippumatta. (Juholin 2013, 174, 212.) Sähköinen viestintä ja viestintäteknologia ovat nykyajan työvälineitä. Ne ovat muuttaneet viestintäympäristön yhä vaativammaksi ja kiireisemmäksi kuin koskaan ennen. Entistä julkisempi ja läpinäkyvämpi työ edellyttää monipuolisia viestintätaitoja ja ovat työssä menestymisen avain. (Kortetjärvi-Nurmi & Murtola 2015, 10.)

Viestinnälle on olemassa monia eri kanavia eli foorumeita: lehdet, puhelin, ilmoitustaulut, intranet eli sisäinen verkko sekä internet ja sen erilaiset sähköiset viestintäkanavat, kuten sähköposti ja pikaviestimet ja sosiaalinen media. Verkko mahdollistaa viestien vaihtamisen reaaliajassa ja luo uudenlaisen vuorovaikutuksen. Sosiaalisen median myötä on syntynyt virtuaaliyhteisöllisyys. Ihmisille on tärkeää kuulua johonkin, vaihtaa näkemyksiä ja kokemuksia ja pohtia asioita yhdessä. Perinteisellä kasvokkain kohtamisella on kuitenkin edelleen suuri merkitys, ja sitä pidetäänkin monipuolisimpana viestinnän muotona. (Juholin 2013, 23 - 24.) Tässä työssä tarkastellaan sähköpostiviestintää ja sen merkitystä työyhteisössä.

3 Sähköpostiviestintä

3.1 Sähköpostin perustehtävä

Sähköpostiviestintä on ihmisten välistä tiedonkulkua ja vuorovaikutusta sähköpostin välityksellä. Sähköpostit ovat sanallista, kirjoitettua viestintää ilman ääntä, josta lukija voi ymmärtää mitä ajattelemme. Viestinnässä on aina kaksi osapuolta, viestin lähettäjä ja vastaanottaja. Roolit voivat käsittää useampia henkilöitä, ja roolit voivat vaihdella sitä mukaa, kun viestejä lähetetään ja vastaanotetaan. (Lohtaja ym. 2007, 11 - 12.) Sähköpostiin sisältyy useita eri tekstilajeja, kuten tiedotteita, kutsuja ja kirjeitä. Yhteistä niille on, että ne jollain tavalla puhuttelevat vastaanottajaa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 287.)

Vuorovaikutus muodostuu sekä sanallisesta että sanattomasta viestinnästä. Parhaimmassa tapauksessa se on molemminpuolista ajatustenvaihtoa, jossa kirjoittaja laittaa itsensä likoon ja osaa ennakoida vastapuolen mahdolliset kysymykset. Vastaanottajan puhuttelu, omistusliitteiden käyttö ja toisen osapuolen tekstiin viittaaminen lisäävät vuorovaikutusta. (Kortesuo & Patjas 2011, 42 - 43.)

3.2 Sähköpostiviestinnän tarkoitus

Sähköpostiviestinnällä on karkeasti jaettuna kaksi päätarkoitusta, yksisuuntainen tiedottaminen ja kaksisuuntainen, vuorovaikutteinen sähköpostikirjeenvaihto. Kahtiajaon perusteena toimii viestin rakenne, tavoite ja vuorovaikutus. (Kortesuo 2009, 19.) Säh-

köpostit toimivat erityisen hyvin sisäisen verkon eli intranetin rinnalla. Tiedotteet ja ohjeet julkaistaan sisäisessä verkossa, ja niistä tiedottaminen on helppoa sähköpostin avulla. (Juholin 2013, 223.)

Anne Kankaanranta on väitöskirjassaan jaotellut yrityksissä lähetetyt sähköpostiviestit kolmeen eri tekstilajiin niiden sisällön mukaan. Ilmoitustaulutyypiset viestit ovat yleisistä asioista tiedottavia, informoivia viestejä. Postinkantajaviestit ovat vanhojen viestien edelleen lähettämistä tiedoksi sekä liitetiedostojen välittämistä toimenpiteitä varten. Dialogityypiset viestit ovat tiedon jakamista ja vaihtamista varten, ja niissä yleensä pyydetään vastaamaan tai vastataan pyyntöön. Myös kielenkäyttö vaihtelee viestityyppien mukaan. Tiedotteet on kirjoitettu virallisemmin kuin dialogityypiset viestit, jotka yleensä muistuttavat enemmän puhuttua ilmaisua. (Kankaanranta 2005, 433 - 434.)

3.3 Sähköpostin lyhyt historia

Sähköposti oli monelle ensimmäinen kokemus sähköisestä viestinnästä. Se otettiin vastaan mahdollisuutena käydä reaaliaikaista keskustelua verkossa, vaikka se varsinaisesti olikin vain perinteisen kirjeen sähköinen versio. (Juholin 2013, 222.)

Ray Tomlinson kehitti vuonna 1971 ensimmäisen sähköpostiohjelmiston ja vakiinnutti @-merkin käytön sähköpostiosoitteisiin (Official Biography: Ray Tomlinson). Sähköpostin käyttö yleistyi yrityksissä 1980-luvun lopulla, jolloin isot tietokoneet mahdollistivat samassa verkossa olevien keskinäisen sähköisen viestittelyn. Vasta internetin yleistyminen 1990-luvulla mullisti sähköpostin käytön, ja kesällä 1994 tapahtunut internetin läpimurto toi sähköpostin myös tavallisen kansan ulottuville. (Järvinen 2000, 13.) Sen myötä sähköpostin käyttö kasvoi räjähdysmäisesti. Viestittelyn määrän hurja nousu vei lopulta pohjan sähköpostin alkuperäiseltä idealta. (Juholin 2013, 222.)

3.4 Sähköpostin merkitys tänä päivänä

Nykyään päivittäin saapuvat kymmenet tai sadat sähköpostiviestit roskaposteineen laskevat viestinnän tehoa ja tiedon saatavuus kärsii (Juholin 2013, 222). Ihmiset eivät yksinkertaisesti ehdi lukea kaikkia heille saapuvia viestejä. Sähköposti on neutraali viestintäkanava, jossa kuka tahansa voi lähettää viestin kenelle tahansa, kunhan tietää

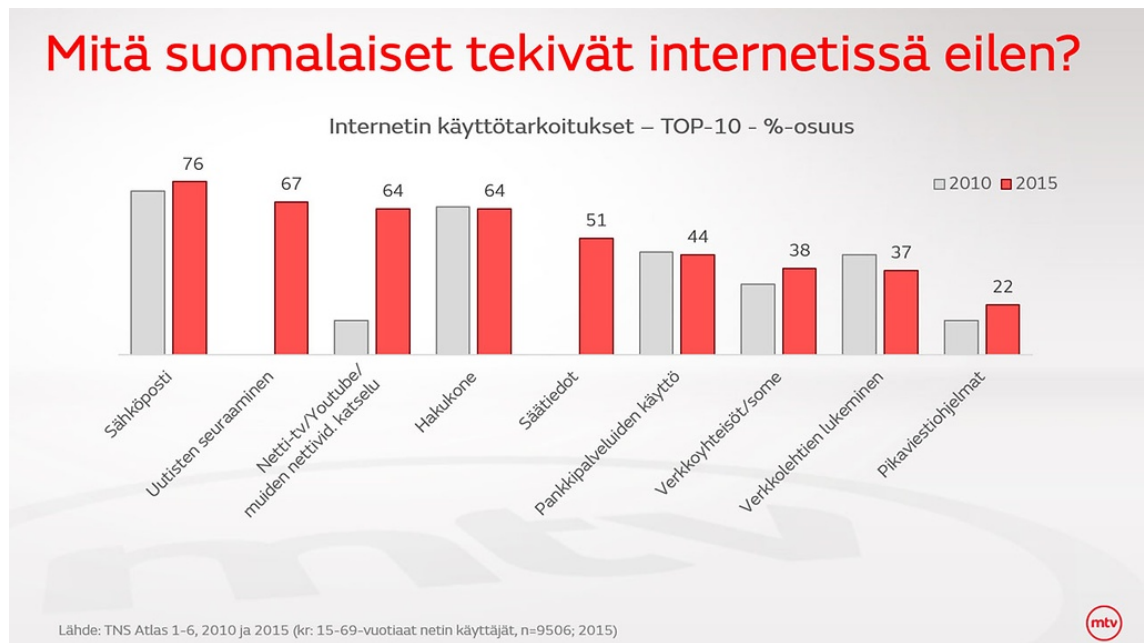
vastaanottajan sähköpostiosoitteen. Juuri se tekee sähköpostista erityisen samalla, kun se aiheuttaa postilaatikon ylipursuamista. (Lafrance 2016.)

Samaan aikaan kun viestejä tulvi, jopa enemmän kuin mitä pystymme käsittelemään, odotetaan sähköposteihin vastauksia hyvinkin nopeasti. Alun perin sähköposti koettiin mahtavana siksi, että viestejä saattoi käsitellä silloin, kun se itselle parhaiten sopi. Nykyään saapuvaa sähköpostia vahdataan lähes jatkuvasti ja viesteihin pyritään vastaamaan välittömästi. Se vahvistaa yleistä käsitystä, että viesteihin tulisi vastata heti. Sähköpostin jatkuva seuraaminen häiritsee kuitenkin työhön keskittymistä, minkä vuoksi valtava osa työajasta kuluu muuhun kuin itse työhön. (Sähköposti vaatii tyylitajua. 2015.) Toisena ääripäänä on yleistynyt trendi, jossa saapuneisiin viesteihin ei vastata ollenkaan. Syy ei kuitenkaan ole siinä, että oltaisiin tahallaan epäkohteliaita, vaan ihmiset eivät yksinkertaisesti ehdi reagoida kaikkiin heille saapuviin viesteihin. (Sipola & Kettunen 2012, 55.) Viestitulvan läpikäymiseen ja hallinnointiin kuluvan työajan vuoksi sähköpostia onkin alettu pitää yhtenä syynä tietotyön tuottamattomuuteen (Juholin 2013, 222).

Sähköpostia ei kirjoiteta enää pelkästään tietokoneella. Sen käyttö mobiilipäätelaitteilla on lisääntynyt noin 500 prosenttia viimeisten vuosien aikana. Vuonna 2011 vain noin kahdeksan prosenttia sähköposteista avattiin älypuhelimella tai tabletilla. Käytön määrä teki jyrkän nousun 53 prosenttiin vuoteen 2014 mennessä. Yritykset ovat siirtymässä kalliista perinteisistä työpöytäsovelluksista mukautuviin sähköpostiohjelmistoihin, jotka ovat käytettävissä millä tahansa päätelaitteella. (Jordan 2015.) Tästä voitaneen päätellä, että mobiilipäätelaitteet tulevat korvaamaan tietokoneet tulevaisuudessa, ainakin sähköpostin käytössä.

Nuorempi sukupolvi ei ole enää aikoihin käyttänyt sähköpostia muuten kuin keskiikäisten ihmisten ja vanhempiensa kanssa viestimiseen. Pikaviestimistä tuli nopeasti heille luontevampi viestintämuoto. Pikaviestimet voisivat tarjota ratkaisun myös työelämän sähköpostin ongelmiin. (Alasilta 2009, 63 - 67.) Miksi sähköpostiviestintä silti edelleen pitää pintansa sosiaalisen median ja pikaviestien aikakaudella?

TNS Atlasin vuonna 2015 teettämän tutkimuksen mukaan suomalaiset viettävät keskimäärin seitsemän ja puoli tuntia aikaa vuorokaudessa eri medioiden parissa. Tästä kokonaisajasta 90 prosenttia oli sähköistä mediaa ja reilu kolmannes siitä kuluu verkossa.



Kuvio 1. Poiminta TNS Atlasin vuonna 2015 teettämästä tutkimuksesta; Internetin käyttötarkoituksen kärkekkymmenikkö vuosina 2010 ja 2015 (Fagerström 2015).

Kuvio 1. tutkimuksen tuloksista osoittaa, että internetin käyttötarkoituksen kärkipäässä oli edelleen sähköpostin käyttö, joka oli suurin myös viisi vuotta aikaisemmin. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat 15 - 74-vuotiaat internetin käyttäjät. Tutkimuksen perusteella voinee siis päätellä, että niin työ- kuin vapaa-ajallakin sähköpostin käyttö on edelleen suurta. (Fagerström 2015.)

3.5 Sähköpostin tulevaisuus

Sähköpostille on olemassa vaihtoehtoja, ja se harvoin on ainoa käytössä oleva viestintäkanava työyhteisössä. Mikä sitten voisi korvata sähköpostin? Voidaanko sähköpostitse lähetettävä viesti välittää esimerkiksi pikaviestimen tai jonkin muun sähköisen viestinnän kanavan kautta?

Sähköpostin käyttö onkin laskenut tasaisesti vuodesta 2008, ja sen korvaajaksi on povattu yrityksen sisäistä sosiaalista internetiä. Se on pilvipalveluun pohjautuva palvelu- alusta, joka mahdollistaa nopean viestinnän ja tiedon jakamisen sosiaalisen median kautta. Perinteisen viestinnän lisäksi se tarjoaa työkaluja ja dataa työn ja työyhteisön hallintaan. (Hänninen 2014.) Olennaisin kysymys on kuitenkin se, tarjoaako yritykset

henkilöstölleen riittävän määrän erilaisia viestintäkanavia, josta valita. Viestintään liittyvät ohjeet ottavat harvoin kantaa sähköpostin tai muiden viestinnän kanavien käyttöön tai niiden väliseen työnjakoon.

Yrityksen sisäinen sosiaalinen internet saattaa olla sähköpostiviestinnän itseoikeutettu perillinen. Kestää kuitenkin vielä kauan, ennen kuin se korvaa sähköpostin kokonaan. Siitä on tultava seuraava suuri asia, josta työntekijät innostuvat, aivan kuten sähköposti aikanaan oli. Niin kauan kuin sähköposti edelleen nähdään toimivana viestintävälineenä, ei ehkä koeta tarvetta vaihtaa uusiin järjestelmiin. (Hänninen 2014.) Sähköposti on pitkään koettu tutuksi ja turvalliseksi käyttää (Alasilta 2009, 55). Todennäköisesti juuri siitä syystä sähköpostia käytetään paljon edelleen.

Asiakaspalvelun näkökulmasta sähköposti ei ole häviämässä. Sen rooli ja merkitys muuttui sosiaalisen median myötä eräänlaiseksi sosiaalisessa mediassa käytävän, asiakaspalvelun jatkeeksi, millä kaikkia yksityisluontoisia asioita ei voida julkisesti käsitellä (Kortesuo & Patjas 2011, 52 - 53.)

4 Sähköpostin rooli yhteisöviestinnässä

4.1 Sähköposti yhteisöviestinnän välineenä

Sähköposti on helppo ja kustannustehokas yhteisöviestinnän väline. Se toimii ajasta ja etäisyydestä riippumatta. Sähköpostin kautta käyty viestintä on asynkronista, eli lähettäjän ja vastaanottajan ei tarvitse osallistua viestintätapahtumaan samanaikaisesti. Tämän vuoksi sähköposti saatetaan usein kokea helpommaksi ja miellyttävämmäksi tavaksi kommunikoida kuin esimerkiksi kasvokkain tai puhelimitse käyty keskustelu. (Aula & Jokinen 2007, 35 - 36.)

Sähköposti toimii parhaiten nopean tiedottamisen välineenä. Sitä käytetään kuitenkin usein liian helposti ja monella sähköpostilaatikko täyttyy ns. turhista viesteistä, jolloin tarpeellinen tieto hukkuu massaansa. (Kortesuo ym. 2014, 183.) Esimerkkinä tästä on IT-jätti Atos, joka ilmoitti vuonna 2013 luopuvansa sähköpostista kokonaan. Syyksi toimitusjohtaja Thierry Breton kertoi, että yrityksen sähköposteista 90 prosenttia olivat turhia eikä niiden läpikäymiseen pitäisi tuhjata työaikaa. (IT-jätti kieltää työntekijöiltään säh-

köpostin. 2011.) Saapuvien viestien tulva hankaloittaa sähköpostin hallintaa ja heikentää työn tuottavuutta. Jatkuvasti esiin nousevat tiedotteet uusista saapuneista viesteistä häiritsevät työhön keskittymistä ja ovat pääasiallinen syy siihen, miksi sähköpostia vieroksutaan. (Lafrance 2016.)

4.2 Sähköposti merkitys yhteisöviestinnässä

4.2.1 Sähköpostin käyttö

Sähköposti on monen yrityksen ensisijainen sisäisen viestinnän väline. Se on usein kytköksissä sisäisiin tietokantoihin ja sisäiseen verkkoon sekä käyttäjän kalenteriin. Suomessa työnantajalla on oikeus määrätä, mihin sähköpostia työpaikalla käytetään ja pääsääntö onkin, että työsähköpostia tulee käyttää vain työtehtävien hoitoon tarkoitettuun viestintään (Pesonen 2012, 49).

Samaan aikaan kun sähköpostiviestejä lähetetään ja vastaanotetaan paljon ja jopa turhaan, kokevat monet työyhteisöt, ettei viestintää ole tarpeeksi. Puutteellisen viestinnän taustalla on usein kokemus siitä, että ei ole tullut kuulluksi tai on tullut jätetyksi työyhteisöä koskevista asioista ulkopuolelle. Ratkaisu ei ole viestinnän lisääminen vaan sen muodon, ajoituksen tai sisällön tarkasteleminen. Kyseessä ei siis ole liian vähäinen viestintä vaan vääränlainen viestintä. (Poutanen 2013.)

Sen sijaan ulkoisessa viestinnässä sähköpostia käytetään yleensä melko passiivisesti lukuun ottamatta markkinointitarkoitukseen käytettyä viestintää. Sidosryhmille lähetettävät viestit ovat pääosin vastauksia saapuneisiin viesteihin, joissa asiakas tai yhteisöyöyrykumppani on tehnyt aloitteen. Erityisesti asiakaspalvelussa yksi sähköpostin käyttöä jarruttava tekijä on kirjallisen viestinnän pelko. Kynnys viestimiseen voi olla suuri, koska sähköposti mielletään viralliseksi viestiksi, josta jää todistuskappale eli kirjallinen dokumentti sekä lähettäjälle että vastaanottajalle. Sähköpostin täysimääräinen hyödyntäminen esimerkiksi asiakaspalvelussa ja asiakkuuksien hoidossa edellyttääkin yritykseltä selkeää sähköpostiviestinnän ohjeistusta. (Aarnikoivu 2005, 145.)

4.2.2 Viestien hallinnointi

Kuten aiemmin todettu, sähköposti on monen yrityksen ensisijainen viestinnän väline ja se toimii erityisen tehokkaasti tiedottamisessa (ks. 4.1 & 4.2.1). Sitä tulisi lukea säännöllisesti, jotta tärkeät ja mahdollista välitöntä toimintaa vaativat viestit tulevat käsitellyiksi ensin. Yleensä viestin lähettäjä tiedot ratkaisevat sen, mitkä viestit ovat tärkeitä ja on syytä lukea ensiksi. Sähköpostin edelleen lähettäminen vaatii tapauskohtaista harkintaa. Kannattaa miettiä, koskettaako välitettävä viesti todella niitä, joille sitä ollaan välittämässä. (Haasio & Rauhala 2002, 35 - 37.)

Sähköpostilaatikko on järkevä siivota säännöllisesti. Laiskuus johtaa nopeasti sähköpostikaaokseen, jolloin postilaatikko on täynnä tarpeettomia viestejä ja roskapostia. Turhat viestit ja isot liitetiedostot vievät paljon tallennustilaa ja täyttävät postilaatikon tallennustilan nopeasti. (Järvinen 2000, 95.) Kaikkein tärkeimmät viestit kannattaa arkistoida omiin kansioihin heti lukemisen jälkeen. Sähköpostit ovat näin helpommin hallittavissa ja löydettävissä. (Haasio & Rauhala 2002, 38.) Useimmissa sähköpostiohjelmistoissa voi määritellä sähköpostin käytösääntöjä, jotka ohjaavat saapuvat viestit tiettyihin kansioihin riippuen niiden sisällöstä. Se auttaa pitämään saapuneiden viestien kansion siistinä ja tekee tavallaan osan arkistoinnista käyttäjän puolesta. (Managing Email Effectively.)

4.2.3 Viestintään liittyvät vastuut ja velvollisuudet

Pääsääntö on, että työ sähköpostia käytetään ensisijaisesti vain työtehtävien hoitoon ja työn edellyttämään kanssakäymiseen. Yksityistä, henkilökohtaista viestintää pitää pyrkiä hoitamaan muiden sähköpostipalvelimien kautta ja niin, ettei se häiritse työntekoa. Harvat yritykset ovat kieltäneet henkilökohtaiset viestit työ sähköpostilla kokonaan. Sen katsotaan olevan eräänlainen työnantajan työntekijälle tarjoama työsuhde-etu, kuitenkin niin, että käytön määrä pysyy rajallisena. (Nenonen & Nyblin 2001, 487; Järvinen 2000, 99.) Käytännössä Suomen perustuslain mukainen sananvapaus takaa, ettei työnantaja ei voi kokonaan estää työntekijän työaikana tapahtuvaa yksityistä, henkilökohtaista viestintää (Suomen perustuslaki 1999, 2 luku 12 §). Työntekijän kuuluu kuitenkin noudattaa työnantajan antamia ohjeita sähköpostijärjestelmän käytöstä. Sähköpostiohjelmisto sekä muut lisenssit ja laitteet ovat työnantajan hankkimia työvälineitä, ja siten työnantajan omaisuutta. Työnantajalla on työnjohtovallan nojalla oikeus määrätä mihin niitä käytetään. (Skurnik-Järvinen 2013, 90.)

Sähköpostin kautta ei saa välittää lakia rikkovia tai muuten sopimatonta aineistoa. Tietosuojan turvaamiseksi sähköpostilla ei saa lähettää salassa pidettävää tai henkilön tietosuojan kannalta arkaluonteista aineistoa kuten henkilötunnuksia, terveydentilaa tai taloudellista asemaa koskevia viestejä (Henkilötietolaki 1999, 11 §). Sähköpostiviestinnässä kannattaa aina käyttää suojattua yhteyttä. Suojaus määritellään sähköpostiohjelmiston ohjeiden mukaisesti. Mikäli luottamuksellista tietoa on välttämätöntä lähettää, tulee viesti salata. Salaukseen on olemassa omia ohjelmistoja, mutta ne edellyttävät usein, että vastaanottajalla on sama ohjelma käytössään. Yksinkertaisin tapa lähettää viesti salattuna on suojata liitetiedosto salasanalla, joka annetaan vastaanottajalle tiedoksi viestin avaamista varten. (Sähköpostin tietoturva. 2015.)

Koska tietoturva koskee kaikkia, tulee viestejä lähetettäessä miettiä, kestävätkö lähetettävät viestit päivänvalon, vaikka ne joutuisivat sellaisille, joille niitä ei ole tarkoitettu. Toiselta saatua viestiä ei saa lähettää eteenpäin luvatta ja sisäisiä viestiketjuja ei tule lähettää yrityksen ulkopuolelle. (Alasilta 2009, 216.) Ohjeiden vastaisesta toiminnasta työntekijä voi syyllistyä rikokseen tai muuhun ohjeiden vastaiseen menettelyyn. Seuraamukset voivat olla esimerkiksi esimiehen puhuttelu, suullinen tai kirjallinen huomautus, varoitus tai työsuhteen päättäminen (Pesonen 2012, 189.)

Laki yksityisyyden suojasta työelämässä sanoo, ettei työnantaja ei voi avata ja lukea työntekijän työsähköposteja ilman suostumusta (Laki yksityisyyden suojasta työelämässä 2004, 20 §). On kuitenkin olemassa tiettyjä poikkeustilanteita, jolloin työnantaja voi avata työntekijälle osoitettuja sähköpostiviestejä. Tällaiset poikkeustilanteet liittyvät työnantajan toimintatilanteeseen, työntekijän asemaan tai poissaoloon sekä viestissä olevan tiedon välittömään saantiin. Viestit, joita poikkeusmenettely koskee, tulee sisältää yksiselitteisesti vain työnantajan harjoittamaan liiketoimintaan liittyviä asioita eikä siten koske työntekijän yksityisviestejä. (Pesonen 2012, 50 - 52.)

Työnantajalla on myös huolehtimisvelvoite, jolla tarkoitetaan työnantajan velvoitetta huolehtia työntekijälle saapuvien työhön liittyvien tärkeiden sähköpostiviestien selville saaminen työntekijän poissaolon aikana. Poissaolon aikana työntekijän tulee käyttää automaattista poissaoloilmoitusta. Työnantajalle tärkeiden viestin välittyminen poissaolon aikana voidaan myös hoitaa esimerkiksi ohjaamalla ne toiseen sähköpostiosoitteeseen. Tämä vaatii kuitenkin aina työntekijän suostumuksen. Huolehtimisvelvoite on täytetty kun työnantaja tarjoaa työntekijälle vaihtoehdot sähköpostien käsittelyyn pois-

saolon aikana. Vain veloitteen täyttämisen perusteella on työnantajalla oikeus hakea työntekijän työhön liittyviä, erityisen tärkeitä sähköpostiviestejä. Tällaisia viestejä ovat jo edellä mainitut työnantajan toimintaan liittyvät viestit, joilla on kiire ja joita ei voida kohtuullisessa ajassa saada työntekijän poissaolon vuoksi. (Skurnik-Järvinen 2013, 90 - 92.)

5 Onnistunut sähköpostiviestintä

5.1 Viestinnässä onnistuminen

Sähköpostiviestinnässä korostuu kirjoittamisen taito. Kuten aiemmin todettu, sähköpostiviestintää on määrällisesti paljon ja viestejä tulee jopa enemmän kuin haluaisimme saada. Tähän viestien tulvaan voi jokainen vaikuttaa toimiessaan viestin lähettäjänä. (Kortesuo & Patjas 2011, 53.) Viestejä ei tulisi lähettää vain saadakseen asian pois mielestään (Poutanen 2013).

Viestintä voi epäonnistua, vaikka siihen panostaa kunnolla. Viestit eivät aina mene yksiselitteisesti ja muuttumattomina lähettäjältä vastaanottajalle. (Metsäaho 2013, 9.) Tiedot mitä, kenelle, missä, milloin ja miten välittyvät yleensä hyvin sähköpostissa, mutta miksi-tieto vaatii usein lisäperusteluja ja selvennyksiä (Luukkonen 2004, 53). Emeritusprofessori Osmo A. Wiio kirjoitti vuonna 1976 viestintää koskevat Wiion lait, jotka olivat hänen näkemyksensä viestinnän onnistumisesta (Merimaa 2008):

1. Viestintä epäonnistuu aina, paitsi sattumalta.
2. Jos sanoma voidaan tulkita eri tavoin, niin se tulkitaan tavalla, josta on eniten vahinkoa.
3. On olemassa aina joku, joka tietää sinua itseäsi paremmin, mitä olet sanomallasi tarkoittanut.
4. Mitä enemmän viestitään, sitä huonommin viestintä onnistuu.
5. Joukkoviestinnässä ei ole tärkeää se, miten asiat ovat, vaan se, miten ne näyttävän olevan.
6. Uutisen tärkeys on verrannollinen sen etäisyyden neliöön.
7. Mitä tärkeämmästä tilanteesta on kysymys, sitä todennäköisimmin unohdat olennaisen asian, jonka muistit hetki sitten.

Vaikka Wiion lait voidaan tulkita pessimistissävytteisiksi, lienee niissä kuitenkin jotain perää. Erityisesti neljännen lain perusteella voidaan todeta, että sähköpostiviestinnässä kuten muussakin viestinnässä laatu korvaa määrän.

Yleisiä viestinnällisiä kriteerejä ovat tekstin luettavuus ja käytettävyys, ytimekkyys ja ymmärrettävyys, esteettisyys ja yhteneväisyys yrityksen muun aineiston kanssa. Konkreettisten sanojen käyttö ja lauseiden rakenne lisäävät viestin ymmärrettävyyttä. Jos viestissä käytetty kieli on vaikeaa tai epätarkkaa, on lukijan hankalaa saada käsitystä sisällöstä. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 88, 93.) Hyvä sähköpostiviesti viestii lukijalle, että tämä on tärkeä. Se vastaa mahdollisiin kysymyksiin, on helppo lukea ja ymmärtää, on kirjoitusasultaan moitteeton ja luo positiivisen kuvan. (Javne & Marckwort 2013, 19.)

5.2 Sähköpostiviestin rakenne

5.2.1 Teksti

Sähköpostin perusajatus on, että viesti on helposti luettavissa miltä tahansa ruudulta. Erityisesti mobiilipäätelaitteiden lisääntynyt käyttö vaatii sähköpostiviestiltä hyvää rakennetta ja luettavuutta (Gerhardt 2015). Luettavuuden edellytyksenä on selkeä kielenkäyttö ja kirjoitusasu. Lauseet kannattaa pitää lyhyinä ja sivulauseiden käyttöä tulee harkita. Lauseenvastikkeita tulee välttää, jotta viesti pysyy selkeänä ja ymmärrettävänä. (Javne & Marckwort 2013, 50 - 55.) Hyvä nyrkkisääntö on se, että viesti pitäisi voida lukea yhdellä vilkaisulla. Selkeys perustuu ymmärrettävään sanastoon, yksinkertaisiin lauseisiin ja hyvin suunniteltuun sisältöön. (Alasilta 2000, 103.) Selkeällä ja ymmärrettävällä tekstillä on myös tietoturvaan liittyvä aspekti. Jos viestiin kirjoitettu teksti ei vastaa sitä mitä lähettäjältä voidaan yleisesti odottaa, saattaa se herättää epäilyksiä viestin aitoudesta. Tällaisissa tapauksissa kannattaa viestin aitous varmistaa viestin lähettäjältä. (Sähköpostin tietoturva. 2015.)

Lyhyehköt ja informatiiviset sähköpostiviestit toimivat siis parhaiten. Pitkien viestien heikkous on niiden perillemeno koska ne jäävät herkästi lukematta tai unohtuvat (Torp-pa 2014, 177 - 178). Mikäli pitkä viesti on pakko lähettää, kannattaa asiat erotella väliotsikoilla toisistaan lukemisen helpottamiseksi. Viestin luettavuutta helpottaa myös tekstin jako kappaleisiin. Kappalejako tehdään jättämällä kappaleiden väliin tyhjä rivi. Viestissä asiat esitetään tärkeysjärjestyksessä, eli tärkeimmästä epäolennaisimpaan. Myös asioiden numerointi helpottaa mahdollisten ohjeiden noudattamista. (Kortesuo & Patjas 2011, 56, 59.)

Vastaamisessa pätee samat säännöt kuin ensimmäisenkin viestin lähettämisessä. Tärkein asia tulee aina ensimmäiseksi. Joskus voi olla hankala tietää mikä viestissä on tärkeintä. Hyvä nyrkkisääntö on muistaa ettei tärkein asia ole ainakaan aiemmin lähetetty viesti, johon on tarkoitus vastata. (Alasilta 2000, 108.) Sähköposteissa käytetään uutisille ominaista, käännteistä järjestystä. Asian yhteenveto ja johtopäätökset kirjoitetaan ensin ja perustelut vasta niiden jälkeen. (Taipale 2015.) Osuvuus kuuluu viestinnän perusvaatimukseen. Kirjoitetaanko asiasta vai asian vierestä? Vastaamistilanteessa tärkeintä on lukea vastaanotettu viesti kunnolla läpi ja vastata suoraan asiaan. (Alasilta 2009, 107 - 109.)

5.2.2 Viestin vastaanottaja

Sähköpostilla voi olla vastaanottaja, kopionsaaja ja piilokopion saaja. Näillä rooleilla on eroja ja oikealla käytöllä merkitystä. (Järvinen 2000, 54). Pääsääntö on, että vastaanottajaksi merkitään se, jolta toivotaan vastausta. Kopion saajalle viesti on vain tiedoksi, eikä häneltä odoteta toimenpiteitä. Tämä on hyvä muistaa, sillä monet eivät edes lue heille kopiona lähetettyjä viestejä. Sen vuoksi on tärkeää, että viesti lähetetään vain niille, joita asia koskee. Varmuuden vuoksi lähetettävät viestit kuormittavat vastaanottajien sähköpostia turhaan ja jäävät usein lukematta. (Kortesuo 2009, 137 - 138.)

Jos viesti on tarkoitus lähettää usealle vastaanottajalle laitetaan vastaanottajien sähköpostiosoitteet joko vastaanottaja- tai piilokopio-kenttään. Piilokopio-kenttää voi hyvin käyttää, sillä riippuen asiasta, ei kaikkien vastaanottajien tarvitse tietää ketkä muut saavat viestin. Lisäksi tekstin lukeminen hankaloituu jos viestin alussa on monta riviä vastaanottajien tietoja. Piilokopiona lähettäminen onnistuu, kun lähettäjä merkitsee ainoastaan itsensä vastaanottajaksi ja muut vastaanottajat piilokopio-kenttään. (Torppa 2014, 182.)

Kahdenkeskeisessä sähköpostiviestinnässä viestin vastaanottajan tulee vastata tai kuitata viesti luetuksi. Laajemmalla jakelulla lähetetty tiedote ei edellytä vastaamista. Jos tiedote herättää kysymyksiä, vastataan aina suoraan tiedotteen lähettäjälle. Kaikille vastaamista ei tule käyttää massapostituksen välttämiseksi. (Kortesuo 2009, 137.)

5.2.3 Otsikko

Otsikon tarkoitus on palvella vastaanottajaa ja täyttää tämän odotukset tekstin sisällöstä. Hyvä otsikko on lyhyehkö ja kuvaa ytimekkäästi tekstin sisältöä. Hyvin valittu otsikko herättää lukijan huomion ja erottaa viestin massasta. Otsikoinnissa pätee aloituksen taika, joka johdattaa lukijan asiaan ja saa kirjoittajan sanottavan paremmin perille. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 93, 99.) Viesteihin vastattaessa otsikon voi tarvittaessa muuttaa vastaamaan edellisessä viestissä kysytyihin asioihin (Alasilta 2000, 109).

Otsikolla on siis merkitystä. Ilman otsikkoa lähetetty viesti voi jäädä vastaanottajalta huomaamatta tai tulla luetuksi viimeisenä. Toisaalta koko viestiä, edes lyhyttä, ei kannata laittaa kokonaan otsikkokenttään koska ilman tekstiä saapuva viesti on tyly ja voi saada vastaanottajan tuntemaan itsensä hölmöksi. Tyhjän viestin lähettäminen tuntuu kin hölmöltä ajatukselta. Otsikko voi myös olla varoittava tekijä. Epäilyttävältä näyttävä otsikko voi kieliä viruksen tai muun haittaohjelman sisältävästä viestistä, vaikka viesti olisikin tullut tutulta lähettäjältä. (Sähköpostin tieturva. 2015.)

Otsikon lisäksi tärkeä osa viestiä on heti alussa oleva teksti. Alkuteksti näkyy vastaanottajalle ensimmäisenä, usein myös viestistä ilmoittavassa ponnahdusikkunassa, ja tulee siten luetuksi varmimmin. Lukijan tavoittaa siis parhaiten, kun laittaa tärkeimmän tiedon heti alkuun. (Torppa 2014, 178 - 179.)

5.2.4 Alkutervehdys

Sähköpostiviestit alkavat yleensä alkutervehdyksellä ja päättyvät lopputervehdykseen. Toisten mielestä tervehdys on itsestäänselvyys, mikä selittyy sähköpostin rinnastamisesta puheeseen. (Kortetjärvi- Nurmi ym. 2008, 50 & 100.) Alkutervehdystä voi yleisesti verrata yleisiin käytöstapoihin, ja se motivoi vastaanottajaa jatkamaan viestin lukemista. Sillä on myös vaikutusta jatkoviesteihin. (Javne ym. 2013, 24).

Alkutervehdyksen yhteydessä kannattaa myös mainita vastaanottajan nimi. Se lisää tietoturvaa siltä varalta, että viesti menee vahingossa väärään osoitteeseen. (Kortesuo & Patjas 2011, 42.) Alkutervehdys ei ole kuitenkaan pakollinen. Toisten mielestä se on turha, varsinkin kun viestittely muuttuu vuoropuhelunomaiseksi ensimmäisen viestin jälkeen. Mitään nyrkkisääntöä tervehtimisestä ei ole. Varman päälle on tervehtiä ennestään tuntematonta vastaanottajaa. (Torppa 2014, 181.)

5.2.5 Lopputervehdys ja allekirjoitus

Sähköpostiviestit päättyvät lopputervehdykseen ja allekirjoitukseen. Ne osoittavat lukijalle, että viesti päättyy ja osoittavat viestin lähettäjän henkilökohtaisuuden. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 101). Lopputervehdyskin on mukautettava muuhun viestiin sopivaksi. Miellyttävällä lopputervehdyksellä on samanlainen vaikutus kuin hymyllä. Se voi liittyä positiivisella tavalla viestin aiheeseen, vuodenaikaan, säähän tai vaikka viikonpäivään. (Kortesuo ym. 2014, 45.)

Viesti allekirjoitetaan omalla ja lisäksi vielä yrityksen nimellä, jos viesti on osoitettu työyhteisön ulkopuolelle. Allekirjoitukseen on hyvä lisätä myös riittävät yhteystiedot ja nettisivujen osoite. Allekirjoitus antaa vastaanottajalle tiedon kenen kanssa hän on vuorovaikutuksessa ja miten hän voi olla yhteydessä viestin lähettäjään. (Javne ym. 2013, 106 - 108.)

Sähköpostissa kannattaa käyttää automaattista allekirjoitusta. Automaattisesti lisätty allekirjoitus erotetaan kahdella väliviivalla ja välilyönneillä. Merkkijonoa ei saa muuttaa, sillä se on koodi, joka auttaa allekirjoitusta säilymään ehjänä vastaanottajalle asti. Automaattinen allekirjoitus toimii ikään kuin lähettäjän käyntikorttina. Kuten edellä mainittu, siihen tulee lähettäjän nimi, titteli, yrityksen nimi ja tarvittavat yhteystiedot. Allekirjoituksen yhdenmukaisesta muodosta kannattaa sopia yrityksessä yhteisesti. Allekirjoituksen perään voidaan halutessa lisätä esimerkiksi yrityksen iskulause. (Kortesuo & Patjas 2011, 61 - 62.)

Yhdysvalloista tuttu juridinen häntä, jossa sähköpostin loppuun on lisätty luottamuksellisuuslauseke, ei Suomessa ole tarpeellinen. Sähköposti rinnastetaan kirjeeseen rikoslaisissa, jossa sen katsotaan kuuluvan kirjesalaisuuden piiriin (Rikoslaki 2015, 38 luku 3 §). Kirjesalaisuus pätee, vaikkei sitä viestin lopussa kerrottaisikaan. Lain kertaaminen jokaisen viestin lopussa vain pidentää viestiä turhaan. (Kortesuo 2009, 120.)

5.2.6 Kiitos ja pahoittelu

Vastaustilanteessa viestistä kiittäminen on kohteliasta, kunhan muistaa kiittää oikeasta asiasta. Kysymykseen tai ilmoitukseen vastaaminen kiitoksella saattaa välittää lähettäjälle mielikuvan siitä, ettei hänen viestiään ole luettu tarkasti (Javne ym. 2013, 28).

Kiitoksella voidaan viitata edelliseen yhteydenottoon, jolloin perinteistä, kapulakieli-mäistä viitaten-sanaa ei tarvitse käyttää. Viittaus edelliseen yhteydenottoon on tarpeen myös siksi, että se valmistelee lukijan vastaanottamaan uutta tietoa. Se helpottaa viestin kirjoittamista ja lukija voi heti tarkistaa, että kirjoittaja on tulkinut asian oikein. (Korteso ym. 2014, 44.) Viitteeseen kannattaa merkitä myös yhteydenottotapa, päivämäärä sekä keskustelleiden henkilöiden nimet (Luukkonen 2004, 212).

Jos viestissä on aihetta pahoitteluun, kirjoitetaan se heti kiitoksen jälkeen. Se on psykologisesti tärkeää. Kun huomioidaan lukijan harmi heti viestin alussa, hän on todennäköisesti vastaanottavaisempi selityksille ja korjausehdotuksille. (Korteso ym. 2014, 44.)

5.2.7 Viestin ulkoasu ja malli

Sähköpostiviestin sanattomaan viestintään kuuluu myös viestin ulkoasun vakioiminen. Vakioitu ja yhdenmukainen viestimalli helpottaa työntekoa ja luo selkeää yrityskuvaa. Viestimallien ja tekstipohjien avulla taataan kirjoittajasta riippumaton tekstin vähimmäislaatu, joka hyödyttää myös lukijaa. (Kankaanpää & Piehl 2011, 336.) Vakioinnin etuna on, että lukija löytää viestistä aina samat tiedot samoilta paikoilta ja se helpottaa myös tekstin lukemista. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 64.) Erityisesti asiakaspalvelussa voi olla käytössä erilaisia mallivastauksia kysytyimpiin kysymyksiin. Mallivastausten käytössä on tärkeää muokata vastaus asiakkaan tiedusteluun sopivaksi, jotta viestistä tulee asiakkaalle henkilökohtainen. Mallivastauksen on tarkoitus olla viestin runko, joka muokataan asiakkaalle sopivaksi vastaukseksi. (Javne ym. 2013, 40.)

Viestin houkuttelevuuteen vaikuttavat esimerkiksi ennalta sovittu sopivan kokoinen fontti ja leipätekstin selkeät kappalejaot (Korteso ym. 2014, 137). Viestin luettavuuden kannalta on hyvä välttää liian pientä fonttia ja liiallisten kuvien käyttöä (Gerhardt 2015). Sähköpostiin kuten muuhunkin sähköiseen viestintään liittyy myös joitain kirjoittamisen erityispiirteitä, joita ei ole muissa kirjallisen viestinnän kanavissa. Erikoismerkit kuten

euron symboli tai ajatusviiva muuttuvat herkästi matkan varrella epämääräiseksi koodikieleksi. Syynä tähän ovat käyttäjien erilaiset sähköpostiohjelmit. Tekstiä ei myöskään tule kirjoittaa suuraakkosilla, sillä se tulkitaan helposti huutamiseksi. Myöskään kirjoittamista pelkillä pienaakkosilla ei tule tehdä koska tekstin lukeminen muuttuu silloin hankalaksi. (Kortesuo ym. 2011, 11.) Tekstin lihavoitua ja kursivoitua sekä viestin taustan visuaalista koristelua väreillä ja kuvioilla tulee välttää, sillä myös koristelut saattavat muuttua sekavaksi koodikieleksi ja vääristää viestin vastaanottajan ruudulla. (Kankaanpää ym. 2011, 289.)

Hymiöiden tarkoitus on elävöittää tekstiä ja kertoa vastaanottajalle tunteista (Haasio ym. 2002, 26). Hymiöiden ja lyhenteiden käyttö on yleistä varsinkin epävirallisissa viesteissä ja nuorison keskuudessa. Asiallisiin, työhön liittyviin viesteihin ja asiakasviestintään ne eivät sovi, sillä huumori voidaan helposti tulkita väärin ja hymiöt antavat helposti lapsellisen kuvan. (Taipale 2015.) Hymiöiden käyttöä voi kuitenkin harkita, kun on edetty tuttavallisemmalle tasolle. Ne ovat mainio lisä viestinnässä, kunhan niitä käyttää maltillisesti. Kuten tekstin koristelussa, myös hymiöiden käyttö saattaa vääristää viestin. Niiden paikkaa tekstissä tulee miettiä tarkkaan, etteivät ne viesti vastaanottajalle väärää asiaa. (Metsäaho 2013, 82.)

5.2.8 Liitetiedostot

Yleisohjeena on, että liitteet ja mahdolliset linkit sijoitetaan tekstin loppuun (Torppa 2014, 179). Liitteiden käytössä kannattaa käyttää aina tapauskohtaista harkintaa. Sähköpostiviesti itsessään voi toimia saatteenä ja itse asia välitetään liitetiedostona. Kuitenkin isot liitetiedostot kuormittavat sähköpostia. Asian kirjoittaminen sähköpostiviestiin puolestaan vaikeuttaa tekstin lukemista asiakirja-asettelun puuttumisen vuoksi. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 100.)

Jos liitteitä on pakko lähettää, kannattaa isot tiedostot pakata erillisellä ohjelmalla pienempään kokoon. Erityisesti kuvat, videot ja pitkät tekstitiedostot kannattaa pakata niiden suuren koon vuoksi. Liitetiedostoja vastaanotettaessa tulee pitää mielessä mahdolliset haittaohjelmat ja virukset. Epäilyttäviä liitetiedostoja ei tule avata. Erityisesti .com, .exe, .shs, .pif, ja .vbs ovat yleisiä haittaohjelmistojen tiedostopäätteitä (Sähköpostin tietoturva. 2015).

Liitetiedostoihin liittyy myös toisenlainen ongelma. Viestin vastaanottajalla ei välttämättä ole liitteen avaamiseksi tarvittavaa ohjelmistoa tai sen versio voi olla vanhentunut (Alasilta 2000, 81). Liitteiden sijasta lukija kannattaakin ohjata mahdolliselle verkkosivustolle linkkien kautta jos vastaava tieto löytyy myös sieltä. Linkeissä piilee kuitenkin aina tiedonkalasteluriski ja vaihtoehtoisesti lukijan voi myös ohjata perille etusivulta polkua pitkin. (Alasilta 2009, 204 - 208.)

5.3 Sähköpostiviestin sisältö

5.3.1 Sanaton viestintä

Vaikka sähköpostiviestintä on käytännössä pelkästään sanallista viestintää, sen ei tarvitse olla tunteetonta. Viestit voivat myös välittää huomaavaisuutta ja ystävällisyyttä esimerkiksi asiayhteyteen sopivalla toivotuksella. Tätä kutsutaan rivien välistä luettavaksi merkitykseksi. (Alasilta 2000, 114 - 115.) Taitava viestijä osaa viestiä tehokkaasti ja tilanteeseen sopivalla tavalla (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2012, 21). Koska sähköpostiviestinnästä puuttuu välitön vuorovaikutus, ei vastaanottajan tai lähettäjän reaktioita voi nähdä eikä kuulla. Tästä syystä sähköposti on huono väline ikävien tai vaikeiden asioiden viestimiseen. (Järvinen 2000, 19.)

Viestin sisältöön vaikuttaa myös se, kenelle se on kohdistettu. Sisäisille asiakkaille ei kerrota samoja asioita kuin ulkoisille. (Kortesuo ym. 2014, 19.) Viestinnässä on siis olennaista tietää kenelle viestii. Vastaanottajan asemaan asettuminen edistää viestinnässä onnistumista. Vastaanottajan analysointi helpottaa viestimään vastaanottajaa puhuttelevalla tavalla. Sanallisessa viestinnässä sanoman havainnollistaminen puhuttelee vastaanottajaa erityisesti silloin kun viestitään hankalista asioista. On siis selvitetävä, kenelle viestitään ja voidaanko viestinnässä käyttää alan termistöä vai arkipäivän ilmauksia asian esille tuomiseksi. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2012, 33 - 35, 58.)

5.3.2 Vuorovaikutus

Koska sähköpostiviestinnässä puuttuu välitön vuorovaikutus lukija ei voi heti tarkastaa, onko hän ymmärtänyt viestin oikein. Tekstiä lukiessaan hän on pelkästään sanojen varassa ja luo niiden perusteella mielikuvia. (Javne & Marckwort 2013, 18.) Sähköposteja kirjoitetaan nopeampaan tahtiin kuin perinteisiä kirjeitä. Se houkuttelee käyttämään

rennompaa kielenkäyttöä, mutta kirjoittajan tarkoittama rentous tai vitsikkyys ei aina välity lukijalle. (Sähköposti vaatii tyyliä. 2015.)

Lukijan ensimmäinen reaktio tekstiin on yleensä sen sävyn kokeminen. Viestin sävy voidaan tulkita positiiviseksi tai negatiiviseksi ja sitä täydentää tekstiin liittyvät hyödyt sekä mahdolliset uhat. Lukijan tyytyväisyys vaikuttaa myös jatkoviestintään. Epäonnistunut kielenkäyttö tai kirjoitusvirheet voivat viedä asiakkaan luottamuksen yritystä kohtaan pitkäksi aikaa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 72.)

Vastaanottajan puhuttelulla on vaikutusta vuorovaikutukseen. Sinuttelu on tyyliä lähempää ja tuttavallista kun taas teitittely on etäisempää ja tyyliä virallista. Suomessa ei ole puhutteluun liittyvää vahvaa sääntöä (Torppa 2014, 181). Yleisesti ikäihmisiä ja korkea-arvoisia henkilöitä on kohteliasta teititellä ja puhutella kunnioittavasti. Puhuttelutavat vaihtelevat viestintätilanteen mukaan ja vaativat tyyliin mukautumista. Erityisesti asiakaspalveluviestinnässä on yleistynyt kasvoton tyyli jossa käytetään yleisnimikkeitä. Ne eivät puhuttele vastaanottajaa ja luovat virallisen ja etäisen mielikuvan. Vastaanottajan huomioimisella ja arvon nostamisella on positiivinen vaikutus vuorovaikutuksessa. (Javne & Marckwort 2013, 78-80.) Omistusliitteiden käyttö viestii lukijalle, että hänet on huomioitu. Ne kertovat paitsi huolellisesta kielestä myös vuorovaikutuksesta vastaanottajan kanssa. (Kortesuo & Patjas 2011, 43.)

5.3.3 Kirjoitustyyli ja lähestymistapa

Kirjoitustyyli vaikuttaa vahvasti siihen, millaisen käsityksen lukija saa kirjoittajasta. Ulkoisessa kuten sisäisessäkin viestinnässä kirjoitustyylin valinnan voi tehdä tietoisesti ja siitä kannattaa pitää kiinni koko viestin läpi. Hyvä viestijä osaa tulkita vastaanotetun viestin tyyliin ja mukautua siihen. (Javne & Marckwort 2013, 76 - 77.) Olennaista on kiinnittää huomiota aktiivi-muodon ja passiivi-muodon käyttämiseen. Aktiivi lähentää ja passiivi loitontaa. Aktiivin käyttö viestii vastuunottamisesta ja lisää luottamusta. (Aarnikoivu 2005, 156.)

Viestinnässä käytetään pääasiassa kahta, toisistaan poikkeavaa lähestymistapaa: etäistä lähestymistapaa ja liittyvää lähestymistapaa. Näiden tapojen välillä esiintyy myös välimuotoja, mutta etäinen ja liittyvä ovat eräänlaisia perusmuotoja, jotka on helppo tunnistaa. (Aarnikoivu 2005, 147.) Kuvio 2. havainnollistaa etäisen ja liittyvän lähestymistavan eroavaisuudet.

Etäinen lähestymistapa	Liittyvä lähestymistapa
Muodollinen	Epämuodollinen
Virallinen	Epävirallinen
Jäykkä	Joustava
Ytimekäs/asiassa pitäytyvä	Laaja/rönsyilevä
Vähän informaatiota	Paljon informaatiota ja signaaleja
Neutraali	Persoonallinen

Kuvio 2. Lähestymistapojen perussävyt (Aarnikoivu 2005, 147).

Etäisessä lähestymistavassa viesti on yleensä lyhyt ja ytimekäs. Siinä kunnioitetaan etäisyyttä ja käytetään usein teitittelyä. Asiassa pitäytyään tiiviisti eikä anneta lukijalle ylimääräisiä vihjeitä tarpeista tai odotuksista. Tämä tekee vastaamisen haasteelliseksi vähäisen tiedon ja signaalien vuoksi. Vastauksessa informaation määrän tulee olla sopiva ja omaksuttavissa. (Aarnikoivu 2005, 146 - 155.)

Liittyvässä lähestymistavassa viesti sisältää usein paljon informaatiota ja signaaleja tarpeista ja odotuksista. Viestin lähettäjä on läsnä ja odottaa saavansa henkilökohtaisen vastauksen. Liittyvässä lähestymistavassa on tyyppillistä sinutella ja käyttää epävirallisia tervehdystapoja. (Aarnikoivu 2005, 146 - 155.)

Kirjoitustyyli ja persoonallinen tapa viestiä voi parhaimmassa tapauksessa erottaa yrityksen positiivisesti kilpailijoista. Kielellä leikittely ja erilaiset tyylit ovat tekstin mauste. Mausteita kannattaa kuitenkin lisätä varovasti kokonaisuutta silmällä pitäen. Liika tyylikkyys voi muuttua hetkessä tyylittömyydeksi. Tärkeintä on muistaa tekstin sisältö. Riippuu asiayhteydestä kuinka paljon kielellä voi leikitellä. (Kortesuo ym. 2014, 193.)

5.3.4 Netiketti

Sähköpostiviestinnältä kuten muunkin kanavan kautta käydyltä viestinnältä odotetaan avoimuutta ja rehellisyyttä. Viestinnän eettisyys on tärkeä tehdä tunnetuksi ja ymmärrettäväksi ja sitä on pyrittävä edistämään. Netissä viestimiseen liittyviä ohjeita ja sääntöjä kutsutaan myös nimellä netiketti (Netiketti). Sähköpostiviestinnässä, kuten muussakin sähköisessä viestinnässä, täytyy pitää mielessä hyvät käytöstavat. Netiketin perusasi-

oita ovat viestien lukeminen ja niihin vastaaminen. Henkilökohtaiseen viestiin vastamatta jättäminen on epäkohteliasta (Haasio & Rauhala 2002, 27, 41.)

Sähköpostiviestintään liittyvää etikettiä voi miettiä myös viestin lähettämisen välttämättömyyden kannalta. Voisiko asian hoitaa tehokkaammin jollain toisella viestinnän kanavalla? Onko asia hoidettava heti vai voiko se odottaa seuraavaan päivään, jolloin viestin kohde olisikin tavattavissa kasvotusten. Onko nyt oikea aika lähettää viesti? Vai saadaanko jonkin ajan kuluttua asiaan liittyen ratkaiseva tieto, jolloin viestin lähettäminen käy turhaksi. (Poutanen 2013.)

Alla on listattu hyvää etikettiä ja asiallista verkkokäyttäytymistä noudattavia sähköpostiviestinnän muistisääntöjä (Haasio 2008, 255; Poutanen 2013):

- Sähköpostia tulee lähettää vain kun se on välttämätöntä. Tulee miettiä, voisiko asian hoitaa jollain toisella viestinnän kanavalla tai vähän myöhemmin, jolloin viestin lähettäminen käy tarpeettomaksi.
- Kaikille vastaamista tulee välttää ja miettiä ovatko kopionsaajat tarpeellisia. Viestejä ei tule lähettää turhan laajoilla jakeluilla.
- Viesteihin on pyrittävä vastaamaan vuorokauden sisällä. On tärkeää muistaa kertoa, jos välittää viestin eteenpäin.
- Asiat esitetään lyhyesti ja pyritään käsittelemään vain yksi asia viestiä kohden.
- Viestiä ei kirjoiteta pelkillä isoilla tai pienillä kirjaimilla. Pelkät isot kirjaimet tulkitaan verkossa HUUTAMISEKSI ja pelkät pienet kirjaimet vaikeuttavat tekstin lukemista.
- Viestien tulee olla asiallisia ja niissä esiinnyttään omalla nimellä. Niissä noudatetaan lakia ja hyviä tapoja ja kunnioitetaan muita ja heidän yksityisyyttä.
- Viestinnässä tulee aina noudattaa työnantajan antamia ohjeita.

Ihmisten tapa toimia ja kirjoittaa muokkaavat sähköpostiviestintään liittyvää etikettiä. Tavat vakiintuvat kun suurin osa ihmisistä toimii tietyllä tavalla. Hyvän sähköpostietiketin vakiintumiseen voi itse vaikuttaa miellyttävällä viestintäkäytöksellä. (Alasilta 2009, 237.) Vastaanottaja ei voi vaikuttaa siihen mitä saa mutta viestin lähettäjä voi vaikuttaa siihen mitä lähettää (Järvinen 2000, 89).

5.4 Viestinnällinen osaaminen

Taitava viestijä pystyy tehokkaaseen vuorovaikutukseen viestinnässä. Hän ymmärtää vallitsevan tilanteen, vastapuolen ja viestinnälle asetetut säännöt ja sopeutuu niiden mukaan. Tätä kutsutaan viestinnälliseksi osaamiseksi. Oma osaamista tukee kirjoittajan käsitys itsestään kirjoittajana sekä teksteistä saatu palaute. Palaute sekä vahvistaa että korjaa ja ohjaa kirjoittajaa paremmaksi viestijäksi. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2012, 21, 26.) Sähköposti on vuorovaikutteinen viestinnän väline palautteen saamisen ja antamisen kannalta (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 50).

Lukijalle muodostuu kirjoittajasta jonkinlainen käsitys jo heti ensimmäisen kappaleen jälkeen. Tämä käsitys yleensä vahvistuu vielä myöhemmästä tekstistä. Kirjoittajan ei tule yli- eikä aliarvioida lukijaa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 55.) Rehellisyys on viestinnässä tärkeintä, mutta ihan kaikkea ei aina tarvitse kertoa. Sama asia kerrotaan eri tavalla vastaanottajasta riippuen koska vastaanottajat ovat erilaisia.

Kirjoittajan kyky motivoida ja perustella on tärkeää. Kun vastaanottaja tietää vastauksen kysymykseen miksi, hän hyväksyy sen helpommin. (Kortesuo ym. 2014, 35 - 36.) Perustelulla pyritään vaikuttamaan vastaanottajaan esimerkiksi tunteella tai järjellä. Järkeen perustuvassa vaikuttamisessa vedotaan esimerkiksi faktatietoon kuten tilastoihin ja kokemuksiin. Tunteisiin perustuvassa vaikuttamisessa voidaan puolestaan vedota moraaliin ja oikeudenmukaisuuteen, arvoihin, tarpeisiin ja yleisiin mielipiteisiin. Perustelun valinnassa on tärkeää kiinnittää huomiota vastaanottajien erilaisiin omaksutumistyyliin ja mukautua niiden mukaan. (Honkala ym. 2013, 71 - 72.)

Hyvällä suunnittelutyöllä voidaan välttää yleisimmät viestintään liittyvät kompastuskivet. Se auttaa kirjoittajaa pysymään aiheessa ja ohjaamaan toimintaa oikeaan suuntaan. (Luukkonen 2004, 162.) Täydellinen viesti saa vastaanottajan tuntemaan, että viesti on kirjoitettu juuri hänelle ja se vastaa hänen odotuksiaan. Suunnittelematon ja huonosti kirjoitettu viesti antaa epäammattimaisen kuvan kirjoittajasta (Javne & Marckwort 2013, 30.)

Suunnittelutyössä kirjoittajan kannattaa aina kysyä itseltään kenelle, mistä ja miksi kirjoittaa. Huonosti suunnitellut ja viimeistellyt viestit herättävät usein vastaanottajassa vain lisäkysymyksiä, jolloin viesti palautuu. Jos viesti palautuu täynnä lisäkysymyksiä, voi siitä päätellä, että alkuperäinen viesti oli huonosti suunniteltu. Vastaustilanteessa

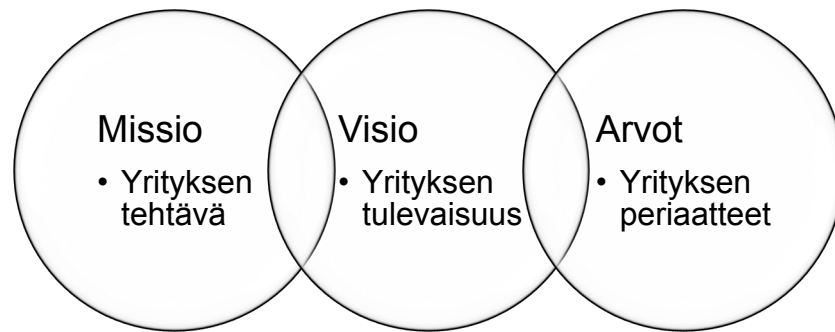
on tärkeää lukea viesti huolella ennen vastauksen suunnittelua. (Alasilta 2009, 142 - 143.)

6 Viestintästrategia ja yhteiset pelisäännöt

6.1 Viestinnän suunnittelu

Viestinnän suunnittelun lähtökohtana on yrityksen liiketoiminnan ja tavoitteiden tukeminen. Se edistää halutun yrityskuvan rakentumisessa ja tehostaa ajankäyttöä. Yrityksen saamaa julkisuutta ei voi hallita, mutta siihen voi vaikuttaa yhdenmukaisella ja tehokkaalla viestinnän suunnittelulla. (Lohtaja ym. 2007, 94.) Viestinnän suunnittelun työkaluja ovat viestintästrategia ja viestintäsuunnitelma. Viestintästrategia tukeutuu yrityksen kokonaisstrategiaan ja on yleensä melko laaja, 2 - 5 vuoden tähtäimellä tehty suunnitelma. Siinä määritellään mm. viestinnän nykytila, resurssit ja tavoitteet sekä miten ne aiotaan saavuttaa. Viestintästrategia luo pohjan käytännön viestinnän suunnittelulle. Viestintäsuunnitelma puolestaan on käytännön viestinnän suunnittelua. Suunnitelma tehdään yleensä vuodeksi tai lyhyemmäksi ajanjaksoksi, jossa selvitetään mm. millä varoilla, tekniikalla ja resursseilla viestintä hoidetaan. (Kortesuo ym. 2014, 21 - 22.)

Viestinnän suunnittelun lähtökohtana tulisi olla yrityksen toiminta-ajatus. Selkeä toiminta-ajatus auttaa yritystä erottumaan kilpailijoista ja edistää positiivisen maineen muodostumista (Kuvaja 2007). Toiminta-ajatus koostuu yrityksen missiosta eli tehtävästä, visiosta eli tulevaisuuden tavoitteista ja arvoista eli periaatteista, joiden mukaan yritys toimii. Kuvio 3. Havainnollistaa, miten missio, visio ja arvot on kytketty toisiinsa ja miten ne muodostavat siten yrityksen toiminta-ajatuksen. (Honkala & Kortetjärvi-Nurmi & Rosenström & Siira-Jokinen 2013, 14.)



Kuvio 3. Missio, visio ja arvot määrittelevät yrityksen toimintaa (Honkala ym. 2013, 14).

Toiminta-ajatuksen määrittelyyn kannattaa panostaa. Parhaimmillaan se voidaan kiteyttää eräänlaiseksi ydinviestiksi, jolla ilmaistaan mistä yrityksen toiminnassa on kyse. Hyvin kiteytettynä se ymmärretään niin työyhteisön sisällä kuin sidosryhmienkin toimesta ilman erillisiä perusteluja. Hyvin laadittu toiminta-ajatus avautuu myös ongelmitta niille, jotka eivät tiedä yrityksestä ennakkoon juuri mitään. (Kuvaja 2007.) Sisäisen viestinnän tehtävänä on toiminta-ajatuksen ja työhön liittyvän tiedon välittäminen organisaation sisällä (Piha 2014, 13). Toteutuessaan, toiminta-ajatus näkyy kaikissa tilanteissa, joissa työntekijät ovat vuorovaikutuksessa keskenään, sekä johdon ja sidosryhmien kanssa (Honkala ym. 2013, 14.)

6.2 Viestintäohje

Sähköpostiviestintään liittyviä ohjeistuksia ei yrityksissä juurikaan ole. Jotain yhdenmukaisia linjauksia viestien rakenteeseen liittyen (kuten yhdenmukaiset allekirjoitukset) saattaa olla käytössä, mutta sisältöön liittyviä ohjeita ei yleensä ole annettu. Jos yrityksellä on olemassa sähköpostiviestintää koskevat ohjeet, ne on usein unohdettu eikä niitä muisteta noudattaa. Ohjeet eivät myöskään aina ole kaikkien työntekijöiden tiedossa. (Alasilta 2009, 49.)

Yrityksen viestintä ei kuulu pelkästään viestintäosastolle. Jokaisen työntekijän tulee tietää, miten toteuttaa suunniteltua viestintää, ja vastuu tästä on johdolla. (Metsäaho 2013, 13, 89.) Käskyt ja kiellot eivät yleensä tuota haluttua lopputulosta. Yhteisiä ohjeita ja linjauksia tulisi työyhteisössä pohtia yhdessä, jolloin yhteiset pelisäännöt tukevat tapakulttuuria ja tavoitteita. (Luukkonen 2004, 57-58.)

Sähköpostin käyttöön liittyvien ohjeiden puuttuminen aiheuttaa myös epävarmuutta. Sähköposti on altis vahinkoviesteille, joissa viesti lähetetään vahingossa väärään osoitteeseen. Vahinkoviestien riski on suuri sillä yleensä jokaisella työyhteisön jäsenellä on oma työsähköposti käytössä. Vahinkoviestit voivat päätyä myös julkisuuteen ja vaikuttaa yrityksen maineeseen. (Aula & Jokinen 2007, 39.)

Sähköpostiviestintää koskeva ohjeistus ei ole laissa pakollinen. Työnantajalla on kuitenkin yhteistoimintalain mukaan velvollisuus tehdä sähköpostia ja muita tietoverkon käyttöä koskeva suunnitelma ja käydä sen periaatteet läpi henkilöstönsä kanssa. Mikäli yrityksen henkilöstömäärä on alle 30 henkilöä, ei työnantajalla ole yhteistoimintavelvoitetta. (Laki yhteistoiminnasta yrityksissä 2007, 2 §, 19 §). Työnantajan on kuitenkin annettava henkilöstölle mahdollisuus tulla kuulluksi sähköpostiin liittyvien ohjeiden periaatteista. Sähköpostin käyttöön liittyvän ohjeistuksen tarkoitus on suojata sekä työntekijää että työnantajaa. Sähköpostin käyttöön liittyvät ongelmatilanteet on helpompi hoitaa yhteisten ohjeiden mukaan loukkaamatta kummankaan osapuolen yksityisyyden suojaa työelämässä. (Skurnik-Järvinen 2013, 89.)

6.3 Yrityskuvan rakentaminen viestinnän avulla

Hyvät viestintätaidot ja kaikki ulospäin lähtevät viestit vaikuttavat yrityksen imagoon eli maineeseen. Viestin vastaanottajan mielikuva yrityksestä on riippuvainen vastaanotetun viestin sisällöstä. Yrityskuvaa eli profiilia tulisi rakentaa niin yleisen näkyvyyden kuin viestinnänkin kautta. (Metsäaho 2013, 11-12.) Yrityksen toiminnan jatkuvuus voi olla viestinnästä kiinni. Menestys riippuu siitä, miten hyvin yritys pystyy vastaamaan sidosryhmien odotuksiin. Tuotteiden ja palveluiden kysynnän jatkuminen on edellytys toiminnan jatkuvuudelle. (Juholin 2013, 51.)

Yhteiset pelisäännöt ja tapakulttuuri tukevat tavoitteita ja ulkoista yrityskuvaa (Luukkonen 2004, 58). Yrityskuvaa ei kuitenkaan voida rakentaa pelkästään viestinnän avulla. Siihen vaikuttavat myös esimerkiksi tuotteet, palvelut, henkilöstö, toimitilat ja johtamistapa. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 10.)



Kuvio 4. Yrityskuvan muotoutuminen (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 10).

Yrityksen tavoittelema yrityskuva ei aina ole samanlainen kuin vastaanottajan mielessä muodostunut mielikuva. Kuvio 4. havainnollistaa miten imagoon vaikuttavat yrityksen lähettämän kuvan eli profiilin lisäksi myös ihmisten omat tiedot ja kokemukset sekä median luoma kuva yrityksestä. Imago syntyy todellisesta toiminnasta, ei vain siitä, mitä yritys tarkoituksellisesti viestii ulospäin. (Honkala ym. 2013, 17.)

6.4 Yhteisten pelisääntöjen merkitys

Sähköpostiviestinnän ohjeistuksella on yrityskuvan rakentamisen lisäksi vaikutusta työyhteisön työilmapiiriin. Sillä on puolestaan suora vaikutus toiminnan tehokkuuteen ja työssä jaksamiseen. (Alasilta 2009, 40.) Tieto lisääntyy kun sitä jaetaan. Yksi työyhteisön jäsen ei voi tietää kaikkea, mutta jokaisella on tietoa ja kun ne yhdistetään syntyy lisää tietoa kaikille. Sähköpostiviestintä on mahdollistanut nopean tiedonjakamisen työyhteisöissä. (Järvinen 2000, 18.)

Tiedon jakaminen ja vuorovaikutus vaikuttaa myös siihen miten työntekijä kokee oman työnsä merkityksen yrityksessä. Avoimella tiedon jakamisella ei ole tarkoitus tuottaa työntekijöille tuskaa vaan ehkäistä huhupuheiden leviäminen. Huhupuheet heikentävät työilmapiiriä ja työn tulosta. (Piha 2014, 46.) Sisäisen viestinnän tavoite onkin luoda ja ylläpitää halua tehdä työtä ja kannustaa työntekijöitä (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2008, 106). Sillä on suora vaikutus myös ulospäin suuntautuvaan viestintään. Ulospäin on vaikea vakuutella kaiken olevan hyvin jos todellisuudessa pinnan alla kuohuu. Tyytyväiset työntekijät ovat sitoutuneempia ja suhtautuvat työhönsä positiivisemmin kuin tyytymättömät ja se näkyy myös ulospäin. (Piha 2014, 11, 48.)

Yrityksissä saa ja pitäisi olla omia työyhteisöön liittyviä käyttäytymissääntöjä. Työhön liittyvässä viestinnässä työntekijä ei edusta vain itseään vaan koko organisaation maine on riippuvainen kohteliaasta, selkeästä ja hyvin kirjoitetusta sähköpostiviestinnästä.

(Alasilta 2009, 237.) Yhteiset sähköpostiviestinnän pelisäännöt auttavat työntekijöitä onnistumaan viestinnässä. Yhteiset käytännöt ovat erityisen tärkeitä poikkeustilanteissa tehtävään viestintään. (Alasilta 2000, 101.)

7 Sähköpostiviestinnän kehittäminen

7.1 Sähköpostiviestinnän ongelmat

Kuten aiemmin todettu, sähköpostia pidetään nykyään yhtenä syynä tietotyön tuottamattomuuteen (ks. luku 3.4). Voiko sähköposti itsessään kuitenkaan olla syy ylittävään viestinnän määrään? Sähköpostiviestintään ei ole ilman viestien lähettäjiä ja vastaanottajia. Voisiko ratkaisu sähköpostiviestinnän ongelmiin piillä niiden alkupe-
räisessä lähteessä eli käyttäjissä?

Eräässä sähköpostiviestintään liittyvässä tutkimuksessa selvitettiin työyhteisön sähköpostiviestinnän epäkohtia henkilöstökyselyn perusteella. Vastauksista kävi ilmi, että vaikka viestit olivat pääasiassa helppoja lukea ja niiden välittämä tieto koettiin merkitykselliseksi vastaanottajalle, kuitenkin 56 prosenttia kaikista vastaanotetuista viesteistä koettiin turhiksi. Sähköpostia käytettiin liian usein puhelimen tai kasvotusten käytävän keskustelun sijasta. Lisäksi 29 prosenttia kaikista viesteistä oli sellaisia, joilla ei ollut mitään arvoa vastaanottajalle. (Jackson & Burgess & Edwards 2006.)

Kaikissa yrityksissä tuskin on identtisiä viestintään liittyviä haasteita. Selvittämällä oman organisaation sähköpostiviestinnän ongelmat, on sähköpostiviestintää helpompi lähteä kehittämään. Seuraavaksi käsitellään sähköpostiviestinnän ongelmakohtien kor-
toitusta ja kohdennettua koulutusta.

7.2 Viestintäkoulutus

Viestintäkoulutusta mietittäessä kannattaa ensin selvittää, mitkä asiat aiheuttavat ongelmia. Onko syy saapuvien viestien tulvaan ns. varmuuden vuoksi lähetettävät, turhat viestit? Viestinnän kehittämisen lähtökohtana, olisi hyvä palata sähköpostiviestinnän perusasioihin. Edellä mainitussa tutkimuksessa toimivaksi ideaksi osoittautui selvittää yhteisön sähköpostiviestintään liittyvät suurimmat epäkohdat ja kohdistaa kou-

lutus ratkaisemaan ne. Tutkimuksessa tehdyn kartoituksen perusteella haettiin vastauksia seuraaviin sähköpostiviestinnän ongelmakohtiin (Jackson ym. 2006):

- Onko lähetettävä viesti välttämätön? Voisiko asian hoitaa kasvotusten tai jonkin muun kanavan kautta?
- Onko viesti kohdistettu oikealle vastaanottajalle?
- Miten kirjoitetaan hyvä otsikko?
- Kuinka saada viestin sanoma välitettyä vastaanottajalle?
- Onko liitetiedostojen lähettäminen aina tarpeellista tai välttämätöntä?
- Kuinka hallita sähköpostilaatikkoo ja välttyä kaaokselta?

Esitettyjen kysymysten pohjalta laaditulla koulutuksella oli huomattavia, positiivisia vaikutuksia henkilöstön sähköpostiviestintään. Erityisen merkittäviä olivat otsikon tehostunut käyttö ja viestien sisältö, joka helpottivat viestien sisäistämistä ja käsittelyä. (Jackson ym. 2006.)

Sähköpostiviestintään liittyvät ongelmat eivät todennäköisesti ratkea ilman, että niihin puututaan ja viestintää kehitetään. Myöskään pelkkää viestintäkanavaa vaihtamalla tuskin saavutetaan merkittäviä parannuksia. Ilman muutoksia, olemassa oleva viestintäkulttuuri vain siirtyy sellaisenaan uuteen järjestelmään ja samat ongelmat jatkuvat (Poutanen 2013). Edellä mainitussa tutkimuksessa käytetty menetelmä ja koulutus saattaa olla ratkaisu monen muunkin yrityksen sähköpostiviestinnän ongelmiin.

7.3 Tehokkuuden ja tuottavuuden lisääminen

Kuten aiemmin on todettu, kymmenet tai jopa sadat päivittäin saapuvat sähköpostit heikentävät työn tuottavuutta. Saapuvista viesteistä ilmoittavat ponnahdusikkunat häiritsevät työhön keskittymistä ja niihin käytetty aika on suoraan pois työhön käytetystä ajasta. (Ks. luku 3.4 ja 4.1.) Kuten edellä mainitussa sähköpostiviestinnän tutkimuksessa kävi ilmi, 29 prosenttia tutkimuksen kohteena olleen yrityksen viesteistä oli sellaisia, joilla ei ollut vastaanottajalle mitään arvoa. Tutkimuksessa todettiin myös, että turhien sähköpostiviestien läpikäyminen ja niiden aiheuttamat keskeytykset työssä vievät keskimäärin 29 minuuttia työaikaa henkilöä kohden. Lisäksi ilmoitukset saapuvista viesteistä aiheuttivat keskeytyksiä työhön, joista palautumiseen kulunut aika laskettiin siihen päälle. (Jackson ym. 2006.)

Vähentämällä turhien viestien määrää vähenee myös niihin kulutettu työaika, joka vaikuttaa suoraan työn tuottavuuteen. Työntekijälle maksettava palkka ja siihen liittyvät muut työnantajan pakolliset kulut voidaan jakaa jokaista kulutettua minuuttia kohden, jolloin saadaan hukkaan kuluneen työajan todellinen kustannus (Jackson ym. 2006).

8 Produktin toteutus ja arviointi

8.1 Ohjeen käyttötarkoitus

Tämän opinnäytetyön toiminnallisen osan, eli sähköpostiviestinnän ohjeen, laadin tukemaan viestinnällistä suoriutumista työssä ja antamaan selkeät ohjeet sähköpostiviestinnän onnistumiseksi. Koska sähköposti on monissa yrityksissä ensisijainen sisäisen ja ulkoisen viestinnän väline, koin tärkeäksi, että sen käyttöä myös ohjeistetaan. Laadin ohjeen siitä näkökulmasta, että se olisi kaikille yrityksille sopiva, yleispätevä opas, joka sisältä sähköpostiviestinnän perussääntöjä ja ohjeita kirjoittajalle.

Ajatus ohjeen laatimisen taustalla oli, että sitä voitaisiin hyödyntää myös sähköpostiviestinnän kehittämisessä ja henkilöstön kouluttamisessa. Varsinainen kehittämissuunnitelma se ei kuitenkaan ole. Oma näkemykseni on, että jokaisella yrityksellä on omat, viestintään liittyvät heikot lenkit, jotka eheyttämällä voidaan luoda tehokas ja toimiva viestintäyhteisö. Toivon, että ohje edesauttaa näiden heikkojen lenkkien lujittamisessa.

8.2 Ohjeen rakenne ja sisältö

Kirjoitin ohjeen palvelemaan lukijaa. Pyrin siihen, että se olisi käytännönläheinen ja helppo sisäistää. Sisällysluettelo helpottaa tiedon löytämistä ja oleellimmat asiat on kerrottu ohjeen lopussa, tiivistetyssä muodossa. Aiheet on otsikoitu ja teksti jaettu selkeisiin, lyhyisiin kappaleisiin. Pyrkimykseni oli esitellä aiheet johdonmukaisesti olennaisimmasta epäolennaisimpaan. Ohjeen loppuun lisäsin aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja muita lähteitä, joista on lukijalle hyötyä ja tuo lisäarvoa kirjoittamiseen.

Halusin ohjeen sisällön havainnollistavan lukijalle sähköpostiviestinnän merkityksen yrityksen viestinnässä ja sen, miksi yhdenmukaiset toimintaperiaatteet tarvitaan. Lisäksi sen, minkälainen merkitys toimivalla viestinnällä on työhyvinvoinnille, työssä jaks-

miselle, ja miten työnteko tehostuu kun työaikaa ei kulu turhien sähköpostiviestien läpikäymiseen. Ohjeen avulla halusin saada lukijan ymmärtämän viestinnän kytköksen yrityksen toiminta-ajatukseen ja siihen, miten se luo pohjan yrityksen kaikelle viestinnälle. Tietoturvan ja -suojan osuuden pidin mahdollisimman lyhyenä. Ohjeen tarkoituksena ei ole selvittää yrityksen viestinnän tietoturvaa yksityiskohtaisesti.

En yksityiskohtaisesti erotellut sisäistä ja ulkoista viestintää toisistaan, koska mielestäni ohje palvelee yhtäläillä molempia. Tarkoitukseni oli kehittää yksilön viestinnällistä osaamista ja opastaa viestinnän suunnittelussa, oli se kumpaa tahansa. Korostin vuorovaikutuksen merkitystä ja selvitin miten sillä on merkitystä viestinnässä onnistumiselle. Halusin myös tehdä verkkoviestinnän etiketin lukijalle tutuksi ja selventää, mitä ja milloin sähköpostilla kannattaa viestiä. Etiketti kulkee käsi kädessä tietoturvan ja -suojan kanssa. Sen vuoksi ohjeessa käsittelin myös niitä lyhyesti.

8.3 Oma arviointi

Ohjeen kirjoittaminen oli mielenkiintoinen prosessi. Jo ennen opinnäytetyöni aloittamista minulla oli näkemys siitä, minkälaisen ohjeen haluan tehdä. Ohjeen tulisi sisältää viestinnän sisältöä, vuorovaikutusta ja etikettiä koskevia asioita. Rajasin tarkoituksella pois sähköpostin teknisen käytön ohjeistuksen, koska siihen on olemassa omat oppaansa.

Ennen itse ohjeen kirjoittamista tutustuin lähdekirjallisuuteen ja kirjoitin aiheen teoreettisen viitekehyksen. Näin varmistin, että saan ohjeeseen kaiken oleellisen ja tarvittavan tiedon. Ohjeen rakenne ja sisällys muotoutui teoreettisen viitekehyksen pohjalta. Ohjetta kirjoittaessani pidin koko ajan mielessä kysymykset mitä, kenelle ja miksi.

Itse olen tyytyväinen ohjeeseen. Halusin pitää ohjeen visuaalisen ilmeen selkeänä ja yksinkertaisena, mutta kuitenkin tehdä siitä houkuttelevan. Lisäsin muutaman tekstikappaleen yhteyteen aiheeseen liittyviä kuvia, jotta ohjeen yleisilme kevenisi. Löysin aiheeseen liittyviä, vapaasti käytettävissä olevia kuvia pixabay.com -nimiseltä sivustolta. Sivusto tarjoaa tekijänoikeusvapaita kuvia ja videoita ilmaiseksi. (Pixabay.) Mielestäni kuvat ja hillitty värimaailma tekevät ohjeesta mielenkiintoisemman ja lähestyttävämmän. Pidin visuaalisen koristelun maltillisena, koska ohjeen kohderyhmän kaikki käyttäjät tuskin haluavat lukea sitä pelkästään tietokoneen ruudulta. Ohjeen väritys ja kuvat ovat yksinkertaisia, jotta ohje olisi myös helppo tulostaa.

Jotta ohje olisi mahdollisimman käytännönläheinen, pyysin työstäni palautetta tutuilta, jotka käyttävät sähköpostia työssään päivittäin. Heiltä sain hyviä vinkkejä ja näkemyksiä sähköpostin käytöstä eri toimialoilta ja mitä minun kannattaisi huomioida. Saadun palautteen perusteella ohje on hyvin selkeä, yksiselitteinen ja perusteellinen.

9 Johtopäätökset

9.1 Tavoitteiden toteutuminen

Tavoitteenani oli selvittää sähköpostiviestinnän merkitys ja rooli tämän päivän yhteisöviestinnässä. Aiheeseen liittyvää lähdeaineistoa löytyi yllättävän hyvin vaikka osa siitä olikin jo muutamia vuosia vanhoja. Lähteissä esitetyt faktat tukivat myös omia kokemuksiani. Vaikka sähköpostin käyttö ja merkitys yrityksien viestinnässä on vähenevässä, se pitää silti edelleen pintansa.

Tarkoituksenani oli myös koota yhteen, mistä hyvä sähköpostiviesti koostuu. Oman kokemukseni mukaan sähköposti mielletään tänä päivänä enemmän pikaviestimenä kuin varsinaisena kirjeenvaihtovalustana. Tutustuessani aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen koin myös monia ahaa-elämyksiä. Ymmärsin, mitkä asiat sähköpostissa ovat kaikkein olennaisimpia ja miksi viestin sisältöön tulee panostaa.

Lisäksi tavoitteeni oli selvittää, mistä sähköpostiviestintään liitetyt ongelmat oikeastaan johtuvat ja kuinka ne voitaisiin ratkaista. Myös tämän aiheen kohdalla lähdin pohtimaan asiaa ensin omien näkemyksieni pohjalta. Uskon, että kaikki voivat olla yhtä mieltä siitä, että suurimpana ongelmana on turhien viestien määrä. Tästä aiheesta löytyikin eniten tuoretta tietoa, todennäköisesti siksi, että sähköpostin tehottoman käytön aiheuttamat ongelmat ovat ajankohtaisempia kuin koskaan ennen. Ongelmien syy ja seurauksuhde lienee useimmilla tiedossa, ja siksi ihmettelenkin, miksei asiaan siitä huolimatta ole tapahtunut muutosta.

9.2 Työn tulokset

9.2.1 Sähköpostiviestinnän merkitys

Halusin selvittää, miksi sähköposti edelleen pitää pintansa vaikka sen tehottomuudesta puhutaan paljon. Tiedetään, että sähköpostille on olemassa vaihtoehtoja, joten vaihtoehtojen puutteesta ei ainakaan voinut olla kyse. Sähköisistä viestintäkanavista erilaiset pikaviestimet ja yrityksen sisäinen sosiaalinen internet hakevatkin jatkuvasti paikkaansa sähköpostin korvaajana, mutta asiaa selvittäessäni ymmärsin, ettei kaikkea viestintää voi hoitaa pikaviesteillä. Sähköpostin etuna on se, että siitä jää konkreettinen asiakirja, josta tieto löytyy myös myöhempää käyttöä varten.

Viestinnän merkitys yrityksen maineeseen avautui minulle aivan uudesta näkökulmasta. Nykyajan sähköinen viestintä on muuttanut yritysten viestintäympäristöt yhä vaativimmiksi ja kiireisemmiksi ja työ on entistä julkisempaa ja läpinäkyvämpää, mikä edellyttää työntekijöiltä monipuolisia viestintätaitoja. Työntekijät siis edustavat koko organisaatiota ja yrityksen maine on ainakin osittain riippuvainen ulospäin luotaavasta sähköpostiviestinnästä. Tämä tieto vahvisti jo aiempaa ajatustani siitä, että sähköpostiviestinnän yhteisiä pelisääntöjä todella tarvitaan.

9.2.2 Tehokkaampaa viestintää

Tutustuessani viestintään liittyvään kirjallisuuteen oivalsin tehokkaan viestinnän rakennuspalikat. Tärkeimmäksi asiaksi nousi viestinnän vuorovaikutus. Ymmärsin, että kirjoittajan viestinnällistä osaamista tukevat ymmärrys viestinnälle asetetuista säännöistä ja sopeutuminen niihin. Minulle selvisi myös, että kirjoittamista tulee suunnitella ja teksteistä pyytää palautetta. Teksteistä saadun palautteen avulla vahvistetaan ja korjataan omaa viestinnällistä osaamista, joka muokkaa paremmaksi viestijäksi.

Työtä kirjoittaessani minulla oli vahva näkemys siitä, että viestinnälle asetettua etiikkaa tulisi ohjeessa painottaa. Uskon, että suurin osa ihmisistä tietää, ainakin jollain tasolla, mitä sähköisen viestinnän etiketti pitää sisällään. Tutustuessani lähdeaineistoon ymmärsin, ettei viestinnän etiketti ole pelkkiä kiveen hakattuja sääntöjä siitä, mitä saa ja mitä ei saa tehdä. Ihmisten tapa toimia ja kirjoittaa muokkaavat sähköpostiviestinnän etikettiä jatkuvasti. Käytännöt vakiintuvat, kun enemmistö toimii tietyllä tavalla. Tässä

saattaisi olla avain myös nykyajan ylitsevuotavaan sähköpostitulvaan. Luodessani sähköpostiviestinnän ohjetta, pidin mielessä, miten hyvän etiketin vakiintumiseen voi jokainen itse vaikuttaa miellyttävällä ja kohteliaalla käytöksellä.

9.2.3 Sähköpostiviestinnän kehittäminen

Kun olin selvittänyt mistä suurin osa sähköpostiviestinnän ongelmista johtui, aloin miettiä, miten niitä voisi yrittää korjata. Löysin hyvän tutkimuksen aiheesta, josta sain tietoa ja ideoita myös itse ohjeeseen. Kehittämisen lähtökohtana tulisi olla sähköpostiviestinnän perusasiat. Toisin sanoen selvitetään, mihin sähköpostia kannattaa käyttää, mikä on turhaa ja mitkä ovat yrityksen sähköpostiviestinnän suurimmat ongelmat. Tämän jälkeen kehitetään niitä koulutuksen avulla.

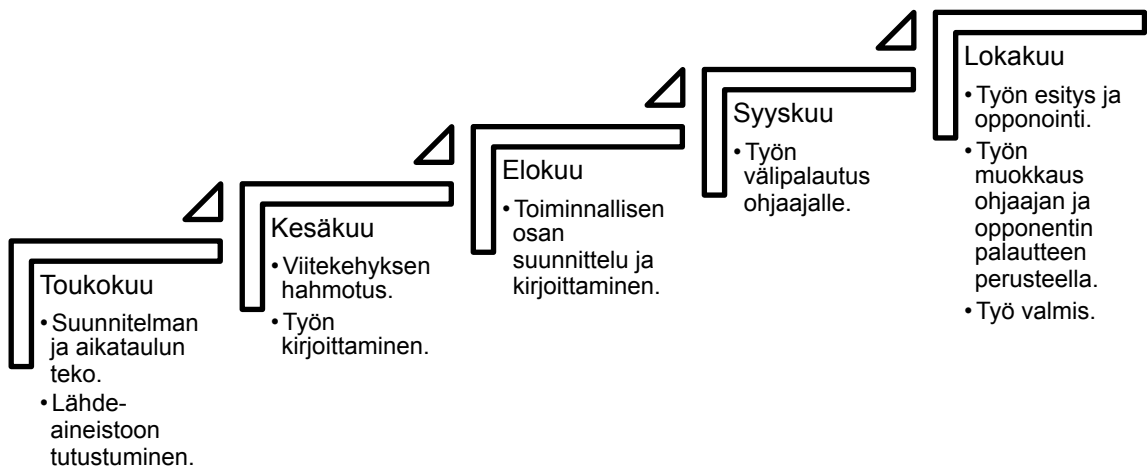
Viestinnän kehittämisellä on positiivinen vaikutus paitsi turhien sähköpostien väheneemiseen ja viestien sisällön laatuun, myös työn tehokkuuteen, tuottavuuteen ja työhyvinvointiin. Jo aiemmin mainitsemassani tutkimuksessa oli laskettu, mikä oli turhien sähköpostien läpikäymiseen kuluneen työajan todellinen kustannus. Jos asettaisin itseni työnantajan asemaan, voisin helposti todeta, että maksaisin mieluummin työntekijöille vain työhön käytetystä ajasta. Jos saisin vähennettyä turhien viestien määrää vähenisi myös niihin kulutettu työaika, joka siis korreloi suoraan työn tehokkuuden kanssa. Tutustuessani lähdeaineistoon ymmärsin myös, ettei sähköpostin ongelmat häviä pelkkää viestintäkanavaa vaihtamalla. Ilman muutoksia olemassa oleva tapa viestiä vain siirtyy sellaisenaan uuteen järjestelmään ja samat ongelmat jatkuvat.

9.3 Opinnäytetyön arviointi

Opinnäytetyöni onnistui mielestäni hyvin. Aihe kiinnosti minua ja koin sen merkittäväksi työelämän kannalta. Omat kokemukseni työelämään liittyvästä viestinnästä vahvistivat ajatustani siitä, että tämän kaltaiselle työlle on todellinen tarve. Jo ennen työn aloittamista olin päättänyt valita sellaisen aiheen, josta ei ole montaa vastaavaa työtä aikaisemmin tehty.

Opinnäytetyöprosessini alkoi toukokuussa 2016, jolloin tein alustavan suunnitelman työn sisällöstä ja aikataulusta. Koska työlle ei ollut toimeksiantajaa, sain itse päättää kuinka työssä etenen. Lähdin työssä liikkeelle aiheen rajauksella ja viitekehysten läh-

deaineistoon tutustumalla. Lähdeaineiston myötä minulle selkeni työn rakenne, ja se, mitkä asiat haluan sisällyttää työhön. Kirjoitin opinnäytetyön teoriaosuuden kokonaan ennen kuin aloin työstää toiminnallista osaa. Syyskuun alussa työn raportti sekä toiminnallinen osa olivat pientä muokkausta vaille valmiita. Työn esitys ja opponointi olivat lokakuun alussa, jonka jälkeen työ oli valmis arvioitavaksi. Opinnäytetyöprosessi on kuvattu kokonaisuudessaan kuviossa 5.



Kuvio 5. Opinnäytetyöprosessi.

Opinnäytetyötäni voidaan pitää ajankohtaisena, koska sähköpostin käyttö ei näillä näkymin häviämässä, ainakaan ihan lähiaikoina. Opinnäytetyön sisältö ja sen pohjalta laadittu sähköpostiviestinnän ohje palvelee kaiken kokoisia yrityksiä toimialasta riippumatta. Pääasia tietysti on, että yrityksellä on sähköposti käytössään. Työstä on tarkoituksella rajattu pois sähköpostin käytön tekninen osuus sekä laajemmin tietoturvallisuuden liittyvät asiat. Halusin keskittyä viestinnän sisältöön, eettisyyteen ja onnistumiseen.

Vaikka työni keskittyy pelkästään sähköpostiviestinnän ohjeistamiseen, koen, että sitä voisi hyvin soveltaa myös muiden viestintäjärjestelmien käytössä. Ajankohtaisuuden lisäksi työtäni voidaan pitää luotettavana. Lähdeaineistoksi olen valinnut monipuolisesti niin kirjallisia kuin sähköisiäkin julkaisuja ja niitä käyttäessäni olen kiinnittänyt huomiota niiden merkitykseen opinnäytetyön kannalta.

Lähteet

Aarnikoivu, Henrietta 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. WSOY, Helsinki.

Alasilta, Anja 2009. Meili meitä pyörittää. Työelämän sähköpostiviestintä. Infor, Helsinki.

Alasilta, Anja 2000. Verkkoajan viestintä. Kauppakaari, Helsinki.

Aula, Pekka & Jokinen, Karina 2007. Organisaatioiden verkkoelämä: viestintäteknologianäkemykset ja organisaatioviestintä. Helsingin yliopisto, Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia, Helsinki.

Fagerström, Kristian 2015. Tutkittu: Näin suomalaiset käyttävät mediaa 2015. MTV 7.12.2015. <http://www.mtv.fi/spotti/tutkittua/kuluttajat/artikkeli/tutkittu-suomalaisten-mediankaytto-vuonna-2015/5598232>. Luettu 27.8.2016.

Gerhardt, Dave 2015. 5 Simple Tips for Mobile-Friendly Emails. Constant Contact. Julkaistu 14.9.2015. <http://blogs.constantcontact.com/mobile-friendly-emails/#>. Luettu 23.9.2016.

Haasio, Ari 2008. Kaikki irti Internetistä. BTJ Finland, Helsinki.

Haasio, Ari & Rauhala, Teemu 2002. Tehokkaammin sähköpostilla. Opas sähköpostin kirjoittajalle. BTJ Kirjastopalvelu, Helsinki.

Henkilötietolaki 22.4.1999/523.

Honkala, Päivi & Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Rosenström, Anja & Siira-Jokinen, Sinikka 2013. Linkki. Työyhteisön viestintä. 4. uudistettu painos, Edita, Helsinki.

Hänninen, Kari 2014. Sähköpostin kuolema on lähellä - tässä seuraajia. Kauppalehti 4.11.2014. <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/sahkopostin-kuolema-on-lahella---tassa-seuraajia/grC4XTEs>. Luettu 27.8.2016.

IT-jätti kieltää työntekijöiltään sähköpostin. Iltasanomat 29.11.2011. <http://www.iltasanomat.fi/digi/art-2000000453952.html>. Luettu 11.6.2016.

Jackson, Thomas & Burgess, Anthony & Edwards, Janet 2006. A Simple Approach to Improving Email Communication. Communications of the ACM. Loughborough University. https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/2191/3/jackson_simple_approach.pdf. Luettu 12.9.2016.

Javne, Benjamin & Marckwort, Raija 2013. Sujuvaa asiakaspalvelua sähköpostitse. Opas asiakaspalvelijoille ja esimiehille. Suomen Yrityskirjat, Helsinki.

Jordan, Justine 2015. 53% of Emails Opened on Mobile, Outlook Opens Decrease. Litmus. Julkaistu 15.1.2015. <https://litmus.com/blog/53-of-emails-opened-on-mobile-outlook-opens-decrease-33>. Luettu 23.9.2016.

Juholin, Elisa 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. 6. uudistettu painos. Management Institute of Finland MIF, Helsinki.

Järvinen, Petteri 2000. Sinulle on sähköpostia. Sähköpostin tehokäyttö. Teknolit, Jyväskylä.

Kankaanpää, Salli & Piehl, Aino 2011. Tekstintekijän käsikirja. Opas työssä kirjoittaville. Suomen Yrityskirjat, Helsinki.

Kankaanranta, Anne 2005. "Hej Seppo, could you pls comment on this!" - Internal Email Communication in Lingua Franca English in a Multinational Company. University of Jyväskylä/Centre for Applied Language Studies, Jyväskylä.

Kortesuo, Katleena 2009. Tekstiä ruudulla, Kirjoitamme verkkoon. Infor, Helsinki.

Kortesuo, Katleena & Patjas, Liisa-Maria 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Infor, Helsinki.

Kortesuo, Katleena & Patjas, Liisa-Maria & Seppänen, Leea 2014. Pillillä vai pasuunalalla? Viestinnän käsikirja yrittäjille. Suomen Yrittäjien Syypoint, Helsinki.

Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Murtola, Kaarina 2015. Areena. Yritysviestinnän käsikirja. Edita, Helsinki.

Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Kuronen, Marja-Liisa & Ollikainen, Marja 2008. Yrityksen viestintä. 5. uudistettu painos, Edita, Helsinki.

Kuvaja, Sari 2007. Viestintä vaatii suunnittelua, johtamista ja ammattitaitoa. Kansalaisyhteiskunta 16.2.2007. http://www.kansalaisyhteiskunta.fi/tietopalvelu/jarjesto_ ja_yhdistystoiminta/viestinta_vaatii_suunnittelua_johtamista_ja_ammattitaitoa. Luettu 8.9.2016.

Lafrance, Adrienne 2016. The Triumph of Email. The Atlantic 6.1.2016. <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/01/what-comes-after-email/422625/>. Luettu 29.8.2016.

Laki yhteistoiminnasta yrityksissä 334/2007.

Laki yksityisyyden suojasta työelämässä 13.8.2004/759.

Lohtaja, Sirke & Kaihovirta-Rapo, Minna 2012. Tehoa työelämän viestintään. Puhu kuulijalle, kirjoita lukijalle. 2. Uudistettu painos. Sanomapro, Helsinki.

Luukkonen, Marsa 2004. Tekstiä tekemään! Kirjoittajan opas. WSOY, Helsinki.

Manging Email Effectively. Strategies for Taming Your Inbox. Mindtools. <https://www.mindtools.com/pages/article/managing-email.htm>. Luettu 23.9.2016.

Merimaa, Juha 2008. Wiio ja Wiion lait. Helsingin yliopisto. <http://www.helsinki.fi/ajankohtaista/uutisarkisto/2-2008/6-14-41-13>. Luettu 30.8.2016.

Metsäaho, Tuija 2013. Työelämän toimivat tekstit. Suomen yritys-kirjat, Helsinki.

Nenonen, Matti & Nyblin, Klaus 2001. Työelämän sähköpostin oikeudelliset ongelmat. Defensor Legis N:o 3/2001. Julkaistu 15.6.2001. https://www-edilex-fi.ezproxy.metropolia.fi/defensor_legis/1009.pdf. Luettu 15.9.2016.

Netiketti. Suomen Internetopas. [Http://www.internetopas.com/netiketti/](http://www.internetopas.com/netiketti/). Luettu 5.6.2016.

Official Biography: Ray Tomlinson. Internet Hall of Fame. [Http://www.internethalloffame.org/official-biography-raymond-tomlinson](http://www.internethalloffame.org/official-biography-raymond-tomlinson). Luettu 21.9.2016.

Pesonen, Pirkko 2012. Yritysviestinnän säännöt. Edita, Helsinki.

Piha, Kirsi 2014. Sisäinen viestintä – käärmettä pyssyyn? Slideshare. Julkaistu 9.4.2014. [Http://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisainen-viestint-krmett-pyssyyn](http://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisainen-viestint-krmett-pyssyyn). Luettu 14.9.2016.

Pixabay. <https://pixabay.com>. Luettu 26.9.2016.

Poutanen, Petro 2013. Voiko (sähköposti)viestintää olla liikaa? Onnistuneen viestinnän jäljillä -blogi, päivitetty 28.11.2013. [Https://organisaatioviestinta.com/2011/12/01/voiko-sahkopostiviestintaa-olla-liikaa/](https://organisaatioviestinta.com/2011/12/01/voiko-sahkopostiviestintaa-olla-liikaa/). Luettu 11.6.2016.

Rikoslaki 10.4.2015/368.

Sipola, Arja & Kettunen, Jaana 2012. Outlook tehokäytössä. Hallitse tietotulvaa, työtehtäviä ja aikaasi. Docendo, Jyväskylä.

Siukosaari, Anssi 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Tietosanoma, Helsinki.

Skurnik-Järvinen, Hanna 2013. Työpaikan pakolliset henkilöstösuunnitelmat käytännönläheisesti. 2. painos, Helsingin seudun kauppakamari/Helsingin Kamari, Helsinki.

Suomen perustuslaki 731/1999.

Sähköposti vaatii tyylitajua. 2015. Talouselämä. Päivitetty 26.8.2015. [Http://www.talouselama.fi/uutiset/sahkoposti-vaatii-tyylitajua-3392982](http://www.talouselama.fi/uutiset/sahkoposti-vaatii-tyylitajua-3392982). Luettu 22.9.2016.

Sähköpostin tietoturva. 2015. Viestintävirasto. Julkaistu 18.11.2015. [Https://www.viestintavirasto.fi/kyberturvallisuus/palveluidenturvallinenkaytto/sahkoposti.html](https://www.viestintavirasto.fi/kyberturvallisuus/palveluidenturvallinenkaytto/sahkoposti.html). Luettu 22.9.2016.

Taipale, Taru 2015. Näin kirjoitat timanttisia meilejä. Talouselämä. Päivitetty 26.8.2015. [Http://www.talouselama.fi/tyoelama/nain-kirjoitat-timanttisia-meileja-3395254](http://www.talouselama.fi/tyoelama/nain-kirjoitat-timanttisia-meileja-3395254). Luettu 15.9.2016.

Torppa, Tiina 2014. Työssään kirjoittavan opas. Talentum Media, Helsinki.



Kuva 1 (pixabay.com).

Sähköpostiviestinnän pelikirja

Sonja Hagelberg

Lokakuu 2016

Sisältö

Johdanto.....	1
Sähköpostin käyttö.....	2
Tietoturva ja -suoja lyhyesti	2
Viestien lähettäminen ja vastaanottaminen	3
Viestien käsittely, järjestäminen ja säilytys.....	4
Poissaoloilmoitus	5
Viestin kirjoittaminen	6
Viestin sisältö.....	6
Viestin ulkoasu ja rakenne	6
Viestinnän laatu	11
Netiketti.....	11
Viestin tyyli	12
Viestin kohderyhmä.....	12
Vastaanottajan puhuttelu.....	12
Kielenhuolto ja oikeinkirjoitus	13
Viestinnän kehittäminen	14
Viestinnällinen osaaminen	14
Sähköpostiviestinnän yleisimmät ongelmat.....	14
Ohje lyhyesti	16
Lähdeluettelo	18

Johdanto

Sähköpostin merkitys yrityksen viestinnässä

Yrityksen sähköpostiliikenne koostuu sekä sisäisistä että ulospäin suunnatuista viesteistä. Sähköpostin käytöllä pyritään tehostamaan työntekoa ja edistämään yrityksen liiketoimintaa. Tehokkaalla sähköpostiviestinnällä tiedon jakaminen ja vuorovaikutus paranee. Tämä sähköpostiohje sisältää viestintään ja vuorovaikutukseen liittyviä käytäntöjä ja sääntöjä, jotka jokaisen tulee tietää.

Tämä sähköpostiohje on tarkoitettu koko organisaation työntekijöiden käyttöön, ja sen tarkoitus on kehittää yksilön viestinnällistä osaamista ja vuorovaikutustaitoja. Tarkoituksena on myös suojata molempia osapuolia mahdollisten ongelmatilanteiden varalta loukkaamatta työntekijän yksityisyyden suojaa työelämässä.

Tämän ohjeen tarkoitus on opastaa työntekijöitä viestimään tehokkaasti ja ymmärrettävästi. Tehokkaampi viestintä vähentää turhien sähköpostien määrää ja niiden läpikäymiseen kuluva työaika. Yhteisillä pelisäännöillä edistetään työssä onnistumista ja työhyvinvointia. Yhteiset pelisäännöt ovat myös lähtökohta sähköpostiviestinnän kehittämiseksi. Mikäli viestintään liittyviä ongelmia esiintyy, voidaan tarvittaessa järjestää koulutusta. Näin saadaan luotua tehokas ja toimiva viestintäyhteisö, joka palvelee kaikkia.

Tällä ohjeistuksella tuetaan yrityksen tavoitteita ja edistetään halutun yrityskuvan rakentumista. Ohjeistus tukeutuu yrityksen yleiseen viestintästrategiaan, minkä toiminta-ajatus luo pohjan kaikelle viestinnälle.

Sähköpostin käyttö

Sähköposti voi olla omaan työhön tai työprosessiin liittyvä viesti tai asiakirja. Se voi sisältää useita eri tekstilajeja, kuten tiedotteita, kutsuja ja kirjeitä. Kaikille viesteille on yhteistä se, että niiden tulee puhutella vastaanottajaa. Sähköposti toimii erityisen hyvin sisäisen verkon rinnalla, missä sitä käytetään sisäisessä verkossa julkaistuista tiedotteista ja ohjeista tiedottamiseen.

Käytä työsähköpostia ensisijaisesti vain työtehtävien hoitoon ja työn edellyttämään kanssakäymiseen. Muuta kuin työnantajan tarjoamaa sähköpostia ei saa käyttää työasioiden hoitamiseen. Työhön liittyviä viestejä ei saa lähettää edelleen muuhun sähköpostiohjelmistoon ilman lupaa.

Noudata huolellisuutta ja annettuja ohjeita sähköpostin käytöstä. Sähköposti on altis vahinkoviesteille, jossa viestit lähtevät vahingossa väärään osoitteeseen. Tämä voi olla erittäin haitallista yrityksen maineelle, varsinkin, jos vahinkoviestit päätyvät julkisuuteen.

Tietoturva ja -suoja lyhyesti

Tietoturva koskee kaikkia, ja jokainen vastaa omasta sähköpostistaan omatoimisesti. Sähköpostin kautta ei saa välittää arkaluontoista, lakia rikkovaa tai muuten sopimatonta aineistoa. Tietosuojan turvaamiseksi sähköpostilla ei saa lähettää salassa pidettävää tai henkilön tietosuojan kannalta arkaluonteista aineistoa, kuten henkilötunnuksia, terveydentilaa tai taloudellista asemaa koskevia viestejä.

Sisäisiä viestiketjuja ei saa lähettää organisaation ulkopuolelle ilman lupaa. Muista, että edelleen lähetetty viesti saattaa päätyä nähtäväksi sellaiselle henkilölle, jolle se ei ole tarkoitettu, mikä voi vaarantaa yrityksen liikesalaisuuksia. Noudata viestinnässä aina lakia ja hyviä tapoja.

Toisen henkilön sähköposteja saa avata ainoastaan henkilön antamalla kirjallisella tai suullisella suostumuksella. Työnantajalla on oikeus avata työntekijän työhön liittyviä sähköposteja vain pitkän poissaolon tai työtehtävien hoidon estymisen aikana, mikäli se on liiketoiminnan kannalta välttämätöntä. Tämä edellyttää sitä, ettei työntekijän suostumusta ole voitu saada pakottavasta syystä kohtuullisen ajan kuluessa.

Sähköpostit voidaan avata myös ilman työntekijän suostumusta, mikäli on syytä epäillä rikollista tai muuta työnantajan yritystoimintaa vaarantavaa toimintaa. Jos työntekijä ei noudata annettuja ohjeita, hän voi syyllistyä rikokseen tai muuhun ohjeiden vastaiseen menettelyyn.

Viestien lähettäminen ja vastaanottaminen

Lue sähköpostia säännöllisesti. Tärkeät ja mahdollista välitöntä toimintaa vaativat viestit tulee aina lukea ensiksi. Viestin lähettäjä ja aihe ratkaisevat yleensä sen, mitkä viestit ovat tärkeitä ja on syytä lukea ensiksi.

Vastaa aina henkilökohtaisesti osoitettuun viestiin. Vastaus kirjoitetaan viestiin aina ensimmäiseksi. Mikäli vastaat viestissä useampaan eri kysymykseen voit tarvittaessa numeroida tai luetteloida vastaukset.

Varmista aina viestin oikea vastaanottaja. Jos vastaanottajia on useita, voi ne tarittaessa merkitä myös piilokopiokenttään. Myös viestin lukeminen helpottuu, kun viestin vastaanottajien pitkä lista ei näy viestissä heti ensimmäisenä. Piilokopion käyttö voi olla tarpeen myös viestin sisällön vuoksi.

Mieti aina, mitä olet lähettämässä ja kenelle. Jos merkitset viestiin kopion saajan, tulee asia olla hänelle vain tiedoksi ja pätevästä syystä. Älä lähetä kopioita usealle vastaanottajalle vain varmuuden vuoksi. Tämä kuormittaa sähköpostia turhaan. Muista, että kopion saajaksi ei merkitä sellaista henkilöä, jolta odotetaan vastausta tai toimenpiteitä.

Viestinnän tehokkuuden takaamiseksi pidä sähköpostin määrä ja laajuus maltillisena. Älä lähetä viestejä laajoilla jakelulistoilla ja vältä pitkien viestiketjujen luomista. Muista, että viestiketjun ensimmäiset viestit eivät välttämättä ole olennaisia lopulliselle vastaanottajalle. Tarvittaessa muokkaa aiempia viestejä niin, että ne sisältävät vain vastaanottajalle oleelliset asiat.



Kuva 2 (pixabay.com).

Sähköpostit ovat kirjesalaisuuden piirissä ja tarkoitettu vain vastaanottajalle nähtäväksi. Poista väärin vastaanotettu viesti välittömästi. Älä lähetä edelleen väärään osoitteeseen saapunutta viestiä, vaikka sitä viestissä pyydetäisiin. Tarvittaessa voit ilmoittaa viestin lähettäjälle viestin tulleen väärään osoitteeseen.

Suomessa ei ole tarpeen käyttää ns. juridista häntää, joka tarkoittaa viestin perässä olevaa luottamuksellisuuskäsitteitä. Kirjesalaisuus pätee, vaikka sitä ei erikseen vastaanottajalle kertoisikaan, ja hännän käyttö vain pidentää viestiä turhaan.

Viestien käsittely, järjestäminen ja säilytys

Selätä sähköpostikaaos. Siivoa ja järjestä sähköpostilaatikkosi säännöllisesti, jolloin viestit ovat helpommin hallittavissa ja löydettävissä tarpeen tullen. Arkistoi tärkeät viestit omiin kansioihin ja poista tarpeettomat viestit heti lukemisen jälkeen. Halutessasi voit käyttää sähköpostiohjelmiston omaa suodatusta, jolloin saapuvat sähköpostit ohjataan haluttuun kansioon automaattisesti.

Poista vanhentuneet viestit säännöllisesti, jotta ne eivät vie turhaa tallennustilaa. Myös isot liitetiedostot vievät paljon tilaa, joten ne kannattaa arkistoida muualle kuin sähköpostikansioon.

Tallenna henkilökohtaisiksi katsottavat viestit omaan kansioon, jonka nimestä henkilökohtaisuus ilmenee. Tämä on tärkeää sellaisten tilanteiden kannalta, jossa työnantajan on pakko avata työntekijälle osoitettuja, työhön liittyviä viestejä.

Poissaoloilmoitus

Käytä aina poissaoloilmoitusta ennalta tiedossa olevan loman, koulutuksen tai muun poissaolon aikana. Henkilötietosuojan takaamisesi poissaolon syytä ei tarvitse ilmoittaa. Merkitse poissaoloilmoitukseen selkeästi päivämäärä, jolloin olet jälleen tavoitettavissa ja kuka asiaa hoitaa poissaolosi aikana tai missä asiaa hoidetaan.

Poissaoloilmoitus ohjaa viestin lähettäjä kääntymään oikean tahon puoleen poissaolon aikana. Poissaolon ajaksi kannattaa työhön liittyvät tärkeät viestit ohjata toiselle työntekijälle tai omalle yksikölle hoidettavaksi. Viestien ohjauksesta pitää kuitenkin aina sopia ennakkoon sijaistavan henkilön kanssa.

Viestin kirjoittaminen

Viestin sisältö

Sähköpostit välittävät sanojen lisäksi myös tunteita. Sähköpostiviestinnästä puuttuu välitön vuorovaikutus, eli lähettäjä ei voi varmistua viestin tarkoituksenmukaisesta perille menosta. Siksi sitä ei tule käyttää ikävistä tai vaikeista asioista viestimiseen.

Viestinnässä on tärkeä muistaa, kenelle viestii. Sisäisille asiakkaille ei kerrota samoja asioita kuin ulkoisille. Viestin vastaanottaja määrittelee, voiko viestissä käyttää alan termistöä asian esille tuomiseksi vai täytyykö käyttää arkipäivän ilmauksia. Muista, että viestin vastaanottaja on sinulta saadun viestin varassa. Hän luo sen pohjalta oman mielikuvan asiasta, sinusta ja samalla koko yrityksestä.

Viestin ulkoasu ja rakenne

Sähköpostiviestinnässä noudatetaan asioiden esille tuomisessa uutiselle ominaista, käännteistä järjestystä, missä tärkein asia kirjoitetaan aina ensimmäiseksi. Toisin sanoen asian yhteenveto ja johtopäätökset kirjoitetaan heti alkuun ja perustelut vasta niiden jälkeen.

Käytä viesteissä selkeää ja yhdenmukaista ulkoasua ja vältä tekstin ja viestin taustan liiallista visuaalista koristelua. Koska sähköpostia luetaan paljon mobiililaitteilla, hankaloittaa liika koristelu viestin lukemista ja voi pahimmillaan vääristää viestin vastaanottajan ruudulla. Koristelu hankaloittaa myös viestin tulostamista.

Käytä selkeää fonttia ja pidä viestit lyhyinä ja informatiivisina. Älä kirjoita tekstiä kokonaan suur- tai pienaakkosin, joka hankaloittaa tekstin lukemista. Suuraakkosin kirjoitettu teksti tulkitaan usein huutamiseksi.

Kiinnitä huomiota selkeään kielenkäyttöön ja oikeinkirjoitukseen. Tarvittaessa jaa teksti kappaleisiin ja erottele kappaleet jättämällä niiden väliin tyhjä rivi. Pidä lauseet lyhyinä ja yksinkertaisina ja käytä sivulauseita harkiten. Vältä lauseenvastikkeita, jotta viesti pysyy selkeänä ja ymmärrettävänä. Pitkät ja huonosti laaditut viestit jäävät usein lukematta tai unohtuvat.

Huonoa kielenkäyttöä, ja kirjoitusvirheitä sisältäviin viesteihin tulee muutenkin suhtautua varauksella, koska niissä piilee tietoturvariski. Mikäli epäilet viestin aitoutta, voit tarvittaessa pyytää viestin lähettäjää vahvistamaan tämän.

Käytä toistuvaan viestintään ennalta määriteltyjä tekstipohjia ja asiakirjamalleja. Näin edistät viestin perillemenoä, kun vastaanottaja löytää aina samat tiedot samoilta paikoilta.

Otsikko

Käytä sähköpostiviestissä informatiivista, viestin sisältöä kuvailevaa otsikkoa. Hyvä otsikko herättää lukijan huomion, kertoo viestin sisällöstä ja erottaa viestin massasta. Viesti, jonka otsikko näyttää epäilyttävältä, kannattaa jättää avaamatta. Kyseessä voi olla tutunkin lähettäjän nimissä lähetetty haittaohjelmisto tai virus.

Viestiin vastattaessa kannattaa otsikko muuttaa vastaamaan viestin sisältöä, jos se on oleellisesti muuttunut. Älä lähetä viestiä ilman otsikkoa, koska viesti jää silloin herkästi huomaamatta. Älä kuitenkaan kirjoita lyhyttäkään viestiä kokonaan otsikkokenttään, koska ilman tekstiä saapuva viesti on tyly. Otsikon tavoin viestin alku on tärkeä osa viestiä ja kuvailee sen sisältöä.

Alku- ja lopputervehdys

Alku- ja lopputervehdyksen käyttö kuuluu yleisiin käytöstapoihin. Kuten kasvokkain kohdatessa, myös sähköpostissa on kohteliasta tervehtiä vastaanottajaa. Käytä alku-tervehdystä aina ensimmäisissä ja ennestään tuntemattomille vastaanottajille lähetet-

tävissä viesteissä. Alkutervehdyksessä on myös hyvä käyttää vastaanottajan nimeä, mikä tekee viestistä henkilökohtaisemman. Se kertoo vastaanottajalle, että viesti on kohdistettu juuri hänelle.

Käytä lopputervehdystä osoittamaan, että viesti on tullut päätökseen. Sillä on samanlainen vaikutus kuin hymyllä. Lopputervehdys voi liittyä positiivisella tavalla viestin aiheeseen, vuodenaikaan, säähän tai vaikka viikonpäivään. Tärkeintä on mukauttaa lopputervehdys aina muuhun viestiin sopivaksi.

Viittaus, kiitos ja pahoittelu

Kun vastaat ennestään tuntemattomalta saapuneeseen viestiin on kohteliasta kiittää viestistä. Kysymykseen tai ilmoitukseen vastaaminen kiitoksella ei ole tarpeen ellei kyseessä ole tarjouspyyntö tai muu vastaava asiakastiedustelu.

Kiitoksella voi myös viitata edelliseen yhteydenottoon, jolloin vältetään käyttämästä kapulakielimäistä viitatun-sanaa. Käytä viittausta edelliseen yhteydenottoon viestin alussa, varsinkin jos se on ollut suullinen. Kirjoita viitteeseen edellinen yhteydenotto-tapa, päivämäärä ja keskusteluun osaa ottaneiden henkilöiden nimet. Tämä selventää vastaanottajalle, mihin asia liittyy.

Jos viestissä on aihetta pahoitteluun, kirjoita se heti kiitoksen perään. Pahoittelulla on psykologinen merkitys, ja sitä ei tule unohtaa. Pahoittelu viestii vastaanottajalle, että välität hänelle aiheutuneesta mielipahasta.

Erikoismerkit ja hymiöt

Erikoismerkkien, kuten euron symbolin tai ajatusviivan, käyttöä tulee välttää. Erikoismerkit muuttuvat herkästi epämääräiseksi koodikieleksi eri sähköpostiohjelmistoissa ja hankaloittavat viestien lukemista. Euron symbolin sijaan käytä sanaa "euroa", joka ei jää vastaanottajalle epäselväksi. Ajatusviivan voit korvata tavuviivalla.

Hymiöiden ja lyhenteiden käyttö soveltuu pääasiassa entuudestaan tuttujen väliseen, epäviralliseen viestintään. Niiden tarkoitus on elävöittää tekstiä ja välittää tunteita. Älä käytä hymiöitä organisaation ulkopuolelle osoitettuihin virallisiin viesteihin. Kuten erikoismerkit, nekin vääristyvät herkästi matkan varrella tai voidaan helposti tulkita väärin.

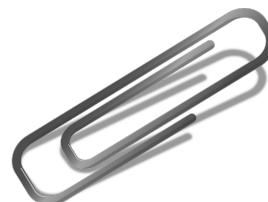
Allekirjoitus

Allekirjoitus on tärkeä osa viestin loppua. Käytä aina yhteisesti sovittua, yhdenmukaista allekirjoitusta, erityisesti organisaation ulkopuolelle lähtevissä viesteissä. Allekirjoitus toimii sähköpostissa ikään kuin käyntikorttinasasi. Huolehdi siis, että allekirjoituksessa on riittävät yhteystiedot mahdollista yhteydenottoa varten.

Automaattinen allekirjoitus erotetaan kahdella väliviivalla ja välilyönneillä. Automaattisen allekirjoituksen merkkijonoa ei saa muuttaa, sillä se takaa allekirjoituksen säilymisen ehjänä vastaanottajalle asti riippumatta siitä, mitä sähköpostiohjelmistoa tämä käyttää.

Liitetiedostot

Harkitse aina liitetiedostojen lähettämistä sillä isot liitteet kuormittavat sähköpostin tallennustilaa. Älä kuitenkaan oikaise kirjoittamalla liitteessä olevaa tekstiä suoraan sähköpostiviestiin, sillä se tekee viestistä yleensä turhan pitkän ja vaikeuttaa viestin lukemista, koska sähköpostista puuttuu tekstitiedostoille tyypillinen asiakirja-asettelu. Jos liite on pakko lähettää, pakkaa tiedosto erillisellä ohjelmalla pienempään kokoon ja sijoita liite viestin loppuun kaikkein alimmaiseksi.



Kuva 3 (pixabay.com).

Suosi liitteissä yleisiä teksti- ja kuvatiedostomuotoja. Muista, että viestin vastaanottajalla ei välttämättä ole ajantasaisia ohjelmistoja kaikkien tiedostomuotojen avaami-

seksi. Liitteiden sijasta kannattaa vastaanottaja ohjata verkkosivustoille tai sisäiseen verkkoon, mikäli sama tieto löytyy myös sieltä.

Muista tietoturva myös liitetiedostoissa. Lähetä luottamuksellista tietoa sisältävä viesti vain pakon edessä ja käytä viestin salausta. Viestin voit salata käyttämällä erillistä salausohjelmaa, mutta se edellyttää, että vastaanottajalla on sama ohjelma käytössä. Viestin voit salata myös lähettämällä se salasanalla suojattuna liitetiedostona.

Muista, että sähköpostin välityksellä liikkuu paljon haittaohjelmia. Älä avaa epäilyttäviä liitteitä! Yleisimmät haittaohjelmistot ovat .com, .exe, .shs, .pif ja .vbs tiedostoja.

Viestinnän laatu

Netiketti

Sähköpostiviestinnässä tulee edistää avoimuutta ja rehellisyyttä. Noudata aina sähköisen viestinnän sääntöjä ja hyviä käytöstapoja. Muista, että viesti voi olla todiste kanssakäymisestä pitkäksi aikaa. Muistisääntönä ennen viestin lähettämistä mieti, onko viestin lähettäminen välttämätöntä. Alla on lueteltu sähköpostiviestinnän netiketin perusohjeet, jotka jokaisen tulee muistaa:

- Lähetä sähköpostia vain kun se on välttämätöntä. Mieti, voisiko asian hoitaa jollain toisella viestinnän kanavalla tai vähän myöhemmin, jolloin viestin lähettäminen käy tarpeettomaksi.
- Mieti ovatko kopionsaajat tarpeellisia. Älä lähetä viestejä turhan laajoilla jakeluilla.
- Pyri vastaamaan viesteihin vuorokauden sisällä ja muista kuitata, jos välitit viestin eteenpäin.
- Esitä asiat lyhyesti ja pyri käsittelemään vain yksi asia viestiä kohden.
- Älä kirjoita pelkillä isoilla tai pienillä kirjaimilla. Suuraakkosilla kirjoitettu teksti tulkitaan verkossa HUUTAMISEKSI ja pelkät pienaakkoset vaikeuttavat tekstin lukemista.
- Lähetä vain asiallisia viestejä ja esiinny omana itsenäsi. Esittäydy tarvittaessa ennestään tuntemattomalle vastaanottajalle.
- Noudata lakia ja hyviä tapoja. Älä lähetä arkaluontoisia tai salassa pidettäviä asioita sähköpostilla.
- Noudata aina työnantajan antamia ohjeita.
- Älä hoida ikäviä tai vaikeita asioita sähköpostin välityksellä.

Toimi aina hyvän sähköpostinkäytön periaatteiden mukaisesti. Yhteinen tapa toimia muokkaa viestinnän etikettiä ja jokaisella on vastuu viestien määrästä, laadusta ja sisällöstä.

Viestin tyyli

Kirjoitustyyli vaikuttaa vahvasti siihen, millaisen käsityksen lukija saa kirjoittajasta. Sähköpostin ei tarvitse olla pelkkää tunteetonta, sanallista viestintää. Kun kirjoitat viestejä, mieti, millainen tyyli tekstillä on ja miten se vaikuttaa vastaanottajaan. Kun huomioit tervehdyksien käytön ja kohdistat viestin vastaanottajalle sopivaksi, välität myös huomaavaisuutta ja ystävällisyyttä.

Viestin kohderyhmä

Mieti ja suunnittele jokainen lähettämäsi viesti vastaanottajalle sopivaksi. Huonosti kirjoitettu viesti antaa epäammattimaisen kuvan ja herättää usein vastaanottajassa vain lisäkysymyksiä. Tiedosta kenelle, mistä ja miksi viestit. Muista, että hyvin perusteltu asia on helpompi hyväksyä.

Mieti, minkälainen sävy viestissä on. Viestin sävy vaikuttaa siihen, millainen mielikuva tekstin lukijalle syntyy. Viestin sävyn voi helposti tulkita positiiviseksi tai negatiiviseksi, ja sillä on suuri merkitys tulevaa, jatkossa tapahtuvaa viestintää ajatellen. Epäonnistunut viestintä voi viedä asiakkaan luottamuksen yritystä kohtaan pitkäksi aikaa.

Vastaanottajan puhuttelu

Vastaanottajan puhuttelu vaihtelee viestintätilanteen ja vastaanottajan mukaan. Suomessa on yleistä sinutella. Sinuttelu on läheisempi ja tuttavallisempi tapa, ja se osoittaa, että viesti on osoitettu vastaanottajalle henkilökohtaisesti. Teitittely puolestaan on tyyliiltään virallisempi ja etäisempi tapa. Mitään sääntöä puhuttelun suhteen ei ole. Taitava viestijä osaa tulkita valitsevan tilanteen ja toimii sen mukaan.

Käytipä sitten sinuttelua tai teitittelyä, vältä etäistä, kasvotonta tyyliä viestinnässä. Kasvottomassa tyyliä käytetään pelkkiä yleisnimikkeitä eikä se huomio vastaanottajaa henkilökohtaisella tasolla. Vastaanottajan huomioimisella on positiivinen ja arvoa antava vaikutus vuorovaikutuksessa. Omistusliitteiden käytöllä viestität vastaanottajalle, että hänet on huomioitu.

Kielenhuolto ja oikeinkirjoitus

Kielivirheet vaikeuttavat tekstin lukemista ja voivat aiheuttaa väärinkäsityksiä. Tarkista aina oikeinkirjoitus ennen viestin lähettämistä. Tämä on erityisen tärkeää asiakkaille ja sidosryhmille lähtevissä viesteissä. Huoliteltu teksti ja viimeistelty materiaali antavat yrityksestä luotettavan, uskottavan ja houkuttelevan kuvan.

Pidä lauseet selkeinä ja ymmärrettävinä. Jaa teksti pitkä teksti selkeisiin kappaleisiin ja pyri pitämään kappaleet lyhyinä. Muista välimerkkien oikeaoppinen käyttö ja yhdyssanojen oikeinkirjoitus. Päivämäärien ja puhelinnumeroiden oikeaoppinen merkitseminen on tärkeää mm. tulevien tapaamisten ja yhteydenottojen kannalta.



Kuva 4 (pixabay.com).

Ohjeen lopusta löytyy lista viestintään liittyvästä kirjallisuudesta. Kirjoissa ja verkossa on lisää ohjeita ja vinkkejä työssä kirjoittamiseen. Erityisesti kielenhuollon ja oikeinkirjoituksen oppaisiin kannattaa tutustua.

Viestinnän kehittäminen

Viestinnällinen osaaminen

Viestinnällinen osaaminen muodostuu hyvästä tekstistä, tehokkaasta vuorovaikutuksesta ja sanattomasta viestinnästä. Taitava viestijä osaa tulkita vastapuolen ja viestinnälle asetetut säännöt ja sopeutuu niiden mukaan.

Hyvällä suunnittelutyöllä voi välttää viestinnän yleisimmät kompastuskivet. Se auttaa pysymään aiheessa ja ohjaa toimintaa oikeaan suuntaan. Hyvin suunniteltu ja kirjoitettu viesti saa vastaanottajan tuntemaan, että viesti on kirjoitettu juuri hänelle.

Jokainen voi itse vaikuttaa omaan viestinnälliseen osaamiseensa. Opi suunnittelemaan tekstisi kysymällä, kenelle, mistä ja miksi viestin. Myös saatu palaute vahvistaa ja korjaa sinua taitavammaksi viestijäksi. Jos lähettämäsi viesti palautuu täynnä lisäkysymyksiä, voit päätellä siitä, että viesti oli huonosti suunniteltu. Suunnittelematon ja huonosti kirjoitettu viesti antaa kirjoittajasta epäammattimaisen kuvan. Muista siis antaa ja pyytää palautetta teksteistäsi.

Sähköpostiviestinnän yleisimmät ongelmat

Sähköpostiviestinnän yleisimpinä ongelmina pidetään saapuvien viestien valtavaa määrää ja niihin kuluva työaika. Jokainen voi omalla toiminnallaan vaikuttaa viestinnän tehokkuuteen.

Kun viestitulvaa saadaan pienennettyä, tehostuu ajankäyttö ja työn tuottavuus paranee. Sähköpostien läpikäymiseen kulutettu aika vähenee ja uusista viesteistä ilmoittavat ponnahdusikkunat eivät enää häiritse keskittymistä.

Sähköpostiviestinnän kehittämiseksi jokaisen tulisi kysyä itseltään säännöllisesti seuraavat kysymykset:

- 🗨️ Onko viestin lähettäminen välttämätöntä? Voisinko hoitaa asian kasvotusten tai jonkin muun kanavan kautta?
- 🗨️ Onko viesti kohdistettu oikealle vastaanottajalle? Ovatko viestin kopion vastaanottajat välttämättömiä, vai kuormittaako viesti vain heidän sähköpostiinsa turhaan?
- 🗨️ Miten kirjoitan hyvän otsikon? Miten kuvailen viestin sisältöä mahdollisimman selkeästi ja ymmärrettävästi?
- 🗨️ Kuinka varmistan, että vastaanottaja ymmärtää viestin? Puhutteleeko viesti häntä, ja onko se kirjoitettu häntä varten?
- 🗨️ Onko liitetiedoston lähettäminen tarpeellista tai välttämätöntä?
- 🗨️ Kuinka hallitsen sähköpostilaatikkaa ja vältyn kaaokselta?

Sähköpostiin liitetyt ongelmat eivät häviä itsestään. Niiden ratkaisemiseksi on tehtävä tietoisesti töitä. Ongelmat eivät katoa myöskään viestintäkanavaa vaihtamalla. Ilman tietoisesti tehtyä muutoksia, olemassa oleva viestintätapa vain siirtyy sellaisenaan ja samat ongelmat jatkuvat.

Ohje lyhyesti

- 📧 Käytä työsähköpostia ensisijaisesti vain työtehtävien hoitoon. Muuta kuin työnantajan tarjoamaa sähköpostia ei saa käyttää. Viestejä ei saa ohjata eteenpäin muuhun sähköpostiohjelmistoon ilman lupaa.
- 📧 Lue sähköpostia säännöllisesti ja vastaa aina henkilökohtaisesti osoitettuihin viesteihin. Lähetä vain tarpeellisia viestejä ja vältä laajoja jakelu- ja viestiketjuja. Varmista aina viestin oikea vastaanottaja ja käytä tarvittaessa kopio- ja piilokopiointia.
- 📧 Siivoa sähköpostilaatikko säännöllisesti. Arkistoi tärkeät viestit omiin kansioihin tai muuhun tallennusvälineeseen ja poista turhat viestit. Käytä tarvittaessa automaattista suodatusta. Tallenna henkilökohtaiset viestit omaan kansioon, jonka nimestä henkilökohtaisuus ilmenee.
- 📧 Käytä loman ja muiden poissaolojen aikana poissaoloilmoitusta, josta ilmenee, kuka hoitaa asian poissaolon aikana tai missä asia hoidetaan. Ilmoita päivämäärä, jolloin olet jälleen tavoitettavissa.
- 📧 Noudata lakia ja hyviä tapoja. Salassa pidettävää tai henkilön tietosuojan kannalta arkaluontoista aineistoa ei saa lähettää sähköpostilla. Lähetä vain asiallisia ja hyvää etikettiä noudattavia viestejä.
- 📧 Käytä aina viestin sisältöä kuvailevaa otsikkoa. Jaa pitkä teksti kappaleisiin ja kirjoita tärkein asia ensimmäiseksi. Aloita ja päätä viesti asianmukaisella tervehdyksellä. Tarvittaessa muista kiittää ja pahoitella, mikäli siihen on aihetta.
- 📧 Käytä yrityksen omaa, yhdenmukaista allekirjoitusta. Automaattisen allekirjoituksen merkkijonoa ei saa muuttaa. Huolehdi, että allekirjoituksessa on kaikki tarvittavat yhteystiedot.

- Käytä viesteissä selkeää fonttia ja väritöntä taustaa. Pidä teksti lyhyehkönä ja informatiivisena. Muista, että vastaanottaja saattaa lukea viestin esim. mobiililaitteella, jolloin pitkän viestin lukeminen on hankalaa.
- Hymiöt ja lyhenteet soveltuvat ainoastaan sisäiseen viestintään. Vältä isojen liitetiedostojen lähettämistä ja suosi linkkejä. Tarvittaessa pakkaa liitettävät tiedostot pienempään kokoon.
- Kiinnitä huomiota selkeään kielenkäyttöön ja oikeinkirjoitukseen. Muista välimerkkien ja yhdyssanojen oikeaoppinen käyttö. Kielivirheet vaikeuttavat tekstin lukemista ja voivat aiheuttaa väärinkäsityksiä.
- Pidä teksti selkeänä ja ymmärrettävänä. Kohdista viesti vastaanottajalle ja vaikuta perustelemalla. Mieti, millainen sävy viesteissäsi on, ja puhuttele vastaanottajaa sopivalla tavalla.

Lähdeluettelo

Tässä ohjeessa on käytetty vapaasti käytettävissä olevia, julkisia kuvia osoitteesta <https://pixabay.com>.

Kuva 1. <https://pixabay.com/fi/sähköposti-näppäimistö-tietokone-824310/>

Kuva 2. <https://pixabay.com/fi/on-sähköposti-lähetä-internet-1019738/>

Kuva 3. <https://pixabay.com/fi/kirjeen-clip-klemmari-337522/>

Kuva 4. <https://pixabay.com/fi/oikeinkirjoituksen-tarkistus-korjaa-1292780/>

Viestintään liittyvää kirjallisuutta:

lisa, Katariina & Oittinen, Hannu & Piehl, Aino 2012. Kielenhuollon käsikirja. 7. laajennettu ja päivitetty painos. Suomen Yrityskirjat, Helsinki.

Kortetjärvi-Nurmi, Sirkka & Murtola, Kaarina 2015. Areena. Yritysviestinnän käsikirja. Edita, Helsinki.

Metsäaho, Tuija 2013. Työelämän toimivat tekstit. Suomen Yrityskirjat, Helsinki.

Torppa, Tiina 2014. Työssään kirjoittavan opas. Talentum, Helsinki.

Internetistä löytyy myös hyviä sivustoja, joilla on ohjeita oikeinkirjoitukseen, esimerkiksi Kirjoittajan ABC-kortti (<http://webcgi.oulu.fi/oykk/abc>) ja Kotimaisten kielten keskuksen sivut (<http://www.kotus.fi>).