



## Inhoudsopgave

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Inleiding.....                        | 3 |
| Het Doel .....                        | 4 |
| Uitstraling .....                     | 4 |
| De Basis .....                        | 5 |
| E-mail format.....                    | 7 |
| 1. Onderwerpregel.....                | 7 |
| 2. Welkomstgroet .....                | 8 |
| 3. Persoonlijke attentie .....        | 8 |
| 4. Introductie onderwerp/verzoek..... | 8 |
| 5. Afronding.....                     | 8 |
| 6. Afgroet.....                       | 8 |
| Het Einde.....                        | 9 |

## Inleiding

In deze handleiding leren we jou “**het e-mail beleid**”. E-mail is een middel dat ons gelegenheid geeft om met elkaar (collega's onderling en met onze klanten in contact te zijn).

Met een strak e-mail beleid kun je echt als collega's onderling, maar ook naar jouw klanten toe professionaliteit uitstralen. Het uitstralen van professionaliteit doen we dan ook door vooral aandacht te schenken aan uniformiteit.

Als individu maak je niet echt een impact, maar als team kun je een grote impact maken en daarmee goed zichtbaar zijn. In deze handleiding willen wij jou daarom laten zien conform welke richtlijnen wij e-mails opstellen en versturen

### Waarom?

Hoe meer professionaliteit we uitstralen, des te méér we klanten de experience van hun leven kunnen geven!

Help jij ons om met dit e-mail beleid een **IMPACT** te maken? Lees dan gauw verder..



## Het Doel

Het doel van een beleid is om als team uniformiteit te creëren.

Je hebt vast wel gemerkt dat we binnen het bedrijf met onze klanten een hele goede band opbouwen. Met de klanten bouwen we zowel een formele, als een informele relatie op. Dit zorgt ervoor dat we ons te allen tijde bewust moeten zijn van wat we willen uitstralen voor onze klanten en hoe wij zichtbaar willen zijn voor potentiële nieuwe klanten. Het doel van dit beleid is dus **tweeledig**.

## Uitstraling

Uitstraling als doel heeft vooral betrekking op de klanten die naast onze zakelijke relatie, een privérelatie met ons opbouwen. Klanten zullen ons toevoegen op diverse sociale media platformen zoals Facebook, Snapchat en Instagram, maar ze zullen ook regelmatig met ons e-mailen!

Hierdoor zijn we ons er ook van bewust dat we na moeten denken over onze uitstraling op deze via e-mail. Onze online uitstraling!

Door aandacht te besteden aan het gevoel dat klanten of collega's krijgen als ze een e-mail van jou ontvangen, lever je een positieve bijdrage aan de band die wij met onze klanten en met elkaar opbouwen. Hoe wij dit verwachten te doen komen we verder in deze handleiding op terug.

## De Basis

De basis van jouw e-mail inbox is dat alle instellingen goed moeten staan, zoals we dat vooraf met elkaar afspreken. Het begint allemaal bij een goede bedrijfs e-mail hebben die passend is bij het bedrijf dat je werkt. Werk je voor SPC Personal training, dan is jouw bedrijfse-mail:

- [voornaam@spcpersonaltraining.nl](mailto:voornaam@spcpersonaltraining.nl)

Als je een e-mailadres toegewezen hebt gekregen is de eerste stap om jouw handtekening correct in te stellen. Als je niet weet hoe je dit moet doen, kun je gebruik maken van de handleiding “handtekening instellen”.

Een correct ingestelde handtekening ziet eruit als het voorbeeld hieronder:



Arno Bottse

SPC Groep  
Personal training, Fysiotherapie & Voedingsbegeleiding

T: 0800 - 1281  
M: +316 819 22 643

Personal training | [Ga naar de website](#)  
Fysiotherapie | [Ga naar de website](#)  
Voedingsbegeleiding | [Ga naar de website](#)

# SPC

FYSIOTHERAPIE 100%

In een correcte handtekening, zoals je ziet in het voorbeeld hierboven, moeten dus een aantal onderdelen naar voren komen:

- Profielfoto transparant (PNG)
- Voor- en achternaam
- Mobiele telefoonnummer en organisatienummer
- Websites van bedrijven
- Logo van het bedrijven

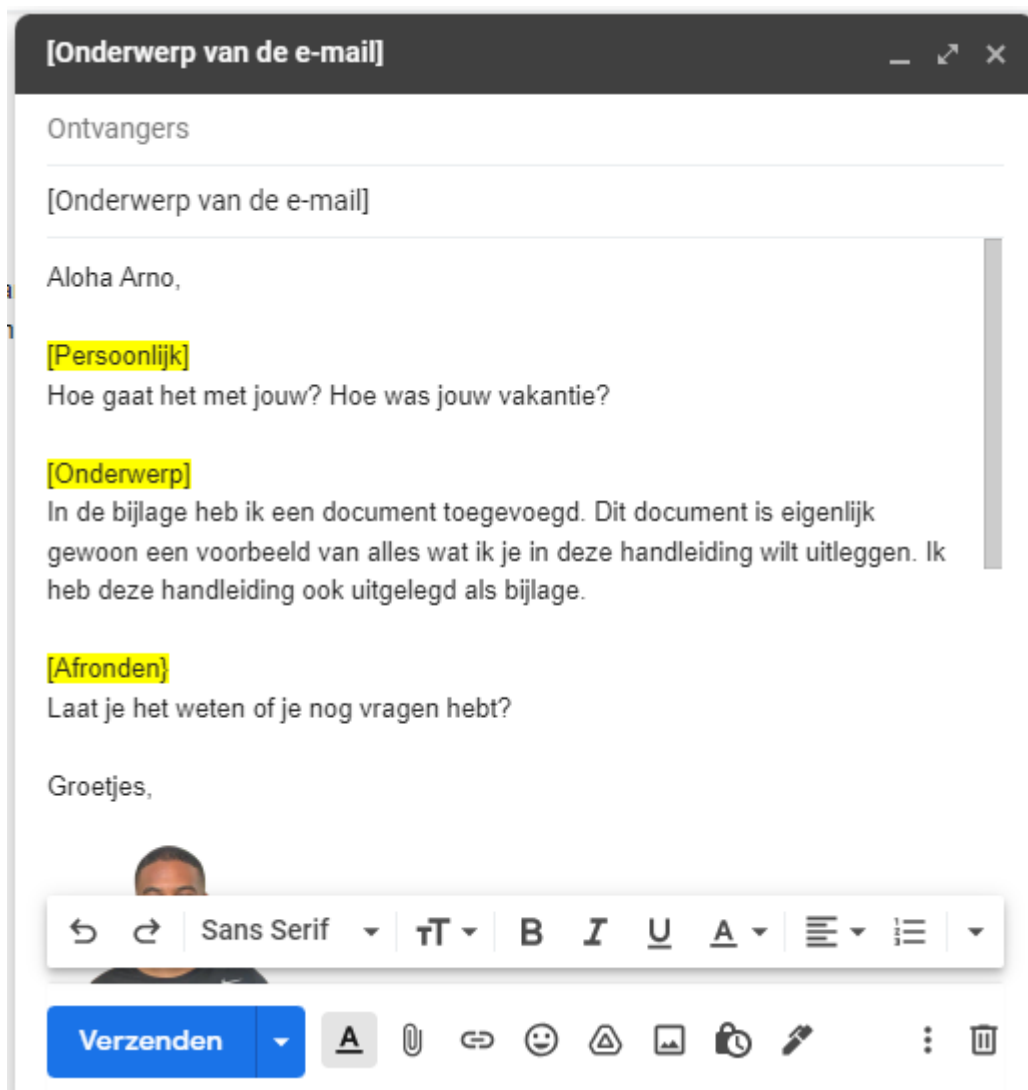
Als al deze onderdelen in jouw handtekening verwerkt ziet, dan is jouw handtekening startklaar.

Lees ook de handleiding “profielfoto instellen” goed door. Door je profielfoto in te stellen ontvangen jouw klanten en collega’s in hun inbox altijd een e-mailtje met een nette profielfoto ernaast.

Onze e-maildomein is een onderdeel van Google. Doordat je nu een bedrijfse-mail hebt, ben je onderdeel van google en heb je nu een google-account. Door het stellen van een profielfoto is het voor Google, jouw collega’s en klanten een warm gezicht bij de naam.

## E-mail format

E-mailen doen we conform een specifiek format, hieronder zie je een voorbeeld van hoe een correcte e-mail eruitziet.



In het bovenstaande e-mailtje zie je een aantal onderdelen voorbijkomen, hieronder lichten we elk onderdeel toe.

### 1. Onderwerpregel

In de onderwerp geef je aan waar het e-mailtje over gaat, let erop dat je maximaal 1 onderwerp per e-mail aanhoudt. Er mogen wel meerdere vragen gesteld worden over dat ene onderwerp. Maar houd je te allen tijde aan de 1-onderwerp regel. Meerdere onderwerpen in een e-mail, maken je e-mail al snel onduidelijk en overzichtelijk.

## 2. Welkomstgroet

Uniformiteit stralen we ook uit met onze welkomstgroet, het is dan altijd Aloha, geen Hoi, geen Hi, geen Hallo, geen Goedemorgen. Maar Aloha en dan Voornaam. Aloha kan namelijk zowel formeel als informeel geïnterpreteerd worden.

## 3. Persoonlijke attentie

Wees voorafgaand aan het zakelijke gedeelte altijd eerst even persoonlijk. Vraag hoe het met de lezer gaat, hoe ze zich voelen of refereer naar iets wat je nog van de lezer weet. Bijvoorbeeld; hoe was je vakantie / hoe gaat het met de verhuizing?

## 4. Introductie onderwerp/verzoek

Ga nu duidelijk in op het onderwerp van de e-mail, jouw vraag of het verzoek. Probeer tijdens het intypen van je e-mail altijd rekening te houden met het feit dat de lezer niet altijd begrijpt wat je bedoelt als je niet duidelijk bent. Iets lezen is namelijk anders dan iets zeggen. Simpelweg omdat je niet de emotie erbij voelt.

## 5. Afronding

Rond jouw e-mail altijd af met een gelegenheid die je de lezer geeft om te reply-en met vragen. Een voorbeeld van een afrond is; heb je nog vragen? Ben ik zo duidelijk? Of laat je me even weten als je dit hebt gelezen?

## 6. Afgroet

We eindigen altijd af met een warme en vriendelijke groet. Dit doen we als “groetjes”. Met zo een informele groet, scheppen we namelijk een band met de lezer. Dat klinkt een stuk warmer dan de formele groet “hoogachtend of met vriendelijke groeten.”



## Het Einde

Wij zijn inmiddels aangekomen bij het einde van deze handleiding. Als het goed is hebben we je in deze handleiding geleerd hoe je het bedrijf kan helpen om op sociale media een impact te maken en hoe je jouw sociale mediaprofiel daarop inricht.

Werken bij één van de bedrijven van SPC Groep is een teamsport, we doen het met zijn allen. We groeien samen, we ontwikkelen samen en we bouwen samen.

Door het volgen van dit beleid lever je niet alleen een positieve bijdrage aan de ontwikkeling van het bedrijf, maar ook aan jouw eigen persoonlijke merk.

### **Is het verplicht? Zeker niet!**

Maar het is natuurlijk wel apart als je spelers hebt in jouw team, die zich niet 100% inzetten om een positieve bijdrage te leveren aan het team waar ze in spelen..

