

Basic Education Program

Udhëzues



Komunikimi efektiv përmes postës elektronike - Email

Pikëpamjet e autorit të shprehura në këtë udhëzues nuk i reflektojnë medoemos pikëpamjet e Agjencionit të Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar apo të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara të Amerikës.



Hartuar nga: **Bahrie Lecaj**

Dhjetor 2013

Basic Education Program (BEP) – Programi për Arsim Themelor është i financuar nga Agjensioni i Shteteve të Bashkuara të Amerikës për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Qeveria e Kosovës dhe implementohet nga FHI 360, në partneritet me Ministrinë e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë (MASHT) dhe Qendra për Arsim e Kosovës (KEC)

PËRMBAJTJA

I. Qëllimi.....	2
II. Hyrje.....	2
III. Rëndësia e Email-it.....	2
IV. Kur përdoret dhe kur nuk përdoret Email-i	3
V. Përdorimi efikas i Email-it.....	4
VI. Komponentet kryesore të email-it.....	12
VII. Përmbledhje.....	19
Literatura e shfrytëzuar	20

I. QËLLIMI

Qëllimi i këtij udhëzuesi është që tu ju ndihmojë lexuesëve (palëve të interesuara) të mësojnë komunikimin më efektiv përmes email-it. Ky udhëzues do të ju ndihmojë të kuptoni:

- kur duhet dhe kur nuk duhet përdor email-i si mjet i duhur i komunikimit
- si të shkruajmë një email që bart në mënyrë të suksesshme mesazhin tuaj te audienca e synuar
- Si të përdoren në mënyrë efektive komponentet e email-it

II. HYRJE

Email, ose e-mail, shkurtesë për postën elektronike, është mesazh me tekst që mund të përmbajë fotografi, imazhe apo dokumente tjera të bashkëlidhura të dërguara nëpërmjet një rrjeti. Komunikimi përmes email-it është josinkronik, që do të thotë se për dallim nga thirrjet telefonike, mesazheve të menjëhershme apo sms-et dhe takimet qofshin ato ballë për ballë ose me video-konferencë, nuk e ndani kohën dhe vendin e njejtë me bashkëbiseduesin, prandaj përgjigjet nuk ka nevojë të jenë të menjëhershme.

Për shkak se email-i është një formë relativisht e re e komunikimit, konventat themelore sociale për të shkruar dhe për tu përgjigjur në email janë ende duke u përpunuar. Mirëpo me kalimin e kohës janë identifikuar disa praktika të mira për të shmangur ofendimin dhe bezdisjen e korrespondentëve të email-it. Keqkuptimet mund të ndodhin lehtë kur njerëzit kanë pritje të ndryshme në lidhje me email-in që ata dërgojnë dhe pranojnë. Varësisht nga qëllimet tuaja, mesazhet që ju dërgoni do të ndryshojnë në formalitetin e tyre, audiencës së synuar, dhe rezultatin e dëshiruar.

III. RËNDËSIA E EMAIL-it

Email-i në ditët e sotme është një nga mjetet më të përdorura të komunikimit. Rekomandohet nga të gjithë dhe sot gati të gjithë kanë një email adresë.

Përparësitë e përdorimit të email-it janë:

- të shpejtë
- të lirë
- të lehtë për t'u përdorur
- formë digjitale (kursen letër)
- zgjeron aftësitë e biznesit për të komunikuar me klientët

Pra, email-i është një mënyrë e shpejtë dhe e lehtë për të qëndruar në kontakt me familjen, miqtë, kontaktet e biznesit, dhe të huajt. Në botën e biznesit, është një mënyrë e lehtë dhe e shpejtë për të mbajtur në kontakt bashkëpunëtorët dhe punëdhënësit. Email-ët na kursejnë nga humbja e kohës së çmuar. Tani email-i është linjë formale e komunikimit, dhe se në të shumtën e rasteve ka të bëjë me punën dhe është e pasjellshme që të mos përgjigjesh në email.

IV. KUR PËRDORET DHE KUR NUK PËRDORET EMAIL-I

Ne duam të krijojmë email që:

- do të lexohet dhe kuptohet nga lexuesi;
- të angazhojmë lexuesin në realizimin e qëllimit të synuar; dhe
- nuk kërkon shumë kohë nga ana e lexuesit.

Për të realizuar këtë dhe për të qenë më efikas në përdorimin e email-it duhet të mirret parasysh se kur duhet dhe kur nuk duhet përdorur email-i.

Email-i është mjet i duhur i komunikimit nëse përdoret kur:

- duhet të kontaktoni me një person që është vështirë për tu arritur nëpërmjet telefonit, nuk takoheni shpesh ose nuk është i/e vendosur në të njëjtën pjesë të vendit apo botës (për shembull, dikush që jeton në një kontinent tjetër ku ka dallime në kohë).
- informacioni që ju dëshironi për të ndarë nuk kërkon përgjigje të menjëhershme. Akti i të dërguarit të një email-i është i menjëhershëm, por kjo nuk do të thotë se dërguesi mund të pres një përgjigje të menjëhershme. Për shumë njerëz, mbajtja e korrespondencës përmes email-it është pjesë e punës së tyre, dhe e bëjnë atë vetëm gjatë orarit të punës. Përveç nëse lexuesi juaj ka premtuar ndryshe, supozojmë se mund të duhet pak kohë që pala tjetër ti përgjigjet mesazhit.
- duhet ti dërgoni dikujt një dokument elektronik, të tillë si udhëzues, fotografi, të dhëna statistikore, ose ndonjë dokument tjetër.
- duhet të shpërndani informacion të shpejtë te një numër i madh i njerëzve (për shembull, një memo që duhet ti dërgohet të gjithë personelit të zyrës apo ftesë për takim).
- ju duhet një shënim me shkrim i komunikimit. Ruajtja e ndonjë email-i të rëndësishëm mund të jetë e dobishme në qoftë se keni nevojë për t'iu referuar përsëri asaj që ka thënë dikush në një mesazh më të hershëm, të siguronit një lloj të provave (për shembull, dëshmi që ju keni paguar për një shërbim apo produkt), ose të shqyrtoni përmbajtjen e një takimi të rëndësishëm.

Email-i nuk është mjet i duhur komunikimi në rastet kur:

- mesazhi juaj është i gjatë dhe i komplikuar apo kërkon diskutim shtesë që do të realizohej më mirë ballë për ballë. Për shembull, në qoftë se ju doni reagime nga mbikëqyrësi juaj në punë ose në qoftë se jeni duke i bërë kolegut një pyetje që kërkon më shumë se një përgjigje me po/jo ose shpjegim të thjeshtë, duhet të caktoni një takim.
- informacioni është shumë konfidencial. Email-i kurrë nuk është privat! Mbani në mend se mesazhi juaj mund të përcillet tek njerëz të tjerë pa dijeninë tuaj. Një kopje rezervë e email-it tuaj është e ruajtur gjithmonë në një server ku mund të shikohet

lehtë nga palët e interesuara, madje edhe kur keni fshirë mesazhin dhe mendoni se është zhdukur përgjithmonë.

- mesazhi juaj ka ngarkesë emocionale. Mos e përdorni email-in në qoftë se ka një ngarkesë emocionale në bisedë. Kur ju shkruani një email, lexuesi nuk i sheh gjestet dhe nuk e dëgjon zërin tuaj, kështu që mund të ketë keqkuptime. Kur të merrni një përgjigje dhe vini re se ka ndodhur kjo, nuk duhet të vazhdoni bisedën me email. Bëni një telefonatë dhe sqaroni situatën menjëherë. Nëse duhet të sqaroni dhe të zgjidhni një konflikt apo keqkuptim nuk përdoret email-i, edhe pse pala tjetër mund të përgjigjet menjëherë. Email-i është mjeti më i keq për tu përdorur për zgjidhjen e ndonjë konflikti dhe vetëm sa mund të acaroj situatën.
- çështja është urgjente dhe nuk mund të pres derisa lexuesi të lexojë email-in. Disa persona lexojnë email-et zyrtare vetëm gjatë orarit të punës, ose mund të ndodh që për momentin nuk kanë qasje në email-in e tyre, kështu që nëse çështja është urgjente mundësisht të përdoret telefoni.
- ja pim lajme të këqija. Askush nuk dëshiron të marrë ndonjë lajm të keq apo negativ, si ndonjë kritikë nga punëdhësi apo largimin nga puna, dhe pranimi i tij përmes email-it vetëm sa do ti shtonte 'kripë plagës'. Kur kemi të bëjmë me një rast kur duhet të komunikojmë ndonjë lajm të keq apo negativ, pyete vehten: a do të dëshiroja ta pranoja unë një lajm të tillë përmes email-it, apo do të preferoja të më komunikohesh ky lajm personalisht?
Informacionet që shkaktojnë paknaqësi apo emocione nuk dërgohen përmes email-it. Këto janë disa nga arsyet:
 - Njerëzit nuk e dijnë qëllimin e email-it tuaj, email-i në vehte pa ndonjë sinjal tjetër, gjeste apo tonacion duket shumë i thatë dhe kur ka edhe lajme të këqija duket shumë i shëmtuar. Ka shumë gjasa që kjo të shkaktoj paknaqësi.
 - Përdorimi i email-it për të komunikuar lajme të këqija mund të dërgoj mesazhin që nuk jeni të kujdesshëm dhe që çështja nuk është edhe aq e rëndësishme për ju sa të komunikohesh personalisht.
 - Mund të dukeni frikacak. Nëse do të kritikoni dikënd të paktën bëjeni ballë për ballë, apo nëse keni për ti dhënë dikujt ndonjë përgjigje negative bëjeni përmes telefonit. Bashkëpunëtorët, kolegët, klientët, të afërmit dhe shokët e shoqet i vlerësojnë njerëzit që kanë guximin për të komunikuar lajmet e këqija personalisht.

V. PËRDORIMI EFIKAS I EMAIL-IT

Kur të shkruani email, janë disa hapa të thjeshtë që duhet të ju përmbaheni që email-i juaj të lë një përshtypje pozitive dhe të merrni përgjigjen e dëshiruar. Në vazhdim do ti shikojmë disa këshilla për përdorim më efikas të email-it dhe do ti elaborojmë me disa shembuj të mirë dhe jo të mirë. Këto këshilla janë përshtatur nga rekomandimet e shumta nga profesionist të ndryshëm ndërkombëtarë.

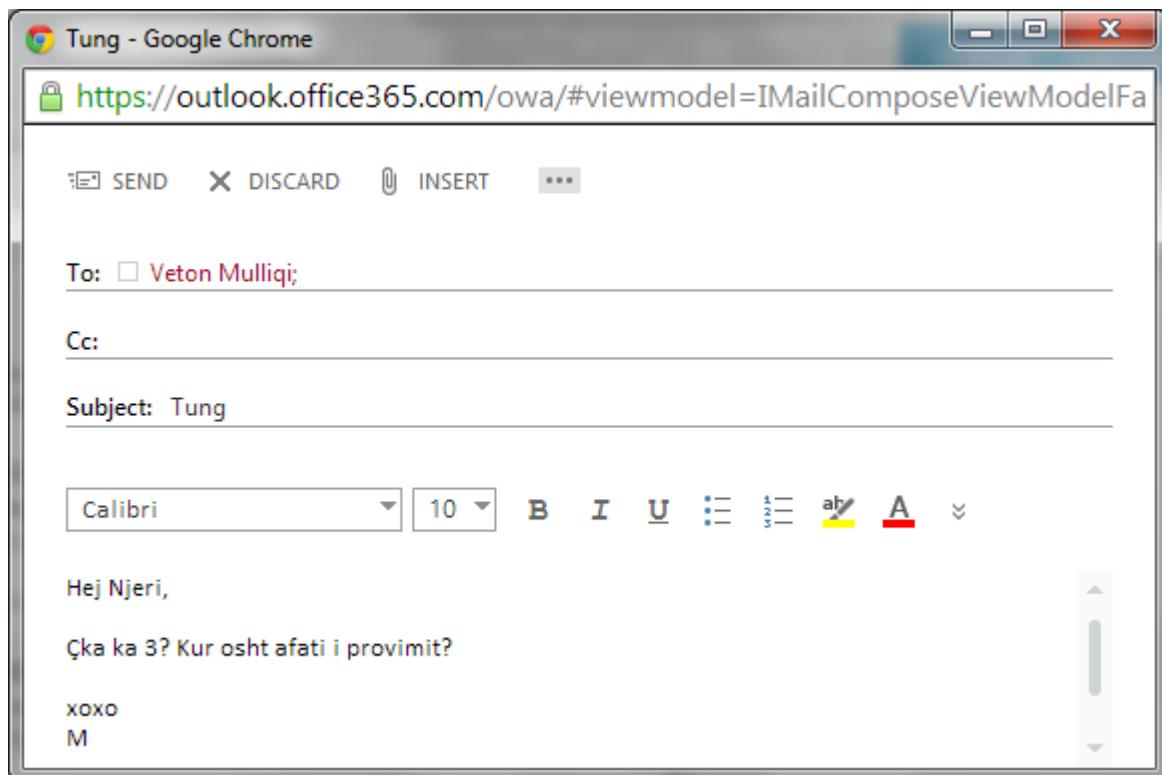
Zgjidhni një email adresë të përshtatshme

Zakonisht institucionet dhe organizatat e kanë të standardizuar përmbajtjen e email adresës. Si p.sh. emri.mbiemri@emriorganizatës.com. Apo .org; .edu varësisht nga profili i organizatës. Nëse organizata ku punoni ju nuk ka të përcaktuar një standard të tillë, atëherë preferohet përdorimi i ofruesve tjerë që njihen si më profesional, si gmail apo yahoo. Mirëpo, prap duhet të krijoni adresë më zyrtare dhe që ju paraqet më profesional, p.sh. emri.mbiemri@gmail.com. Adresat si 'Bleertaaa12@gmail.com' apo 'bleroboy@hotmail.com' nuk janë profesionale.

Mendoni se kë keni audiencë

Njerëzit kanë mendime të ndryshme lidhur me përmbajtjen dhe formën e email-it, kështu që gjithmonë është mirë të mendoni se kë keni audiencë dhe cilat janë pritjet e tyre. Disa njerëz për shembull email-in e konsiderojnë si formë e mirë për ta përshendetur dikë ndërsa disa të tjerë email-in e përdorin vetëm për të dërguar një mesazh formal.

Duhet te tregohet kujdes i veçantë kur shkruhen email-et zyrtare sepse në të shumtën e rasteve njerëzit formojnë opinionin e tyre për ju në bazë të asaj se çfarë shkruan dhe si shkruan në email.



Supozimet që mund të përmban ky mesazh:

- toni është shumë miqësor dhe joformal
- supozon se lexuesi e njeh dërguesin dhe se këta dy kanë një lidhje të ngushtë
- supozon që lexuesi e din për çfarë provimi bëhet fjalë
- supozon që lexuesi e din përgjigjen lidhur me detyrën/provimin
- familjarizimi i lexuesit me slangun/gjuhën lokale të përdorur në mesazh (psh: 'çka ka 3' që nënkupton 'çka ka të re', ose 'xoxo' që nënkupton 'puthje dhe përqafime')

Mendoni qëllimin e mesazhit para se të shkruani

Cili është qëllimi i këtij email-i? A doni të thoni diçka, të merrni disa informacione ose keni nevojë që lexuesi të ndërmarrë ndonjë veprim? Në qoftë se ti mendon se nuk është aq e rëndësishme, mos e shkruaj atë. Respektoni kohën e njerëzve të tjerë në mënyrë që ata të respektojnë kohën tuaj.

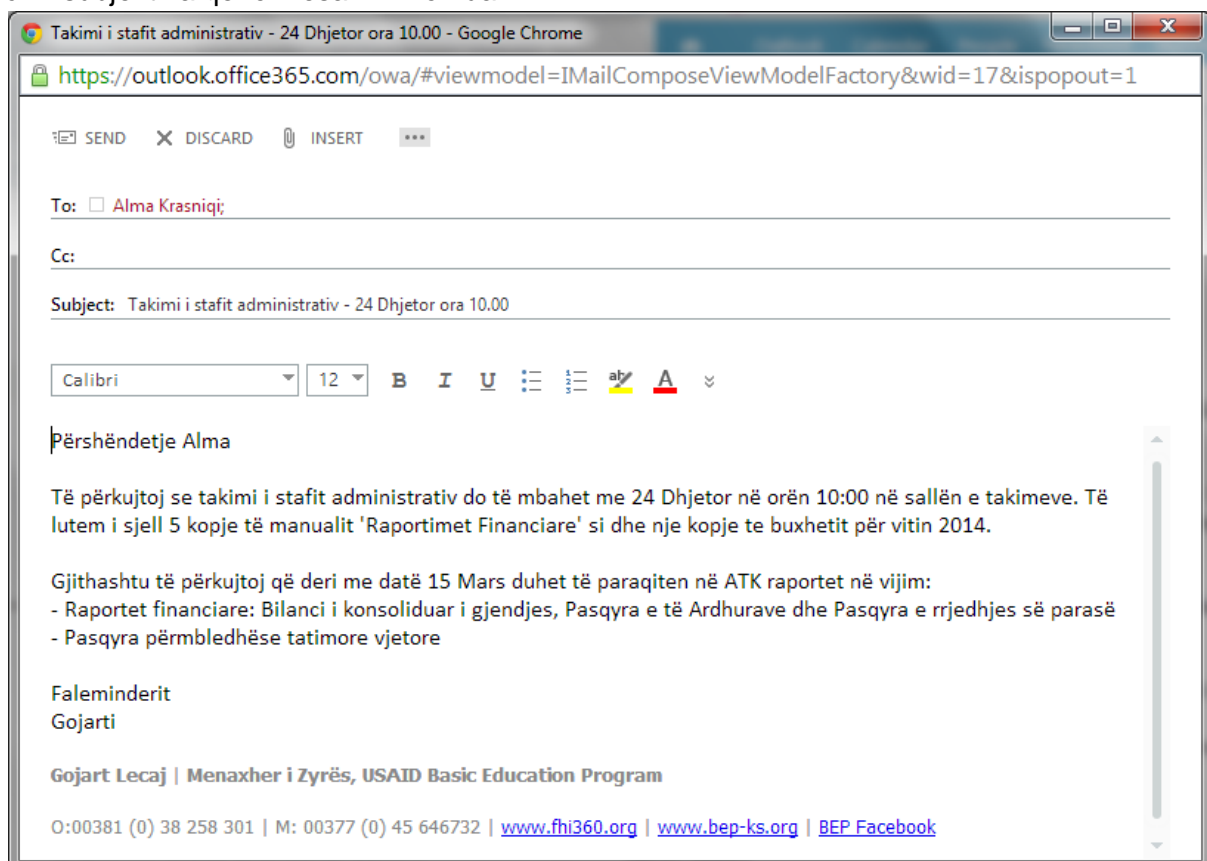
Mos përdoreni shkurtesa

Kur shkruani email-e zyrtare mundohuni të mos përdoreni shkurtesa si Flm (faleminderit) ose xo (puthje dhe përqaftim). Lexuesi mund të mos jetë i vetëdijshëm për kuptimet e shkurtesave dhe në përgjithësi nuk janë të përshtatshme për email-et zyrtare. E njëjta gjë vlen për **emoticons** (ikonat që shprehin emocione të ndryshme), të tilla si :-) ☺. Nëse nuk jeni të sigurt nëse lexuesi e di se çfarë kuptimi kanë shkurtesa dhe ikonat është më mirë të mos përdoren fare.

Vetëm një temë për email

Nëse duhet të komunikoni me dikënd lidhur me disa çështje atëherë është mirë që të shkruhet email i veçantë për secilën çështje.

Në këtë mënyrë, korrespondenti i juaj mund ti përgjigjet secilës çështje veç e veç dhe në kohë të duhur. Përderisa njëri email mund të kërkojë vetëm një përgjigje të shkurtër, që mund t'iu përgjigjeni menjëherë, tjetri email mund të kërkojë më shumë kohë dhe hulumtime. Nëse një email përmbanë tema të ndryshme nën një subjekt të vetëm, është shumë vështirë për lexuesin ti referohet atij email-i më vonë. Kjo për arsye se njëri nga mesazhet përbrenda nuk ka të bëjë fare me titullin e email-it, ndërkohë që opcioni më i preferuar i kërkimit të email-eve në **Inbox** është përmes subjektit. Si mund ta dijë ose ta mbaj në mend lexuesi se nën cilin subjekt ka qenë mesazhi i kërkuar?



Në shembullin më lartë mund të shihet se si dërguesi ka përmendur dy tema në një email dhe nën të njëjtin subjekt. Nëse lexuesi dëshiron të dijë se çfarë duhet të paraqes në Administratën Tatimore të Kosovës (ATK), me siguri që do ta ketë vështirë për ta gjetur email-in e kërkuar, sepse titulli i mesazhit nuk ka të bëjë fare me raportimet financiare në ATK.

Pra, disa nga arsyet se pse preferohet që çdo temë të trajtohet veç e veç në email-e të ndryshme janë:

- Nëse ka disa tema brenda një email-i ekziston mundësia që njëra nga to të harrohet fare:
- Lexuesi e ka më të lehtë të organizojë postën e tij (Inbox) dhe më lehtë ti referohet atij email-i më vonë
- Është më e lehtë për lexuesin të përgjigjet në mënyrë më të duhur
- Nuk ka kosto shtesë nëse shkruan tre email-e në vend të një, për të adresuar tri çështje të ndryshme

Nëse doni të trajtoni disa çështje në një email - ndoshta për shkak se ato lidhen me të njëjtin projekt - konsiderojë paraqitjen e çdo teme/pike në paragrafë të ndarë, dhe me numra rendor. Kjo është mënyrë e mirë që çdo pikë të dallohet, pra të duket më qartë, gjë që në mënyrë të konsiderueshme rrit gjasat që çdo pikë të adresohet.

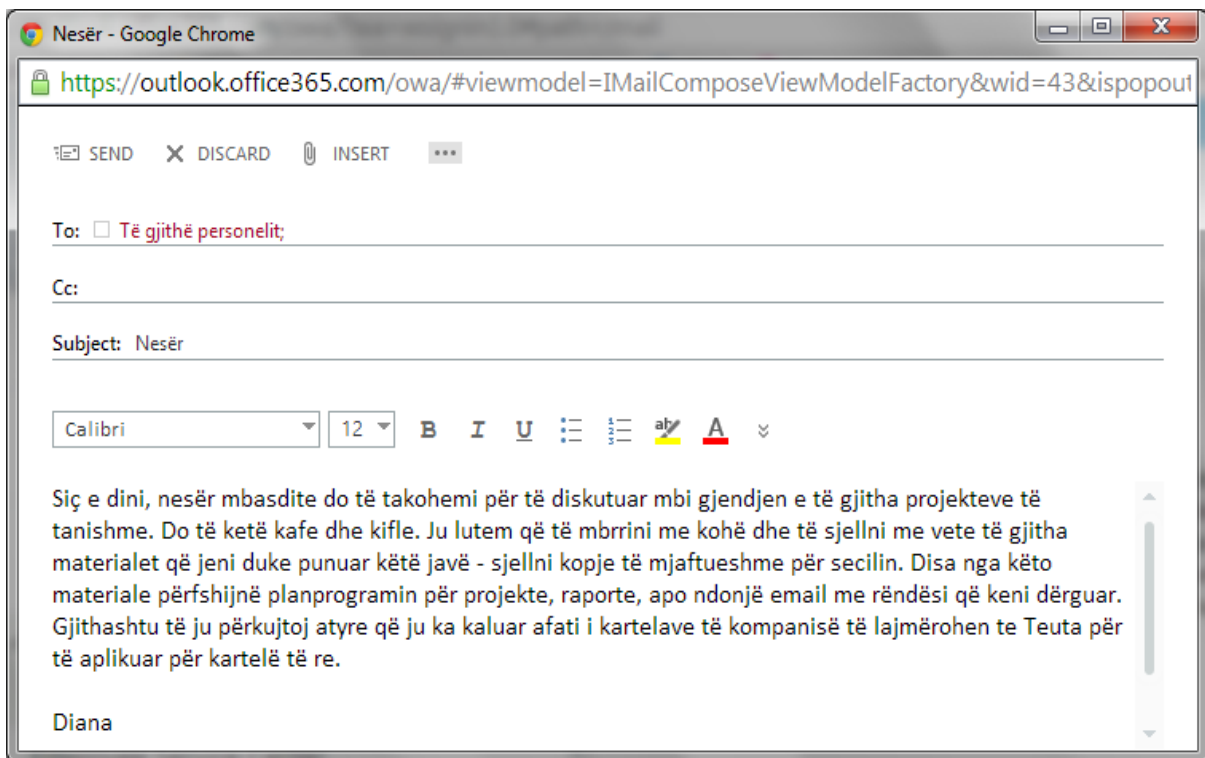
Qartë, shkurt dhe të kuptohet lehtë

Konsideroni që shumica nga ne kemi shumë email-e dhe shumë pak kohë brenda ditës për ti lexuar dhe për tu përgjigjur në email-e. Sa më i shkurtë dhe më preciz të jetë email-i aq më shumë ka mundësi që të lexohet dhe të kuptohet nga lexuesi. Mesazhet e gjata në të shumtën e rasteve janë dekurajuese për ti lexuar dhe lihen për fund ndërsa prioritet marrin mesazhet e shkurta. Përdorni gjuhë të thjeshtë dhe direkt në temë. Që mesazhi juaj të jetë më i qartë dhe më i shkurtë ja disa hapa që duhen ndjekur:

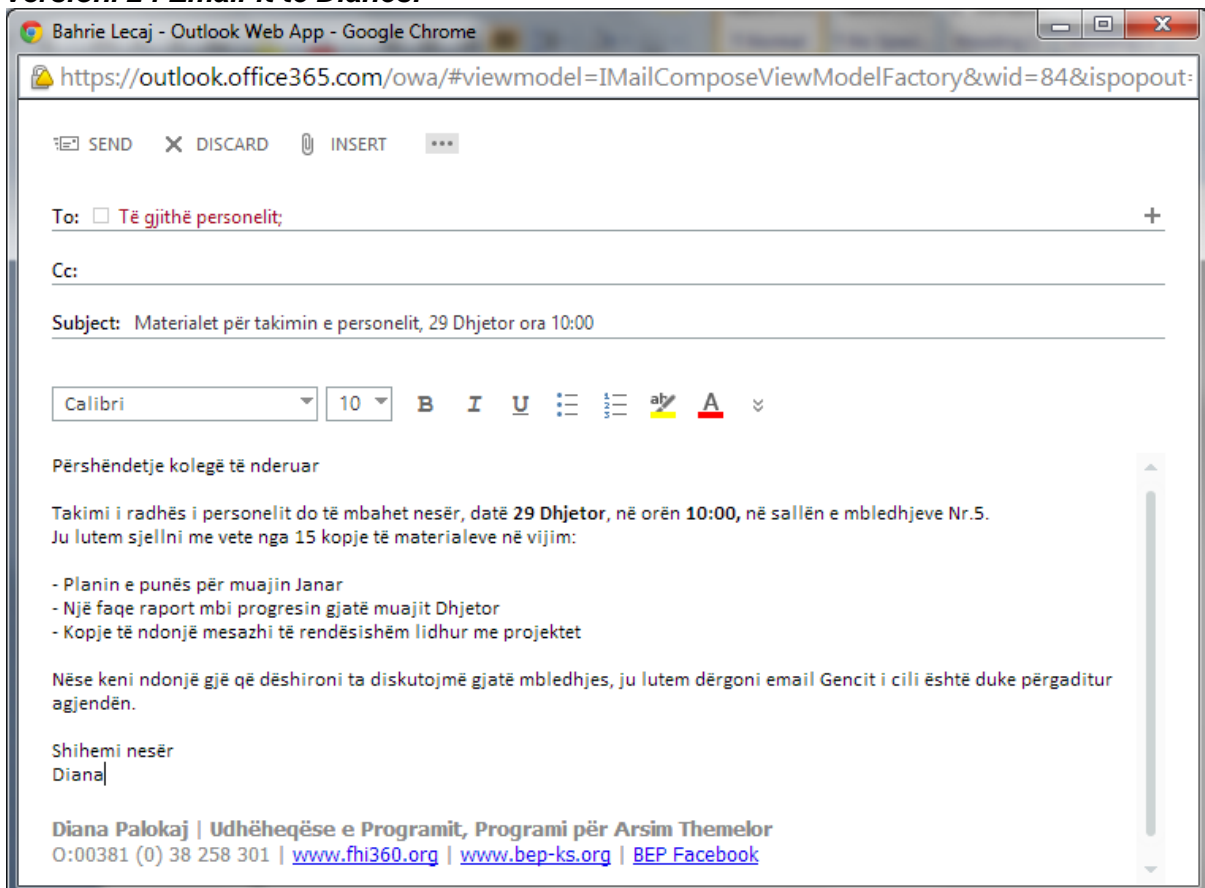
- a) Në fillim të tekstit shkruaj shkurtimisht qëllimin apo përmbledhjen e mesazhit tuaj;
- b) Pasiqë është më vështirë të lexohet në ekran sesa në letër, struktura dhe paraqitja e mesazhit janë shumë të rëndësishme. Rekomandohet që mendimet të ndahen në paragraf të ndryshëm, dhe të kenë një rrjedhshmëri logjike. Në mes të paragrafëve lerëni hapësirë dhe vendosini në rend detajet e rëndësishme që të bien në sy, të dallohen;
- c) Data e rëndësishme si dhe ndonjë informacion kritik brenda mesazhit shkruhen me shkronja të mëdha ose nënvizohen. Mirëpo nuk duhet të shkruhet i gjithë mesazhi me shkronja të mëdha sepse lexuesi mund ta kuptojë këtë si 'britmë' dhe përveç që mund të jetë i bezdisshëm për të ai/a mund të mos kuptoj se cila pjesë është veqanërisht e rëndësishme;
- d) Në fund të mesazhit theksoni rezultatin e pritur. Nëse kërkon një përgjigje i tregon lexuesit se çfarë përgjigje jeni duke pritur (për shembull, përgjigje në email, kohën e mundshme për takim, letër rekomandimi etj.). Nëse jeni duke kërkuar diçka që ka afat, nënvizojeni atë afat që të vihet në pah në mesazhin tuaj.

Më poshtë janë dy versione të një email-i nga mbikqyrësi, Diana, tek punonjësit e saj. Cili version mendoni se është më efektiv? Pse?

Versioni 1 i Email-it të Dianës:



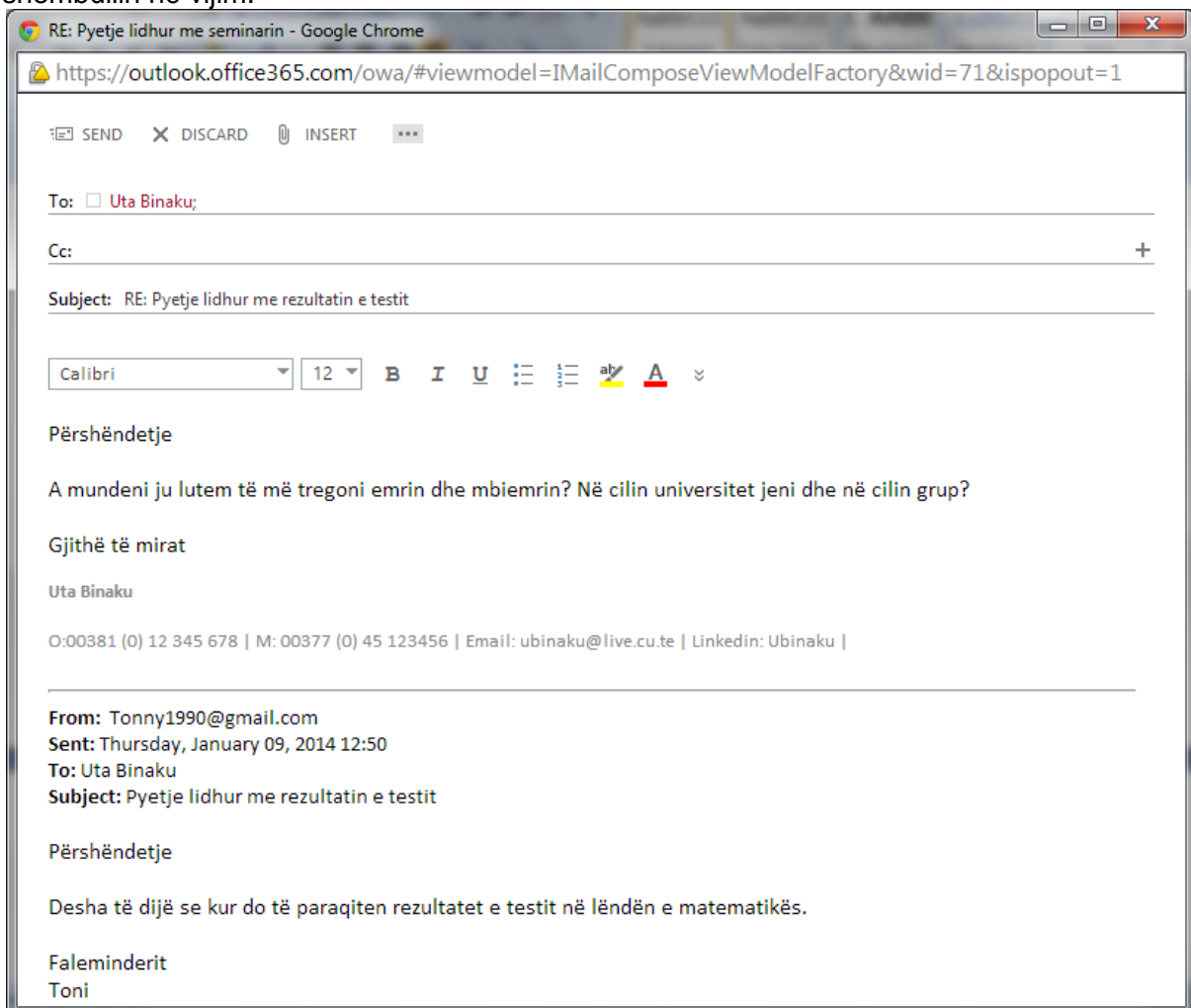
Versioni 2 i Email-it të Dianës:



Diskutim:

Versioni 1 i email-it të Dianës:	Versioni i 2 i email-it të Dianës:
<ul style="list-style-type: none"> - Nuk ka subjekt mjaft informativ - Nuk ka përshëndetje në fillim - Mesazhi është paksa konfuz për shkak të përmbajtjes së ngarkuar dhe porosive të shumta që nuk janë të renditura mirë - Do të nevojitet kohë e gjatë për lexuesin të interpretoj mirë email-in dhe të gjejë gjithë informacionin e kërkuar - Email-i përmban dy tema të ndryshme, që nuk kanë lidhje njëra me tjetrën 	<ul style="list-style-type: none"> - Subjekti është shumë i qartë dhe tregon përmbajtjen e email-it - Ka përshëndetje apo fjalinë hyrëse në fillim - Është i shkruar thjeshtë dhe shkurt dhe është lehtë për tu kuptuar - Dokumentacioni i kërkuar është i renditur gjë që është lehtë të mbahen në mend ose të përcillen - Ka fjalinë përmbyllëse dhe miqësore në fund të email-it - Përmbanë vetëm një temë

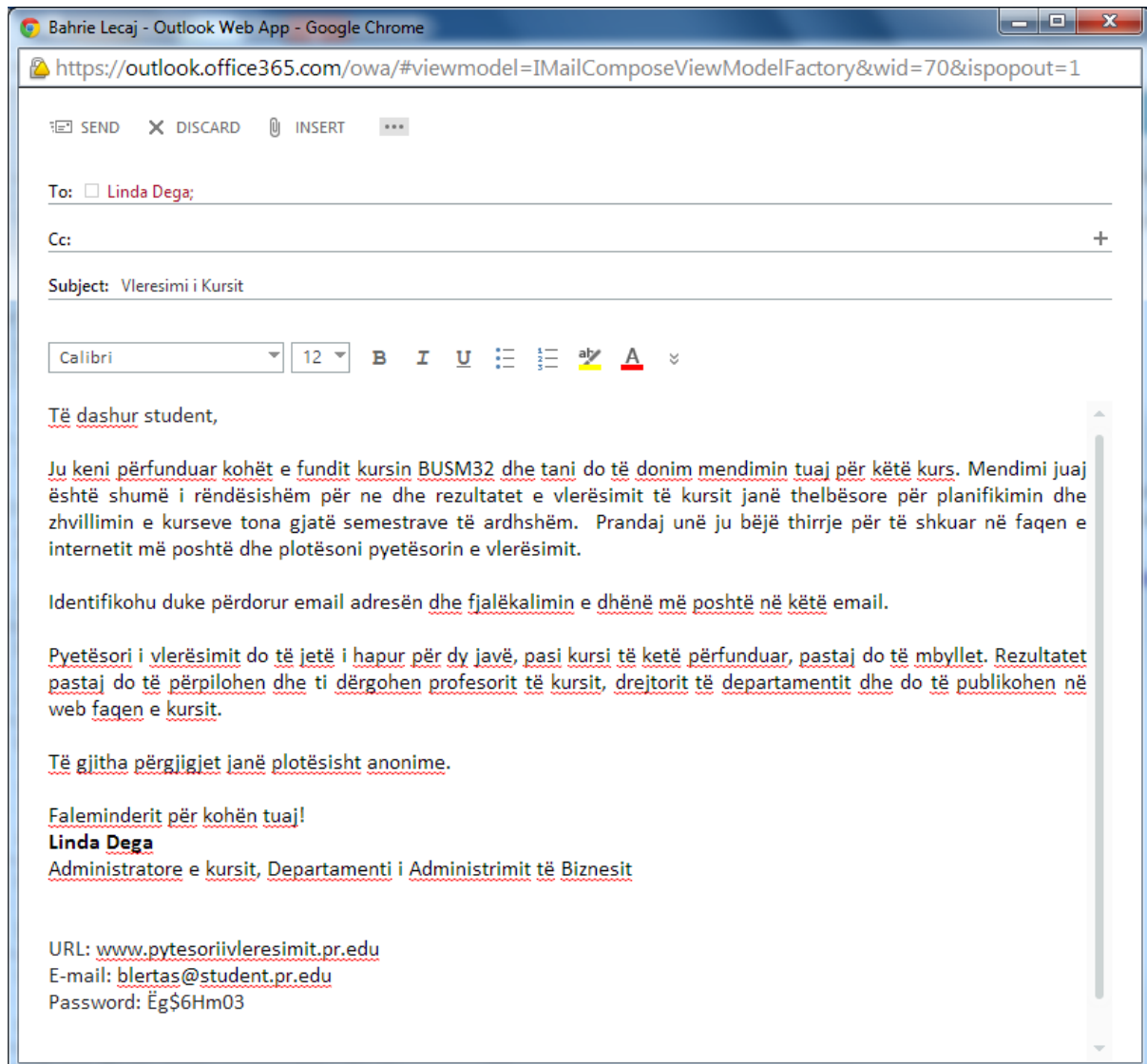
Duhet të keni parasysh se jo gjithmonë mesazhet e shkurta janë efektive, kjo duhet të vlerësohet sipas rastit. Email-i që nuk ka informacionet e nevojshme vetëm sa ju merr kohë më të madhe edhe juve edhe lexuesit. Nëse nuk keni dërguar informacione të mjaftueshme herën e parë, do të duhet të shkruani një email tjetër me pyetje shtesë, sikurse në shembullin në vijim:



Shembulli më poshtë paraqet një email i cili edhe pse është i gjatë dhe ka informacione të shumta, është i shkruar në mënyrë adekuate.

Elementet që kanë kontribuar në qartësinë e email-it janë:

- paragrafi sqarues në fillim të mesazhit ku përshkruan se për çfarë bëhet fjalë në mesazh
- udhëzimet e qarta
- informacionet kanë një rrjedhshmëri logjike
- ka hapësirë mes paragrafëve dhe strukturë të qartë



Toni i mesazhit të jetë i sjellshëm

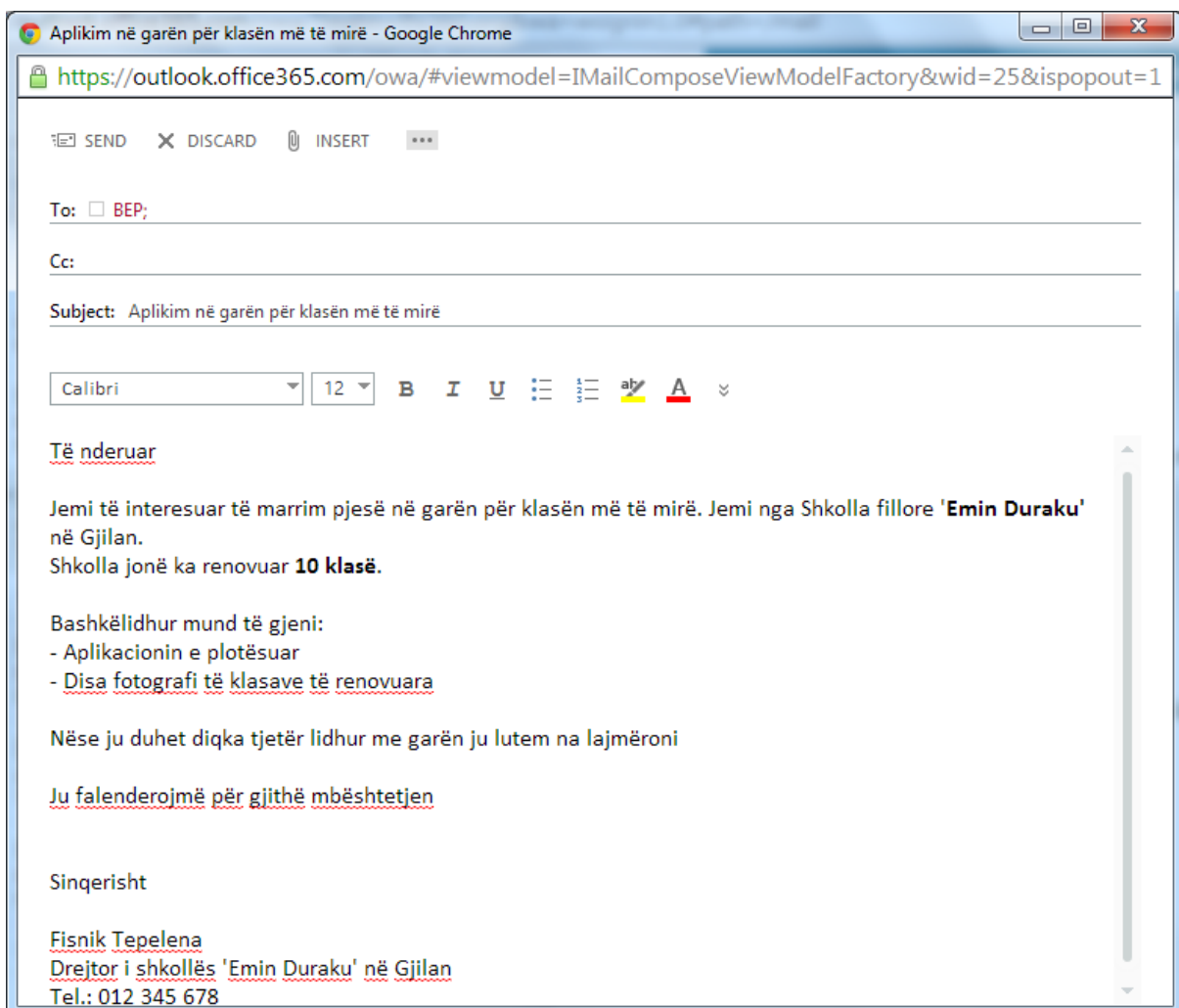
Kur jeni duke komunikuar me email fjalët tuaja nuk përcjellen me gjeste dhe duhet patur shumë kujdes çfarë toni përdoret. Për shembull sarkazmat dhe shakatë zakonisht keqkuptohen në email dhe mund të ofendojnë lexuesin. Mos filloni menjëherë për të shkruar tekst, gjithmonë fillojeni mesazhin me një përshëndetje dhe mbaroni me nenshkrimin tuaj (të dhënat tuaja: Emri, Mbiemri, Numri i telefonit, Email adresa). Nëse nuk jeni të sigurt se si ti

drejtoheni dikujt mund të i drejtoheni zyrtarisht, për të evituar ofendimin, me fjalë si: E nderuara Znj. Krasniqi, I nderuari Profesor Lumi, Përshëndetje I/E nderuar.

Nëse nuk dini emrin e personit që ju drejtoheni, apo nëse email-i i adresohet një grupi të ndryshëm, mund të përdoren:

- Të nderuar anëtarë të bordit të drejtorëve
- Përshëndetje të gjithëve
- Të nderuar konsumatorë
- Të nderuar kolegë

Përmbyllja e mesazhit tuaj është shumë me rëndësi për lexuesin sepse lë të kuptoj se kush është duke kontaktuar. Gjithmonë duhet të shkruhet emri në fund të mesazhit. Nëse nuk e njihni mirë lexuesin gjithashtu duhet të shkruani edhe pozitën dhe emrin e organizatës/kompanisë.



Korigjoheni email-in para se ta dërgoni

Kontrolloni tonin e mesazhit, gramatikën, drejtshkrimin dhe pikësimin. Lexoni me zë të lartë nëse ka nevojë për të parë se a ka ndonjë gabim dhe nëse ndonjë fjali nuk tingëllon në rregull. Nëse ndryshoni diçka në këtë rast e lexoni përsëri.

Disa cilësi të shkrimit të mirë:

1. Përdorimi i gjuhës formale
2. Stili i përshtatshëm
3. Terminologjia plotësisht e përpiktë
4. Gramatika, sintaksa dhe pikësimi i saktë
5. Pjesët e bashkuara rrjedhshëm në tërësinë e tekstit

Keni kujdes në dërgimin e shakave dhe materialeve tjera që nuk kanë të bëjnë me punën:

Mos dërgoni një video me disa mace qesharake tek të gjithë bashkëpunëtorët tuaj, sepse kjo mund të keqkuptohet dhe produktiviteti juaj të mos mirret seriozisht. Shumica e njerëzve nuk e vlerësojnë këtë gjë, dhe preferohet që email adresat e punës të mbahen vetëm për punë.

Email-et e padëshiruara (Junk) dhe viruset

Email-et e padëshiruara apo **Junk email** ("spam") dhe virusët janë të shpeshtë në internet. Edhe pse kompjuterët mund të kenë sistem të mbrojtjes kundër virusëve (antivirus) rekomandohet të ndërmerren këto masa parandaluese:

- Shmang dokumentet e bashkangjitura që duken si të dyshimta nga dërgues të panjohur.
- Fshij email-et që janë në **spam**. Asnjëherë mos u përgjigj në to.
- Të dhënat tuaja kontaktuese i ndanë vetëm me organizatat apo individët e besueshëm, dhe vetëm kur është e nevojshme.

VI. KOMPONENTET KRYESORE TË EMAIL-IT

Një përparësi e email-it është që përdoruesit mund të komunikojnë shpejt dhe lehtë. Për të mos frustruar lexuesit e mesazheve tuaja të mirren në konsiderim disa këshilla logjistike. Në vazhdim shohim se si mund të përdorim në mënyrë të duhur opcionet e email-it.

Subjekti/Tema (Subject)

Subjekti duhet të rrëmbej vëmendjen e lexuesit dhe të tregoj përmbajtjen e email-it.

Para se të shtypni "dërغو" (anglisht: send) ndani pak kohë për të shkruar një titull që me saktësi përshkruan përmbajtjen, duke i dhënë lexuesit një arsye konkrete për të hapur mesazhin tuaj.

Shumica e profesionistëve që marrin 20 ose 50 ose 200 email-e në ditë nuk duan të jenë pjesë e një bisede para-mbrapa; ata duan që të pastrojnë postën e tyre dhe të vazhdojnë për në detyrën e tyre të radhës. Nëse subjekti juaj është i paqartë - ose edhe më keq, në

qoftë se është bosh - ju keni humbur rastin e parë për të informuar ose për të bindur lexuesin.

Subjektet si "Përshëndetje", " Një pyetje " apo " Takimi " nuk janë mjaft informative dhe mund të shkojnë direkt në konton e email-eve të padëshiruara (anglisht: junk). Kur ka nevojë për një veprim të menjëhershëm është mirë që të vendosen fjalët kyçe në subjekt si: 'Portali BEP nuk punon të shtunën, 29 nëntor, prej orës 15:00-16:00', apo 'Agjenda-Takimi i bordit të drejtorëve – konfirmimi deri të Premten'.

Mos harroni - mesazhi juaj nuk është i vetmi në kutinë postare elektronike (anglisht: Inbox) të lexuesit. Një subjekt i qartë do ti ndihmojë një profesionisti të zënë me punë për të vendosur se email-i juaj është i vlefshëm.

Më poshtë shohim disa shembuj të subjektit të mirë dhe jo të mirë:

Subjekti: [[Bosh](#)]

Nëse nuk shkruani një titull në email-in tuaj, kjo mund të interpretohet se vetëm emri juaj mjafton për ti treguar lexuesit se mesazhi juaj është me rëndësi. Kjo bie të jetë arrogante ose në fund të fundit e pamenduar. Përfito nga rasti për ta bërë lexuesin e mesazhit të mendojë në lidhje me mesazhin edhe para se ta hap atë.

Subjekti: " [E rëndësishme! Lexoni Menjëherë!](#) "

Ajo që është e rëndësishme për ju mund të mos jetë e rëndësishme për lexuesit e mesazhit tuaj. Në vend që furishëm të njoftoni se përmbajtja e fshehtë e mesazhit tuaj është e rëndësishme, shkruani një titull informativ që në fakt komunikon të paktën thelbin e asaj që ju mendoni është aq e rëndësishme: " Urgjente: Të gjitha makinat të largohen nga parkingu deri në orën 10 sepse do të punohet në atë vend"

Subjekti: " [Pyetje të shkurtë](#) "

Nëse pyetja është e shkurtë, pse të mos shkruani vet pyetjen në rreshtin e subjektit?

Subjekti: "[Siç jemi marrë vesh të premten](#)"

Pjesërisht më mirë - me kusht që lexuesit të email-it i kujtohet çfarë jeni marrë vesh të Premten.

Subjekti: "[Dokumentin që ma keni kërkuar](#)"

Nëse jeni të sigurt se lexuesi i mesazhit do të njoh adresën tuaj të email-it, dhe me të vërtetë është duke pritur një dokument nga ju, atëherë ky subjekt është në rregull. Por mbani në mend se shumë përdorues të email-it marrin virus që janë të ngarkuar në mesazh përmes titujve të paqartë si ky. Sa më specifik që jeni, aq më shumë do të keni mundësi që mesazhi juaj të arrij te lexuesi pa u ndaluar nga bllokuesit e email-ave të padëshiruara (anglisht: spam-blocker).

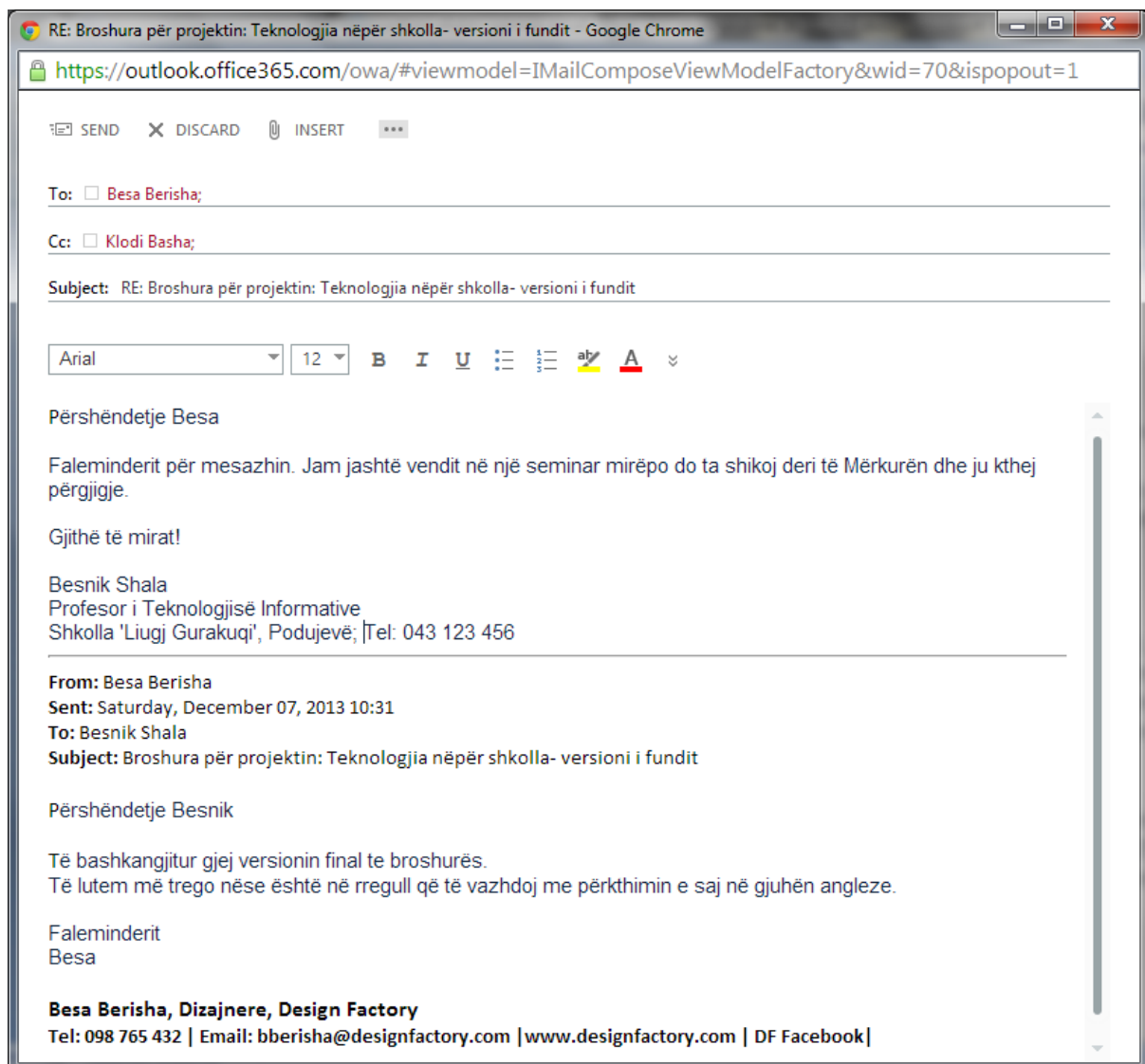
Subjekti: "[Ora 10 e konfirmuar për të premten ... a do të kemi nevojë për një sallë më të madhe?](#) "

Pas leximit të këtij subjekti informativ lexuesi menjëherë fillon të mendojë në lidhje me madhësinë e sallës, dhe jo nëse do të duhet të hap email-in apo jo.

Përgjigjja (Reply)

Email-i nuk kërkon përgjigje të menjëhershme, por një përgjigje e vonuar mund të interpretohet si mungesë respekti, dhe një përgjigje e shpejtë (brenda 1-2 dite) tregon kujdes ndaj mesazhit dhe dërguesit. Nëse nuk e keni përgjigjen në atë moment, apo email-i është i komplikuar duhet lajmëruar bashkëbiseduesin se nuk e keni harruar dhe se jeni duke i kushtuar vëmendje mesazhit të tij/saj. Me këtë tregoheni profesionalist, të kujdesshëm dhe të vëmendshëm.

Në shumë organizata apo kompani është rregull që përgjigjet në email duhet të dërgohen brenda 24 orëve, dhe mundësisht brenda dite.



Përgjigje të gjithëve (Reply All)

Përdoreni opcionin **Reply all** kur keni nevojë të ju përgjigjeni të gjithëve dhe kur përgjigjen tënde kanë nevojë ta shohin të gjithë.

Mirëpo nëse vetëm dërguesi i mesazhit ka nevojë të dijë përgjigjen nuk përdoret ky opcion për shembull në rastet kur ju duhet të falenderoni dikë, apo keni një pyetje specifike për dërguesin.

Nënshkrimi (Signature)

Krijoni një Nënshkrim për ta vendosur në fund të mesazheve tuaja në email. Në këtë mënyrë, lexuesi nuk ka nevojë të kërkojë diku tjetër apo me anë të një email-i tjetër informacione shtesë për ju, për shembull numrin e telefonit. Në shumicën e organizatave apo kompanive është rregull e tyre që çdo punëtorë duhet të ketë nënshkrimin automatik në email adresat e tyre, dhe si i tillë ky dërgohet automatikisht me çdo email.

Nënshkrimi duhet të përmbajë: Emrin dhe Mbiemrin, Pozitën, Emrin e kompanisë/organizatës, detajet kontaktuese alternative (adresa të jetë në një linjë ose 2 maksimum), detajet e organizatës/kompanisë (psh: veb-faqja, llogaria në twitter ose facebook) dhe numrat kontaktues (Telefoni, Fax).

Shembuj të nënshkrimit:

Agron Shala
Profesor i Gjuhës Agleze
Shkolla fillore "Zenel Hajdini"
Prishtinë

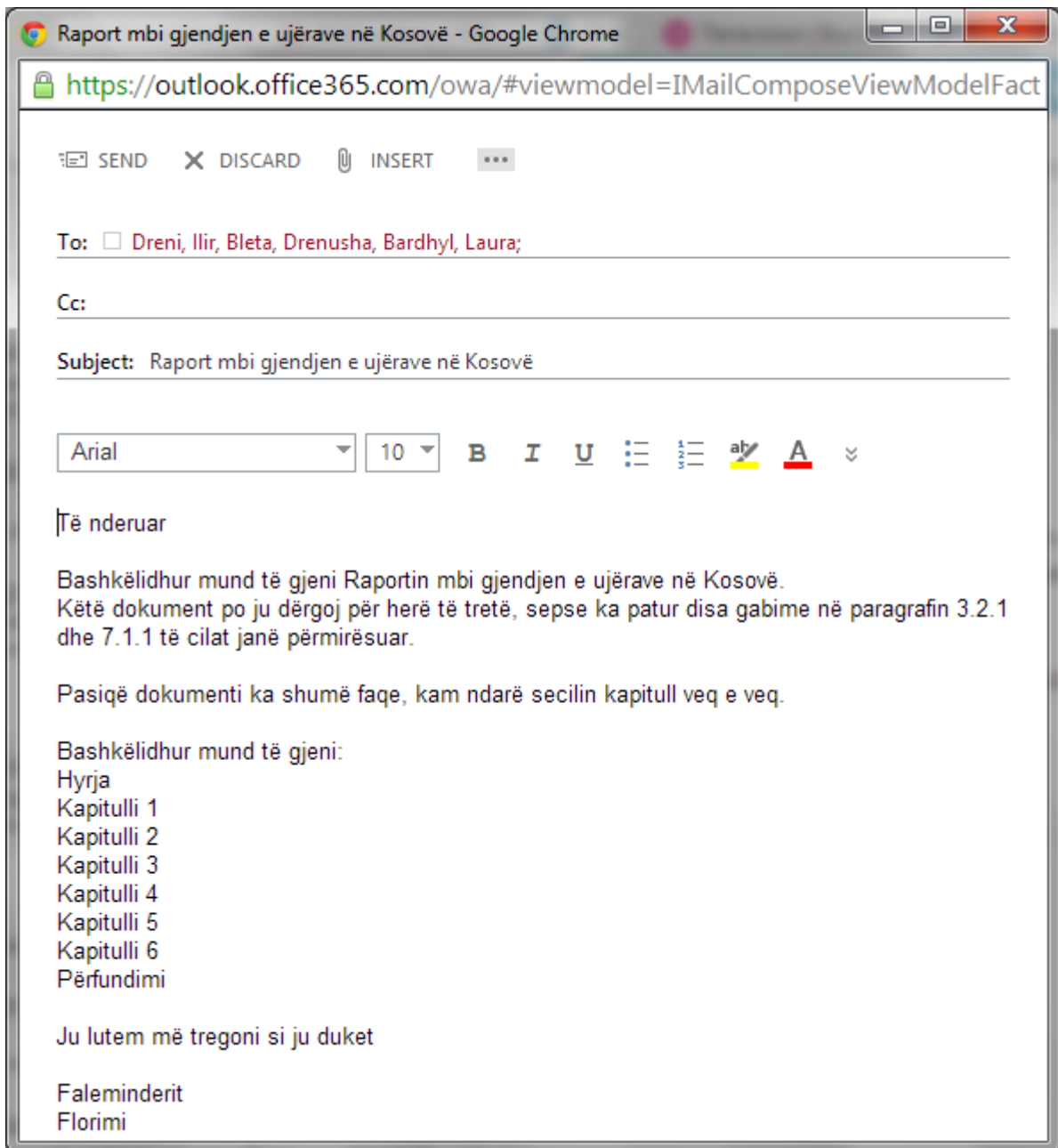
Teuta Berisha
Drejtoreshë e Përgjithshme
TB & Associates
Email: tberisha@tbassociates.com
Tel.: 038 123 456; www. tba.com

Dokumentet e bashkëlidhura (Attachments)

Bashkëlidhja e dokumenteve në një email është një mundësi shumë e mirë, por nuk duhet tepruar me të. Ja disa udhëzime që duhet të mirren parasysh para se të vendosim të bashkëlidhim një dokument:

- Bashkëlidh dokumentet në formate standarde nëse nuk e njihni bashkëbiseduesin, nuk jeni në dijeni se a përdor Microsoft Word dhe se a e hap dokumentin në një kompjuter. Ai/Ajo mund të lexoj emailin-in tuaj nga një smartphone ose një tabletë, kështu që konvertimi i tyre në *PDF* do të jetë versioni më i duhur për ta bashkëlidhur.
- Sikurse kur përdorim fax apo thirrje telefonike ne konfirmojmë marrjen e mesazhit ashtu duhet të konformoni që dokumentet e bashkëlidhura kanë arritur në formatin e duhur, të lexueshëm. Këtë mund ta kërkonin edhe përmes email-it, apo mund ta thërrisni në telefon më pastaj varësisht rëndësisë së dokumenteve të bashkëlidhura.
- Shumica e llogarive të email-eve zyrtare kanë të kufizuar hapësirën e ruajtjes. Përveç kësaj, email-et e gjata mund edhe të kthehen mbrapa, ose janë shënuar si *spam*. Për këtë arsye, duhet shmangur bashkëlidhja e fotografive dhe dokumenteve të gjata në një email zyrtar përveç nëse është absolutisht e nevojshme. Në rast kur duhet të dërgohet një dokument i gjatë mund ta përdorenin opcionin **zipp**.

- Gjithashtu rekomandohet që në vend që të bashkëlidhni një dokument që është shumë i gjatë, më mirë do të ishte të kopjoni pjesë të tekstit që janë me rëndësi apo pjesë të ndonjë dokumenti që janë produktive.
- Nëse keni për të dërguar një dokument shumë të gjatë rekomandohet që lexuesi të lajmërohet poarapakisht. Mund ta ndani dokumentin në më shumë se një email nëse është e nevojshme. Duhet të jeni të vetëdijshëm që disa persona nuk hapin fare dokumentacionin e bashkëlidhur nëse nuk e keni lajmëruar paraprakisht sepse shqetësohen për shkak të virusëve. Dokumentet e bashkëlidhura bartin shumë virus.



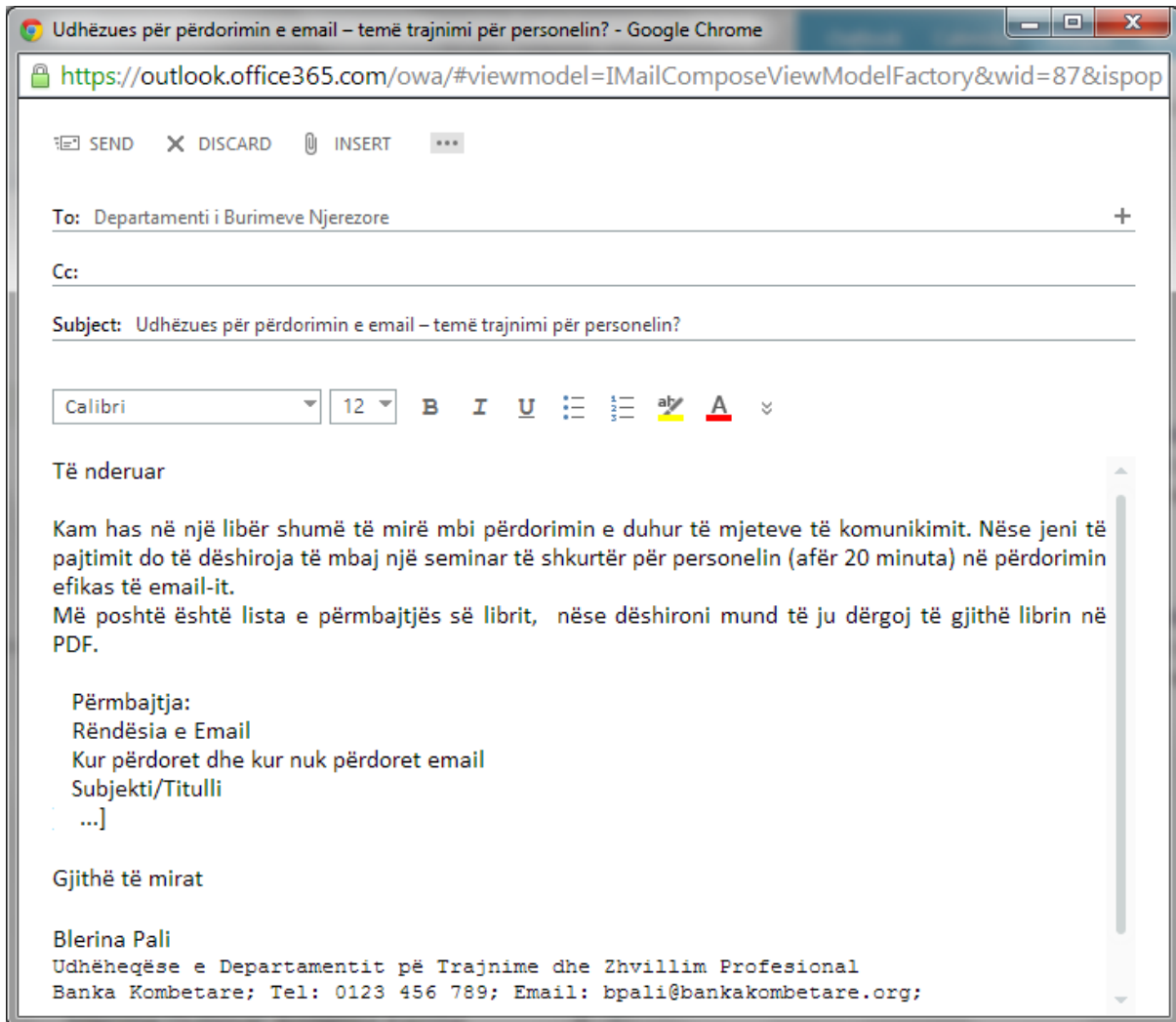
Çfarë mund të supozojmë nga ky mesazh:

- Është hera e tretë që dërgohet raporti i njejtë

- Kapitujt janë të ndarë veq e veq
- Janë bërë dy ndryshime, të cilat ceken

Nëse janë bërë vetëm dy ndryshime në tërë raportin, dhe ky raport veqse është dërguar edhe dy herë të tjera më parë, atëherë pse të dërgohen të gjithë kapitujt përsëri?

Vetëm kapitujt me ndryshime do të mjaftonte. Gjithashtu nuk është nevoja që të përmendet secili kapitull, mund të shkruhet për shembull: *Bashkëlidhur mund të gjeni kapitujt 1-6.*



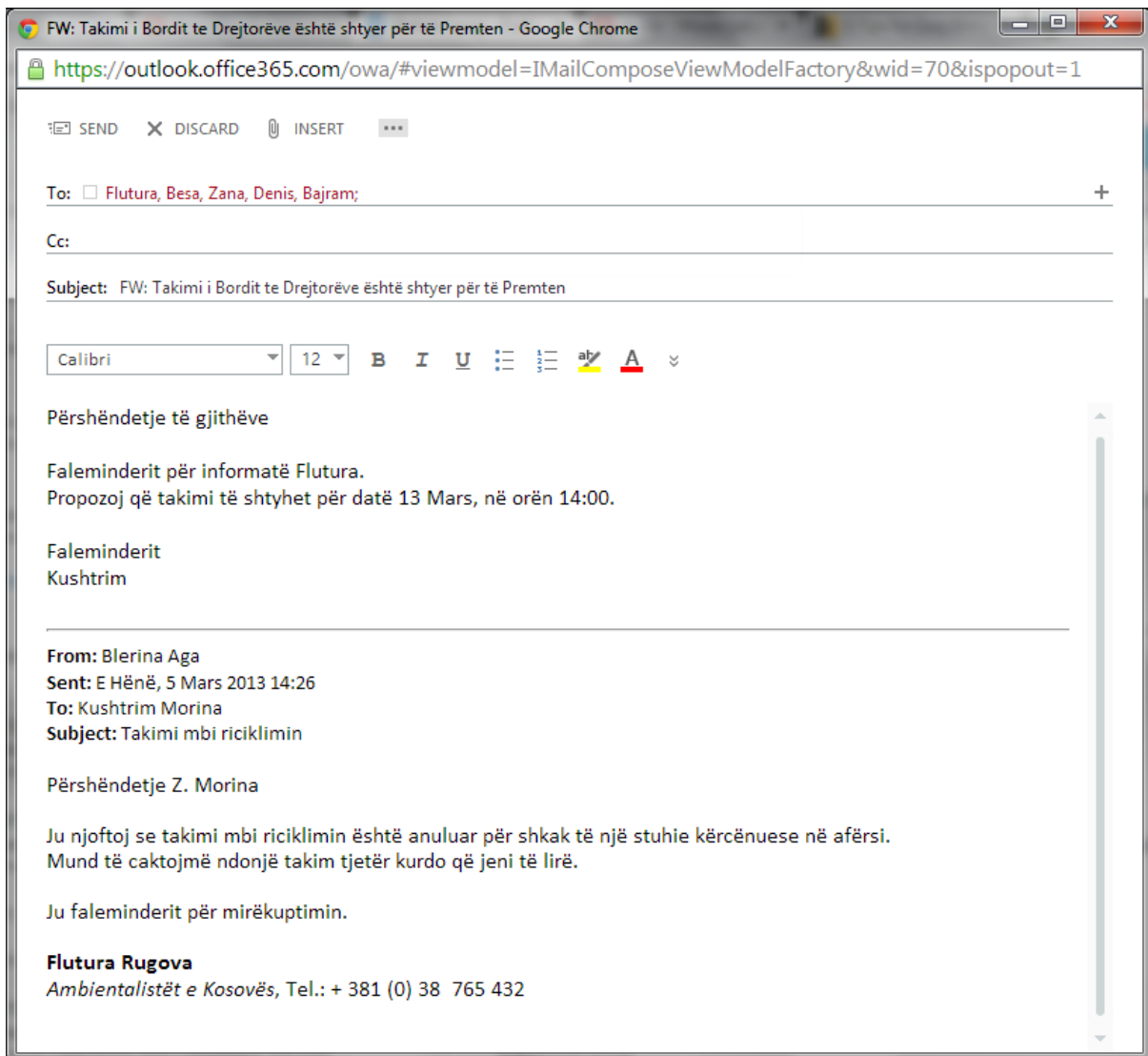
Çfarë supozojmë nga ky mesazh?

- Dërguesi nuk bashkëlidh gjithë dokumentin para se të marrë konfirmimin nga lexuesi (lexuesi mund të mos jetë i interesuar për dokumentin në fjalë)
- E kursen lexuesin nga mundësia e dërgimit të virusëve
- Nuk i mbush postën elektronike lexuesit, për më tepër lexuesi mund të mos ketë hapësirë të majftueshme në **Inbox**-in e tij/saj.

Përcellja e porosisë (Forward)

Përcjellja e mesazheve përmes email-it ju lejon që të përcjellni informacionin tek të tjerët. Për shembull, ju merrni një mesazh që takimi mbi riciklimin është anuluar për shkak të një

stuhie kërcënuese. Ju pastaj mund të shtoni tekstin tuaj nëse është e nevojshme, ndoshta për të caktuar një takim tjetër, dhe përcjell mesazhin të të gjithë në grup. Nëse nuk keni për të shtuar diçka në email mund ta përcjellni mesazhin edhe vetëm me një shkrim si: shih email-in më poshtë ose diçka të ngjajshme.

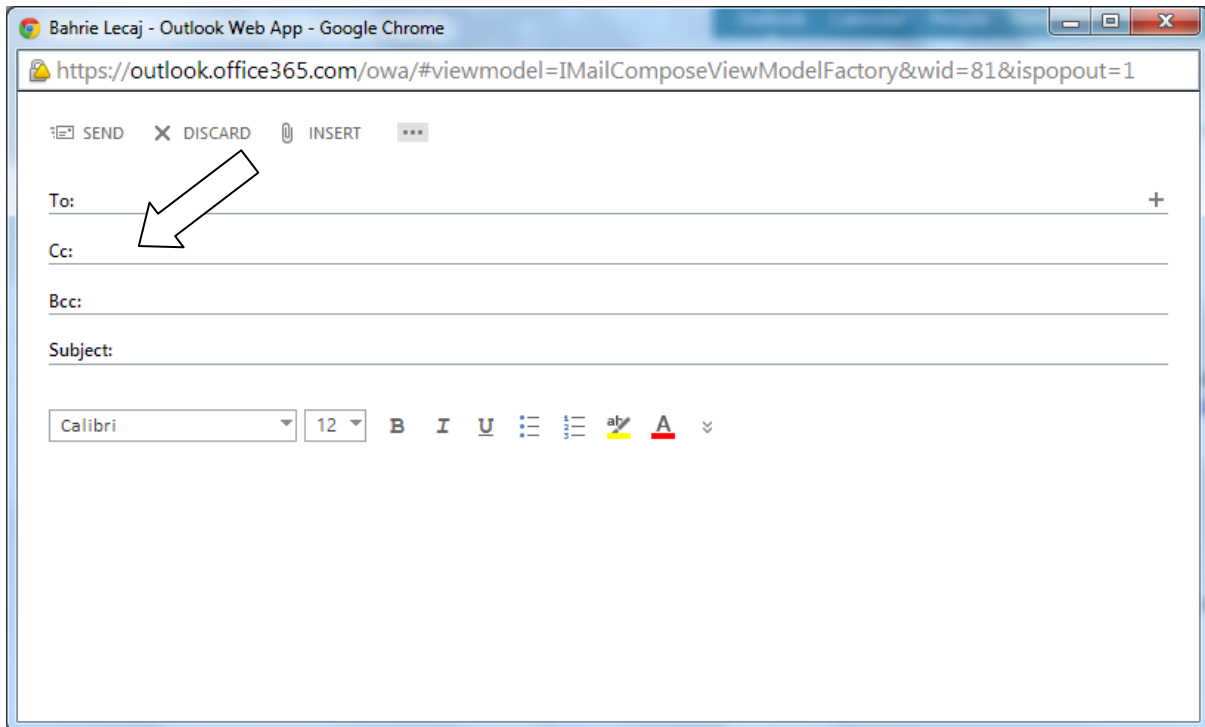


Kopje (Carbon Copies) apo 'cc'.

Edhe email-at kanë opcionin e kopje karbonit apo **cc**. Kjo kopje ju lejon që të dërgoni një kopje të email-it dikujt tjetër. Kopja dërgohet në të njejtën kohë si origjinali, gjë që ndryshon nga përcjellja e mesazhit (**Forward**). Personat e kopjuar në email-in origjinal mund të shohin se kush tjetër është i kopjuar në email.

Psh: Nëse jeni duke punuar së bashku në një manual dhe njëri nga ju dërgon email mbikqyrësit për rishikim, i gjithë grupi që punojnë së bashku duhet të jetë në **cc**.

Në këtë kopje përfshihen vetëm personat që kanë shprehur interes për këtë çështje, personat që duhet të jenë të informuar ose mund të ndihmojnë. Nuk duhet mërziur dikush tjetër.



Kopje e fshehur (Blind Carbon Copies) apo “Bcc”

Kur dërgojnë email disa vendosin të gjithë email adresat në fushën **To** (Për). Kjo paraktikë ka dy të meta: 1) lexuesi e di që email-i i njejtë i është dërguar një numri të madh të lexuesëve, dhe b) jeni duke publikuar email adresën e dikujt tjetër pa lejën e tyre.

Një mënyrë për të evituar këtë është për të vënë të gjitha adresat në fushën **Bcc**. Megjithatë, lexuesi e sheh vetëm email adresën në fushën **To**, dhe nëse kjo lihet zbrazët mund të duket si email i padëshiruar (anglisht: Spam). Në këto raste zakonisht shkruhet email adresa e dërguesit në fushën **To**, ndërsa gjithë të tjerat në **Bcc**.

Pra, për dallim nga kopja **cc** në kopjen **Bcc** personat e kopjuar në email nuk shohin njëri tjetrin. Për shembull, nëse i dërgon një vërejtje njërit nga kolegët dhe e fusni mbikqyrësin në Bcc që të jetë në dijeni për këtë, kolegu nuk mund ta shoh që mbikqyrësi është i kopjuar në email.

VII. PËRMBLEDHJE

Email-i është një mënyrë jashtëzakonisht efektive dhe e përshtatshme e komunikimit. Megjithatë, ka raste kur është shumë më e përshtatshme të diskutohen gjërat personalisht ose me telefon ose ballë për ballë. Nëse dëshirojmë që të përcjellim porosinë tonë tek lexuesi dhe të marrim përgjigjen që presim, janë disa rregulla të cilave duhet të ju përmbahemi. Sikurse mesazhi i shkurtë, i lexueshëm dhe që kuptohet lehtë ashtu edhe mirësjellja kanë rëndësi të madhe kur shkruajmë email.

Si rregull e përgjithshme email-et duhet të adresohen personalisht dhe përmbajtja duhet të jetë relevante për lexuesin. Filloni dhe përfundoni çdo mesazh me një përshëndetje të duhur dhe mos harroni të thoni ju lutem dhe faleminderit. Kini kujdes të mos paraqiteni si tepër të afërt me lexuesin, sidomos nëse ata janë të huaj.

Çdo email që ju të dërgoni shton, ose ia ul vlerën reputacionin tuaj. Nëse email-i juaj është i pa organizuar dhe i mbushur me gabime, lexuesit do të jenë të prirur të mendojnë për ju si një person të pa organizuar dhe të pakujdesshëm. Opinione të tjerë kanë rëndësi dhe në botën profesionale perceptimi i tyre për ju do të jetë kritik për suksesin tuaj.

Edukoni kolegët tuaj, bashkëpunëtorët dhe miqtë, për të përdorur email si një kanal preferues për të komunikuar me ju, dhe ju do të kurseni shumë kohë dhe do të rrisni produktivitetin në punë.

LITERATURA E SHFRYTËZUAR

“*Email Etiquette*”, në dispozicion online në: <http://www.emailreplies.com>, [qasja në dokument është bërë më 29 Nëntor 2013]

Gene Wicker Jr, I will follow services (1998) “*Email Etiquette*”, në dispozicion online në: <http://www.iwillfollow.com/emaiiletiquette.pdf>, [qasja në dokument është bërë më 28 Nëntor 2013]

“*Writing Effective Emails*” në dispozicion online në: <http://www.mindtools.com/CommSkill/EmailCommunication.htm>, [qasja në dokument është bërë më 29 Nëntor 2013]