

Module « Communication et Expression : les Fondamentaux »



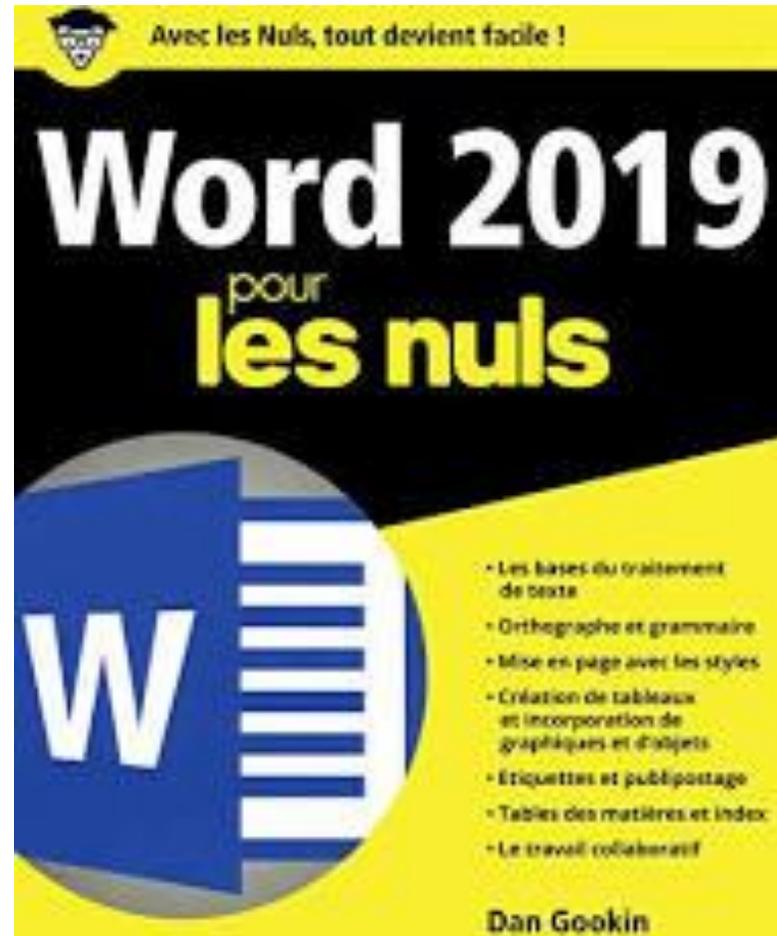
Cycle 3: Normes et formes, les écrits professionnels basiques



Bibliographie: *Les 5 clés des écrits professionnels efficaces*, Elisabeth Rochefort
Tous les écrits professionnels Jean-Patrick Beaufreton, *Rédaction claire*, Anne Vervier, Openclassrooms, Denis Pellicer

09/01/2023

Le prérequis essentiel!



Une maîtrise parfaite des logiciels de traitement de textes

Déroulé du cycle

- **Séance 6 : Comment rédiger des écrits professionnels.**
Objectif? Cible? Format? Contenu? Mise en pratique
- **Séance 7: Les normes de rédaction des écrits professionnels**
(rapport et slides)
- Mise en pratique
- **QUIZ sur les séances 6 et 7 : note**
- **Evaluation du cycle: QCM + rapport intermédiaire de projet 50%-50%**

Introduction

Au sein des entreprises mais aussi des cursus étudiants et stages, l'écrit reste le vecteur principal de communication. Mais on peut parfois se sentir démuni face à toutes les règles à respecter... Les écrits restent très **codifiés, même si les emails s'échangent très facilement.**

- **Il faut donc apprendre à rédiger correctement et efficacement vos écrits dans le cadre professionnel ! Cela vous permettra de montrer votre maîtrise du sujet et vos compétences en communication.**

Introduction

- **Objectif pédagogique:** préparer vos écrits en définissant des **objectifs**, une **cible** et un **format**
- **Structurer** vos idées et **hiérarchiser** l'information
- **Développer** un raisonnement
- **Adapter la rédaction** de votre texte en fonction du format choisi
- **Travailler votre mise en page:** normes!

Fixer des objectifs

- **Définissez votre objectif:** que souhaitez vous faire passer comme message à la personne à laquelle vous vous adressez par écrit ?
- **Les objectifs peuvent être multiples :**
 - présenter des résultats, des évènements
 - transmettre une position de l'entreprise sur un sujet
 - réaliser une réclamation
 - informer, former, expliquer
 - solliciter des informations, des actions
 - donner des instructions

Dépendront de votre objectif :

- **Le support utilisé** : nous n'envoyons pas, par exemple, une lettre pour demander l'horaire d'une réunion à un collègue.
- **Les choix rédactionnels** : nous ne nous adressons pas, par exemple, de la même manière si on demande une information ou si on répond à une réclamation.

Associer un support à un objectif donné

- **Si votre objectif est de donner des instructions**, privilégiez une note d'instructions ou note de service. Cela favorisera la conservation des informations et entraînera une possible réutilisation. Par exemple, une note d'instructions comptables peut être réutilisée chaque année avec une légère actualisation.
- **Si votre objectif est de rapporter des faits**, privilégiez un compte-rendu. Par exemple, un compte-rendu de réunion permet de retrouver le contenu d'une réunion et de garder une trace des décisions et des débats.

- **Si votre objectif est d'informer, privilégiez un email.** Cela sera plus souple et évitera d'encombrer ultérieurement les dossiers ou le serveur informatique avec des informations qui ne seront peut-être plus d'actualité très rapidement.
- **Si votre objectif est de réaliser une réclamation,** privilégiez une lettre. Cela donnera un caractère plus formel et vous permettra en plus d'assurer une meilleure traçabilité de l'envoi. Par exemple, pour une réclamation en matière d'impôts, une lettre recommandée avec accusé de réception est nécessaire.

Quels choix rédactionnels?

- **La définition de l'objectif est primordiale car elle constitue votre « feuille de route » également pour vos choix rédactionnels, du début jusqu'à la fin du texte.**
- Cela concerne notamment le choix de la formule de politesse, c'est-à-dire la formule écrite qui sert à terminer un écrit de façon polie.
- **Exemples :**
- Si votre interlocuteur vous a **fourni des informations** et que vous souhaitez un complément d'information, commencez par remercier poliment votre interlocuteur pour les premières informations déjà communiquées. Cela l'encouragera à continuer à coopérer.

- Si vous interlocuteur **vous adresse une réclamation**, commencez votre réponse par « Nous comprenons votre mécontentement ». La prise en compte de son mécontentement apaisera votre interlocuteur.
- Si vous souhaitez **une action de la part de votre interlocuteur**, privilégiez la formule de politesse suivante : « Je vous remercie par avance ». Nous reviendrons ultérieurement sur le choix de la formule de politesse

Identifiez votre cible

Identifier votre cible. Cela vous permettra aussi de choisir le support ainsi que les choix rédactionnels.

- **Identifiez les types de destinataires**
- Les écrits professionnels peuvent être destinés à l'interne ou à l'externe de l'entreprise/école.
- **Les destinataires internes**
- Les écrits destinés à l'**interne** de l'entreprise/école sont notamment :
- les rapports internes
- les emails qui donnent des consignes de travail ou font le point sur l'organisation
- les notes d'instructions pour projets et associations

- **Les destinataires externes**
- Les écrits destinés à l'externe de l'entreprise/écoles sont notamment :
 - les lettres
 - les emails
 - les communiqués d'associations et publicités
 - les écrits destinés à être diffusés sur le site institutionnel de l'entreprise/écoles ou sur les réseaux sociaux (Twitter, LinkedIn, Facebook, etc.).
Pensez vie associative
- **Les écrits destinés à l'externe doivent être particulièrement soignés.**
Il faut en effet éviter à tout prix de donner une mauvaise image de votre entreprise à travers des documents inadaptés ou contenant des erreurs !

Adaptez l'écrit à la cible

- **Personnalisez votre écrit**
- **Personnalisez au maximum** votre écrit professionnel, surtout lorsqu'il s'agit d'un email. L'interlocuteur sera beaucoup plus **impliqué** ! En fonction de la cible, adaptez notamment la **formule d'appel**, c'est-à-dire les premiers mots de votre écrit professionnel
- **Pour les premières phrases**, commencez si possible par la **formule** « Comme convenu / Comme évoqué lors (...) », cela permet de personnaliser votre message et de replacer le contexte, ce qui aidera votre interlocuteur à saisir plus rapidement les enjeux
- **Privilégiez un langage standard** et compréhensible par tous. Cela évitera de commettre des impairs notamment orthographiques!

Cible directe/Cible indirecte

- **Soyez vigilant à la cible directe** (le ou les destinataires de votre écrit professionnel) **mais aussi à la cible indirecte** (les personnes susceptibles d'avoir accès à votre écrit professionnel).
- En effet, votre écrit professionnel pourrait se retrouver entre les mains d'une personne **qui n'était pas le destinataire à l'origine** (du fait d'un transfert de mail par exemple).
- Cela vous évitera de commettre une **maladresse**, comme par exemple diffuser des informations sensibles ou adopter un **ton qui n'est pas adapté**.
- **Adaptez les premières lignes** à votre destinataire
- Afin d'anticiper comment va être reçu votre écrit professionnel, mettez-vous dans la peau de votre interlocuteur.

Que veut votre cible?

- **L'interlocuteur souhaite un texte clair**, c'est-à-dire qui ne nécessitera pas d'effort de compréhension de sa part. Faites donc preuve de pédagogie.
- **L'interlocuteur ne souhaite pas devoir fournir un effort de recherche** d'informations complémentaires lorsqu'il recevra votre écrit. Votre document doit donc être concis mais complet.
- Enfin, vous devez vous interroger avant d'écrire **sur les raisons qui pousseront votre lecteur à passer du temps à vous lire** : va-t-il s'informer ? Être en mesure de décider d'une action à mener ? Apprendre quelque chose ? Vérifiez donc que votre écrit correspond à son besoin.

Exemple

Commencez par une synthèse adaptée aux besoins spécifiques de votre lecteur avant d'indiquer les développements nécessaires pour communiquer une information exacte et complète.

- **Exemple de synthèse en introduction :**

« Bonjour Mathieu,

Comme évoqué lors de la réunion du 12 mars dernier, je reviens vers toi concernant la possibilité d'obtenir une réduction d'impôt mécénat pour les dons réalisés en 2017.

Les dons effectués en 2017 pourront donner lieu à application d'une réduction d'impôt mécénat, à hauteur de 60 % du montant des dons effectués.

Les conditions de fonds et de forme à respecter sont les suivantes :

(...)

Bien cordialement,

Thomas ».

09/01/2023

Comment choisir le format le plus pertinent?

- **En fonction de votre objectif et de votre cible**, vous devez choisir le format le plus **pertinent**, c'est-à-dire le format qui vous permettra de communiquer de manière **fluide**, mais aussi de **capitaliser sur votre travail**, en vue d'une possible réutilisation.
- Il existe **plusieurs types de format** que nous allons détailler durant votre cursus :
 - la note de service ou note d'instructions
 - la note d'information
 - la note d'analyse
 - la note de synthèse
 - le compte-rendu

Caractéristiques pour chaque format

- **La note de service ou note d'instructions**
- Une note d'instructions est un document écrit qui retrace un processus interne à l'entreprise, un mode de fonctionnement. La note d'instruction aura pour but de matérialiser à l'écrit des pratiques ou des positions de l'entreprise. Cela permet de mettre en place des process et contribue ainsi à la bonne gestion de votre entreprise. Ces informations ont vocation à rester un certain temps dans l'entreprise, c'est pourquoi ils diffèrent d'une simple note d'information.

La note d'information et la note d'analyse

- **Une note d'information** est un document écrit qui transmet une information dans le cadre des activités de l'entreprise. Elle pourra être transmise par email ou via l'intranet ou la messagerie interne de l'entreprise.
- **Une note d'analyse** est un document écrit qui permet de retracer une analyse effectuée sur un sujet donné. La note d'analyse est souvent rédigée par des spécialistes au sein de l'entreprise.
- **Privilégiez, pour les questions récurrentes que vous recevez, une note d'analyse plutôt qu'un email.** Cela favorisera une réutilisation possible. Par ailleurs, une note d'analyse peut être conservée plus facilement par le destinataire qui évitera de vous poser la même question ou ciblera sa question.
- **Plutôt que de demander une analyse complète,** votre interlocuteur ne demandera qu'une confirmation ou une précision par mail

La note de synthèse

- **La note de synthèse** est un écrit professionnel qui vise à résumer de manière synthétique et ordonnée plusieurs documents, soit sous forme de texte, soit sous forme de représentations (schémas).
- **L'objectif de la note de synthèse** est donc de faire du gagner du temps au lecteur qui pourra s'y référer pour avoir une vue d'ensemble sur l'intégralité des documents.

Le compte-rendu

- **Le compte-rendu de réunion** est un écrit professionnel interne qui relate de façon plus ou moins détaillé (selon sa forme) le contenu d'une réunion auquel le rédacteur a assisté.
- **Le compte-rendu peut prendre plusieurs formes :**
- **Le compte-rendu chronologique** suit un plan linéaire, en retraçant l'intégralité des échanges oraux. Il n'est utilisé que lorsqu'il est important de mettre en évidence les positions individuelles de chacun des intervenants.
- **Le compte-rendu synthétique** reconstruit l'ensemble des interventions de manière résumée. Le rédacteur réalise donc un travail de synthèse. Il supprimera notamment la mention de la personne auteure de l'intervention orale.
- **Le compte-rendu synoptique** est un compte-rendu réalisé sous forme de tableau. Le compte-rendu suit un plan thématique et est rédigé de manière très synthétique.

Le compte-rendu : objectifs et contenu

- Il sert à **laisser une trace écrite d'une situation vécue en entreprise**. Le plus souvent, il s'agira donc d'une réunion.
- Il sert aussi à constituer un **outil de travail partagé**, c'est-à-dire un document de référence partagé par tous afin de **valider une compréhension** identique de la situation vécue par l'ensemble des participants.
- Enfin, il permet de partager les informations communiquées avec les **personnes absentes**.
- Vous devez **reformuler les propos, tant qu'ils restent fidèles aux propos** tenus à l'oral.
- **Tâchez de ne pas oublier les détails** (chiffres, dates évoquées) car ce sont souvent ce type d'informations que vont chercher les interlocuteurs lorsqu'ils relisent les comptes rendus.

Distinguez le compte-rendu et le rapport

- Deux formats peuvent être confondus : le compte-rendu et le rapport. Voici des éléments pour les distinguer.
- **Le compte rendu :**
- Le compte-rendu est un **document objectif** n'engageant son rédacteur que sur la qualité de la forme (la rédaction, la mise en page), mais pas du fond. ;
- Le compte-rendu sert à **reformuler de manière plus synthétique** un contenu exprimé oralement généralement ;
- Le compte-rendu sert à transmettre des informations **de manière neutre**. Les qualités que vous devez développer pour rédiger des comptes rendus de qualité sont donc l'écoute, la neutralité et l'esprit de synthèse.

Le rapport

- Un rapport est un document qui **engage la responsabilité personnelle** de son rédacteur **sur le fond et sur la forme** ;
- Un rapport un document qui permet de développer une analyse autour d'une problématique définie ;
- Un rapport contient une analyse personnelle d'un sujet. Il peut par exemple permettre de proposer des pistes de résolution du problème ;
- Un rapport permet de réaliser **une argumentation dans le but de convaincre.**

Rapport: contenu

- Vous devez éviter les doublons et tâcher d'être synthétique. Le rapport doit présenter une **analyse détaillée et argumentée**. Ce n'est pas pour autant qu'il faut faire du verbiage, c'est-à-dire un discours avec une abondance de paroles qui disent peu de choses
- **Vous devez insérer des images** pour illustrer des propos complexes, commenter les chiffres et rompre ainsi la monotonie de la lecture du texte

Objectif, cible et format choisis? Rédaction en action. Etape 1: rassemblez les informations

- Dans un premier temps, **vous devez rassembler toutes les informations concernant le sujet** que vous allez évoquer dans votre écrit professionnel.
- Si les sources sont d'un même format et qu'il n'y en a pas trop, **vous pouvez les réunir dans un document unique.**
- Si les sources sont multiples et de différents formats, vous pouvez **les réunir sous un même dossier.**
- **Gardez bien toutes ces informations au même endroit pour pouvoir y accéder au fur et à mesure de votre rédaction !** C'est également important de garder une trace une fois votre écrit rédigé pour pouvoir y revenir par la suite sans passer du temps à retrouver les informations, par exemple si quelqu'un vous demande des précisions ou la source de vos éléments.

Etape 2: Sélectionnez les informations utiles au destinataire

- **Sélectionnez donc uniquement les informations utiles à votre destinataire.** Vous pourrez compléter ensuite si besoin.
- **Dans un contexte professionnel, chaque interlocuteur reçoit beaucoup d'informations quotidiennement.** Vous devez donc trier les informations et ne lui communiquer que ce qui est important pour lui. Rien de plus énervant en effet que de recevoir un email contenant beaucoup d'informations qui ne nous concernent pas directement !
- Par exemple, si votre entreprise est implantée sur plusieurs sites, inutile de communiquer à l'ensemble des sites des informations qui ne concernent qu'un site en particulier !

Etape 3: Adaptez l'information

- **Vous devez également adopter le style de vocabulaire** selon l'expertise de votre interlocuteur. Vous avez sans doute une spécialité, mais ce n'est pas forcément la même que celle de celui à qui vous adressez un écrit !
- **Pas de mot technique ni de jargon** si vous vous adressez à la direction ou à un membre d'une autre équipe. Relisez-vous bien en essayant d'expliquer les choses de manière la plus simple possible. Si vous devez passer par un vocabulaire spécifique, expliquez-le bien.

Etape 4: Organisez l'information

- Afin d'être efficace, **les informations doivent être ordonnées** et présentées dans une **certaine logique**. Vous devez donc **réaliser un plan**. En effet, même si votre écrit est rédigé dans une grammaire et dans un style parfait, l'interlocuteur sera perdu si les idées s'enchaînent sans lien et sans suite logique !

Plusieurs types de plans possibles

- **Le plan chronologique:** peut être utile dans un compte-rendu par exemple car il permet de rapporter la chronologie des faits.
- **Le plan thématique:** est utile lorsque vous devez examiner différents angles d'un sujet
- **Exemple :**
 - « L'entreprise BUTEX a décidé de renouveler l'ensemble de son parc informatique sur le site de Colombes.
 - D'un point de vue organisationnel, le renouvellement du parc entraînera une perte de productivité le temps de la mise en route, puis s'accompagnera d'une nette amélioration.
 - D'un point de vue trésorerie, la réalisation de l'investissement engendrera une sortie de cash sur l'année 2018 à hauteur de 50 000 €.
 - D'un point de vue comptable, le matériel informatique nouvellement acquis sera amorti sur 5 ans, entraînant (...) »

- **Le plan argumentatif:** sera utile par exemple lorsque votre interlocuteur ne partage pas votre solution préconisée. Le plan sera la suivant :

1) **Thèse** : vous indiquez votre opinion

2) **Antithèse ou concession** : vous montrez que vous êtes ouvert à l'opinion de votre interlocuteur et que vous avez saisi la situation dans sa globalité, que vous comprenez les raisons qui le poussent à promouvoir cette solution.

3) **Synthèse** : vous proposez une solution proposée, qui pourra être la vôtre, si vous démontrez que les arguments mentionnés dans l'antithèse ne sont pas pertinents, ou bien le fruit d'un consensus entre votre position et celle de votre interlocuteur. Attention aux mots de liaison!

Exemple :

[Thèse] Ce prestataire ne me semble pas être la solution à notre problème.

[Antithèse ou concession] J'ai bien compris que le prix qu'il propose n'est pas élevé et que nous avons des contraintes financières importantes en ce moment.

[Synthèse] Cependant, même à petit prix, si le travail n'est pas fait correctement, nous n'aurons rien réglé. Je vous propose donc de demander une réduction de 10 % à l'autre prestataire pour que nous puissions combiner qualité et prix abordable.

Etape 5: Sélectionnez une forme de discours

- **Le texte descriptif:** a pour but de **présenter des faits**. Par exemple, à la suite du déménagement d'un service dans un autre bâtiment, vous devez informer les salariés de la méthode pour reconfigurer les imprimantes. Choisissez un ton neutre, restez factuel et écrivez votre texte au présent !

- **Exemple :**

"À la suite du déménagement du Pôle Gestion Finances au 7e étage, vous devez reconfigurer les imprimantes.

Le mode opératoire est le suivant :

Cliquez sur le lien suivant (...)

Sélectionnez l'imprimante C07_12_LX950

Puis, allez dans panneau de configuration (...). "

- **Le texte explicatif** fournit les informations nécessaires à la compréhension.

- **Exemple :**

« Vous souhaitez connaître les raisons de l'augmentation de la prévision de charge d'impôts sur les sociétés de votre entreprise.

Selon nos informations, le gouvernement prévoit d'introduire une taxe exceptionnelle d'impôt sur les sociétés pour l'année 2017 pour les entreprises qui réalisent un chiffre d'affaire supérieur à 3 milliards d'euros.

En conséquence, votre entreprise, qui a réalisé un chiffre d'affaires de 3,7 milliards d'euros en 2017, est impactée par cette nouvelle mesure. »

- **Le texte injonctif** vise à donner des instructions.
- Pensez néanmoins à expliquer le bienfondé des instructions afin de faire adhérer votre lecteur !
- **Exemple :**
« Comme évoqué lors de la réunion de présentation concernant les nouvelles obligations comptables, les entreprises qui réalisent des échanges avec des filiales situées à l'étranger doivent communiquer chaque année la déclaration n°2257-SD.

Dans ce cadre, nous vous prions de bien vouloir recenser pour le 12 février prochain l'ensemble de vos prestations réalisées au bénéfice de filiales étrangères ».

- **Le texte argumentatif** vise à soutenir un raisonnement ou à convaincre quelqu'un de son point de vue.
- **Soyez positif, même lorsque vous marquez votre désaccord !** Cela obligera votre interlocuteur à réfléchir à votre position ou sollicitation. Il devra en retour utiliser le même registre pour vous répondre : il devra donc utiliser des arguments convaincants et vous répondre avec un ton courtois.
- **Exemple :**

"Bonjour Caroline,

À l'issue du processus de recrutement en interne pour le poste de développeur, il m'a été proposé de rejoindre les équipes installées en Espagne.

À ce stade, les modalités RH sont les suivantes : (...)

Je n'envisage pas le schéma actuel proposé car (...)

Pourrions-nous, s'il vous plait, échanger sur ce point rapidement ?

Je vous souhaite une agréable journée.

Pierre"
09/01/2023

Deux registres pour argumenter peuvent être utilisés :

Persuader : c'est le fait d'amener quelqu'un à croire, à penser, à vouloir, à faire quelque chose, en jouant sur sa sensibilité, par voie de séduction.

Convaincre : c'est le fait d'amener quelqu'un à admettre une façon de penser ou de se conduire en lui exposant les raisons qu'il peut avoir de l'adopter.

Dans un contexte professionnel, vous devrez le plus souvent convaincre. Dans ce cas, le discours s'adressera davantage à la raison qu'aux émotions.

Etape 6: Choisissez un type de raisonnement

- **Le raisonnement d'autorité: consiste à invoquer une autorité - par exemple la hiérarchie, ou une loi - lors d'une argumentation, en accordant de la valeur à un propos en fonction de son origine plutôt que de son contenu. Exemple :** « La politique RH de l'entreprise prévoit actuellement que, dans le cadre d'un détachement au sein d'une filiale en Espagne, le versement de la prime d'ancienneté est suspendu ».
- **Le raisonnement logique consiste à établir une relation de cause à conséquence entre deux choses. Exemple :** « Les demandes de mobilité au cours d'une année doivent parvenir au service RH avant le 1er janvier de l'année concernée. En l'occurrence, pour l'année 2018, votre demande de mobilité nous est parvenue le 12 janvier 2018. Dans ce cadre, notre service ne peut donner une suite favorable à votre demande de mobilité en 2018. ».

- **Le raisonnement analogique consiste à réaliser une comparaison pour convaincre. Exemple:** « Le magasin situé à Marseille a réalisé une augmentation de chiffre d'affaires de 6 % cette année. Comme votre magasin a des contraintes similaires, nous attendons une augmentation d'au moins 5 % de votre chiffre d'affaires. »
- **Le raisonnement par concession consiste à anticiper les différences de position et à montrer que vous avez bien saisi la situation dans sa globalité. Exemple:** « J'ai bien noté qu'une réfection de la peinture était nécessaire dans le bâtiment B2 de l'usine de Nanterre. Cependant, le devis communiqué par l'entreprise s'élève à 50 000 €. De plus, il est prévu de déménager le bâtiment dans 18 mois. Dans ce cadre, ne pensez-vous pas qu'il serait de reporter toute dépense de réfection dans le bâtiment B2 de l'usine de Nanterre ? »

Etape 7 : Adaptez votre style

- **Faites des phrases courtes**, d'environ 15 mots.
- **Privilégiez les tournures actives** plutôt que passives (par exemple "J'ai complété le document" plutôt que "Le document a été complété par mes soins")
- **Évitez les redondances et les répétitions**
- **Écrivez un paragraphe par idée**
- **Soyez concis**
- **Restez courtois.**
- Essayez au maximum de simplifier votre style. N'hésitez pas à couper les phrases trop longues.

✘ Dans la mesure où le document n'a pas été remis dans les délais impartis, le Service RH ne peut pas prendre en compte votre formulaire car cela ne serait pas équitable envers les autres salariés.

☑ Votre document n'a pas été remis dans les délais impartis. Par conséquent, le Service RH ne peut pas prendre en compte votre formulaire. En effet, ce ne serait pas équitable envers les autres salariés de le faire.

Utilisez des mots de liaison

Pour donner un exemple	par exemple
Pour donner une explication	en effet, car
Pour opposer une idée	néanmoins, en revanche, mais, au contraire
Pour développer une argumentation	ainsi, en effet
Pour conclure	donc, en définitive, par conséquent
Pour ajouter une idée	de plus, en outre

Mobilisez des procédés simples pour adoucir le ton

- **L'utilisation de la forme passive:** « L'erreur commise sur le fichier de TVA a été corrigée par Pierre dans une deuxième version. » : On insiste ici sur l'élément positif, la correction.
- **L'utilisation du conditionnel:**« Nous souhaiterions un retour pour le 12 février prochain. »
- **L'utilisation d'un adverbe:** « Vous n'êtes pas tout à fait d'accord avec la position du Service. »
- **L'utilisation de la forme interrogative:**« Pourriez-vous nous communiquer, s'il vous plaît, les documents pour le 12 février prochain ?»
- **L'utilisation de mots avec une connotation positive:** « Votre analyse n'est pas tout à fait juste »

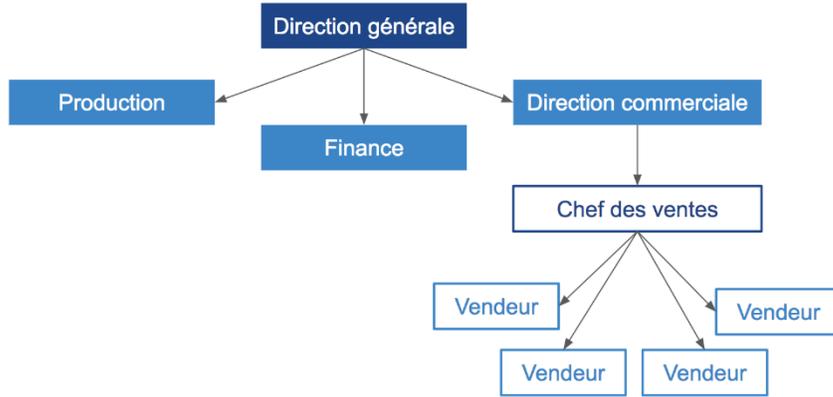
Utilisez les bonnes formules de politesse

- Vous attendez une action de la part de l'interlocuteur : « **Je vous remercie par avance.** »
- Vous souhaitez vous assurer que l'interlocuteur a compris votre message : « **Je reste disponible si vous avez des questions.** »
- Vous souhaitez véhiculer une image conviviale (par exemple pour adoucir un mail trop sec) : « Bonne journée », « Bon courage », « Bien cordialement ». Ces formules sont conviviales tout en restant professionnelles. **Attention cependant aux formules** « À bientôt » ou « Bon week-end » qui peuvent paraître trop familières. À n'utiliser que si vous connaissez bien votre collègue !

- **Dans un courrier, privilégiez les formules suivantes :**
- « Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes respectueuses salutations. »
- « Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments respectueux. »
- « En espérant une réponse rapide de votre part, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués. ».
- Vous remarquerez que les deux premières formules sont neutres. La troisième formule vous permet d'insister sur le fait que vous attendez une réponse de votre interlocuteur. **En fonction du contexte, privilégiez la formule la plus adaptée.**

Etape 8: De la bonne gestion de l'imagerie

- **Si votre propos est dense ou technique, vous pouvez avoir intérêt à y ajouter des images ou des graphiques.** Mais il faut respecter quelques règles pour que votre écrit reste professionnel et agréable à lire !
- Les graphiques peuvent être **quantitatifs** ou **qualitatifs**.
- **Les graphiques quantitatifs** servent à présenter des chiffres de manière plus claire que dans un tableau chiffré.
- **Les graphiques qualitatifs permettent de mieux visualiser un concept abstrait ou de s'assurer de la bonne compréhension d'un propos complexe.**
- Exemple de graphique qualitatif : un organigramme, permettant d'expliquer plus facilement une organisation décrite.



- **L'insertion d'image a aussi un but esthétique**, afin de rendre la lecture plus agréable ou d'attirer l'œil, surtout si le texte écrit est long.
- Vous devez penser à indiquer une **légende** sur vos illustrations.
- Par ailleurs, l'insertion d'images peut permettre à l'interlocuteur de **mieux visualiser une procédure à suivre**. Dans le cadre d'un mode opératoire par exemple, il sera plus facile pour votre interlocuteur de suivre les différentes étapes si vous lui indiquez la procédure à suivre sous forme d'images.

Format/Rédaction:

Comment rédiger un bon mail?

- Un **email** est un document qu'un utilisateur saisit, envoie ou consulte en différé
- **Vous devez vous poser des questions** avant de rédiger un mail :
- **À combien d'interlocuteurs** votre message est-il destiné ?
- Votre message peut-il être **mal interprété** ?
- Votre message **nécessite-t-il une réponse ? Urgente ?**
- Votre message pourrait-il être transmis à **d'autres interlocuteurs?**

Soignez votre objet

- **L'objet d'un email est l'intitulé d'un message apparaissant dans la file d'attente des messages.** Il doit être court et précis et présenter en quelques mots le sujet que vous abordez. En effet, c'est en fonction de l'objet de l'email que le destinataire choisira ou non d'ouvrir l'email sur le moment. N'oubliez pas de rédiger un objet systématiquement, qui permettra de plus facilement retrouver le mail ensuite.
- **Pour plus de clarté, enlevez les « RE : » ou « TR : »** qui sont indiqués lorsque vous répondez à un email ou transférez un email. Cela prend de la place dans l'objet sans apporter d'utilité.
- **Dans l'objet de l'email, pensez à indiquer le mois ou l'année concernée** lorsque l'email concerne des éléments susceptibles d'être changés régulièrement.

Le corps du mail

- **Ne traitez qu'un seul sujet à la fois.** Cela permettra à votre interlocuteur de classer plus facilement votre mail et d'identifier une action par email.
- **Faites des phrases simples et aérez le texte.** Évitez les termes techniques. Lorsque vous ne pouvez pas substituer des termes techniques, pensez à préciser une définition si besoin.
- **Évitez les fautes d'orthographe.** Pas de panique, le Projet Voltaire est là!
- **Conservez des exemples de mail récurrents.** Cela vous permettra de gagner du temps, d'éviter des fautes d'orthographe ou d'oublier certaines informations.

- **Présentez-vous si votre interlocuteur ne vous connaît pas**, puis expliquez brièvement le contexte de la demande. Si le message est communiqué pour information, vous devez l'indiquer clairement dans l'objet et dans le corps du mail. Votre interlocuteur **identifiera immédiatement que votre mail n'attend pas d'action en retour de sa part.**
- **Si vous sollicitez un interlocuteur pour obtenir des informations, indiquez clairement la deadline (date de retour attendue)**, et pensez à remercier poliment votre interlocuteur pour d'éventuelles informations déjà recueillies. Cela l'encouragera à continuer à coopérer !
- **Si l'objectif du mail est d'organiser une réunion, vous devez proposer quelques créneaux.** Cela est plus professionnel et donnera plus d'efficacité à votre mail.
- **Mentionnez les pièces-jointes et n'oubliez pas de les attacher à votre mail !**

Du bon usage des copies

- **Mettre une personne en copie CC** est différent de lui adresser directement le message. Cela signifie qu'elle n'a pas à réaliser directement d'action à partir de l'email, mais que l'information donnée par l'email peut lui servir sur le moment ou plus tard.
- **N'utilisez les copies que si cela présente une utilité.** Par exemple, il peut être utile de mettre un interlocuteur en copie si cela fluidifie l'information.
- **Les interlocuteurs qu'il peut être utile de mettre en copie :**
les individus qui ont besoin de l'information transmise (sans être le destinataire direct) et supérieur hiérarchique si votre message est important, pour lui donner plus de poids.
- **Attention aux CCI, copies cachées:** L'élément CCI permet de mettre en copie des individus sans que les autres destinataires ne le sachent.

A vous de jouer!