

SAVOIR RÉDIGER VOS E-MAILS PROFESSIONNELS

Aline NISHIMATA

en poche
9^e édition

Les 10 étapes clés
pour bien rédiger
vos e-mails

- Les bonnes pratiques
- Des exemples de formulation
- Des points de vigilance

SAVOIR RÉDIGER VOS E-MAILS PROFESSIONNELS

Aline NISHIMATA

en poche
9^e édition

Les 10 étapes clés
pour bien rédiger
vos e-mails

Du même auteur, dans la même collection :

- 100 e-mails pour optimiser vos échanges professionnels
- Savoir rédiger vos e-mails professionnels
- Orthographe (en coll. R. Kadyss)
- Maîtrisez le vocabulaire professionnel à l'écrit et à l'oral

Aline Nishimata est Professeur des grandes écoles et experte en communication auprès du magazine *Dynamique entrepreneuriale*.

Suivez-nous sur



www.gualino.fr

Contactez-nous gualino@lextenso.fr



© 2022, Gualino, Lextenso
1, Parvis de La Défense
92044 Paris La Défense Cedex
EAN 9782297192187
ISSN 1962-6428



Cet ouvrage a été achevé d'imprimer
dans les ateliers de Leitzaran (Espagne)
Numéro d'impression : 774 – Dépôt légal : Août 2022

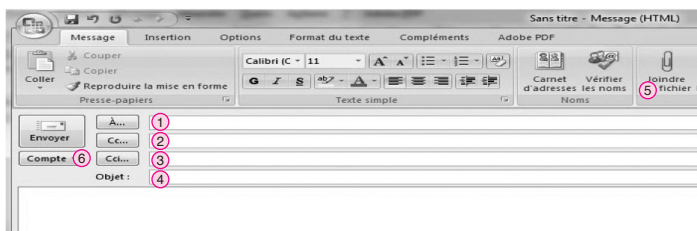
Sommaire

1	La présentation de l'e-mail.....	4
2	L'e-mail en pratique.....	10
3	Le plan de l'e-mail.....	15
4	L'introduction.....	17
5	Le développement	26
6	La conclusion	30
7	Les formules de politesse	36
8	La lisibilité et le style de l'e-mail.....	39
9	Les mots de liaison	43
10	La ponctuation	46

LA PRÉSENTATION DE L'E-MAIL

La diffusion d'un e-mail se caractérise par son extraordinaire simplicité, sa rapidité et son efficacité. Que vous vous en serviez dans le cadre d'une utilisation familiale, amicale ou professionnelle, vous pouvez adresser en un clic votre e-mail à un ou plusieurs destinataires. La copie d'écran ci-dessous présente les fonctionnalités classiques d'une messagerie.

■ L'ÉMETTEUR DE L'E-MAIL ET LES PARAMÈTRES ESSENTIELS



- ① Le ou les destinataires
- ② Les personnes en copie
- ③ Les personnes en copie cachée
- ④ L'objet de l'e-mail
- ⑤ Les pièces jointes éventuelles
- ⑥ « Envoyer »

■ LE RÉCEPTEUR OU LE DESTINATAIRE DE L'E-MAIL ET LES PARAMÈTRES ESSENTIELS

De : ① Bernard Coltre <bcoltre@orange.fr>
 Objet : ② E-mails professionnels
 Date : ③ 15 septembre 2015 11:10:07 HAEC
 À : ④ ADEC <demelle.bc@orange.fr>
 ⑤ 1 pièce jointe, 768 Ko

- ① L'émetteur
- ② L'objet de l'e-mail
- ③ La date et l'heure
- ④ Le ou les destinataires
- ⑤ Les pièces jointes

■ Le champ À : le ou les destinataires

Dans le champ **À** (en anglais **To**) figure l'adresse e-mail du destinataire susceptible de vous répondre.

Vous pouvez faire figurer plusieurs destinataires dans ce champ si vous souhaitez qu'ils apportent également une réponse.

La liste des destinataires créée afin de gagner du temps dans l'envoi d'une information à un service, un groupe... demande d'adopter une attitude réfléchie. En effet, vous devez si vous utilisez ce mode de diffusion et de communication créer des listes pertinentes.

Par exemple :

- Le comité de direction
- L'ensemble du personnel
- L'ensemble des *business angels*

Indiquez tous les destinataires usuels en cas de diffusion d'une information, par exemple : *Assemblée générale...*

Ces listes de diffusion vous permettront de n'oublier aucun destinataire si vous devez envoyer un e-mail en urgence. Vous devrez cependant les mettre à jour régulièrement afin d'ajouter les nouvelles personnes ou supprimer celles qui ne font plus partie de la liste.

■ Le champ Cc : les copies

Le champ **Cc** (**Copie carbone**) permet de mettre en copie les destinataires qui ont besoin d'avoir l'information : supérieurs hiérarchiques, personnel d'un service...

Ces derniers ne sont pas tous censés, en règle générale, répondre à l'e-mail mais seulement en prendre connaissance.

■ Le champ Cci : les copies cachées

Vous pouvez envoyer un e-mail à un grand nombre de destinataires tout en masquant à chacun d'entre eux le nom des autres destinataires.

Le champ **Cci** (**Copie carbone invisible**) permet de respecter la vie privée de vos contacts c'est-à-dire de ne pas diffuser leurs adresses e-mails sans leur consentement.

Quels sont les risques d'utiliser le champ Cc au lieu du champ Cci ?

Tous les noms des destinataires seront affichés. Dès lors, n'importe quel destinataire pourra récupérer l'adresse des autres destinataires sans leur autorisation.

En effet, si l'un des destinataires est un spammeur, il n'hésitera sans doute pas à utiliser toutes les adresses à des fins qui pourraient se révéler nuisibles à vos destinataires autant qu'à vous-même.

Comment faire pour protéger vos destinataires des spams ?

Ne saisissez pas la liste de vos destinataires dans les champs suivants :

- champ **À** (en anglais **To**) ;
- champ **Cc** (**Copie carbone**)

mais saisissez-la dans le champ **Cci** (**Copie carbone invisible**, appelée également « copie cachée ») intitulé en anglais **Bcc** (**Blind carbon copy**).

■ Le champ **Objet**

Le nombre d'e-mails reçus est en constante progression. Ainsi, vos destinataires effectuent un tri lors de leur réception.

L'*Objet* permet de *saisir l'importance* de l'information contenue dans l'e-mail afin qu'il soit lu *immédiatement* et que la personne puisse répondre et mener au plus vite l'action que l'on attend d'elle.

La rédaction du champ **Objet** doit donc retenir particulièrement votre attention.

■ Observez 5 règles pour rédiger l'objet

Règle 1 : l'objet doit toujours être rempli

Si votre *Objet* n'est pas explicite, votre destinataire aura tendance à lire votre e-mail en dernier.

Dans le cas où vous adressez plusieurs e-mails dans une même journée et au même interlocuteur, c'est l'objet et donc la nouveauté de l'information qui s'affiche dans le champ *Objet* qui le conduira soit à le lire, soit à ne pas le lire.

Règle 2 : l'objet doit comporter une information précise

Dans ce champ, on retrouve très souvent les mots suivants :

informations, messages, nouvelles, commande, facture...

Ils nécessitent des précisions indispensables pour retenir l'attention de votre destinataire.

Comment améliorer la rédaction du champ **Objet** ?

Pour rédiger un objet qui retient l'attention de votre destinataire, utilisez les techniques journalistiques et posez-vous les questions clefs suivantes :

- De quoi s'agit-il ?
- Quand ?
- Pour qui ?
- Sur quoi ?

► De quoi s'agit-il ?

Assemblée générale

Vous attirerez l'attention de votre interlocuteur en apportant des précisions complémentaires.

► Quand ?

Assemblée générale du jeudi 29 novembre

► Pour qui ? Des professeurs, des administratifs, des commerciaux ou de l'ensemble du personnel ?

Assemblée générale du jeudi 29 novembre de l'ensemble du personnel

► Sur quoi ? La retraite

Assemblée générale du jeudi 29 novembre de l'ensemble du personnel sur la retraite

Il arrive cependant que la culture d'entreprise ou les informations diffusées antérieurement font que le lecteur, en lisant les mots *Assemblée générale*, décrypte les informations implicites car cette assemblée a lieu deux fois par an, se situe toujours dans le même lieu et s'adresse toujours à l'ensemble du personnel. L'objet peut être, dans ce cas, plus direct :

Assemblée générale du 29 novembre



Si, dans l'objet de votre e-mail, vous utilisez un terme trop général comme, par exemple, le mot « *concours* » ainsi que l'abondance de majuscules ou de !!!!!, votre e-mail a de fortes chances d'arriver dans la boîte des spams ou dans le courrier indésirable. L'utilisation des questions-clefs vous permet d'apporter les précisions indispensables à la communication des informations que vous souhaitez transmettre. Dans le cas d'un e-mailing, le choix des mots est crucial : l'ouverture de l'e-mail et le taux de clics peut augmenter de façon considérable. Ainsi, des mots généralistes tels que « *Communiqué sur la vente des billets* » ne suscitera guère les clics alors que les mots « *C'est parti, réservez vos billets* » incitent à cliquer.

Règle 3 : supprimer les mots superflus (articles, prépositions, adverbess...)

En effet, ils ne sont pas utiles à compréhension de l'objet.

par exemple supprimer :

Assemblée générale du jeudi 29 novembre de l'ensemble du personnel : sur la retraite

Assemblée générale jeudi 29 novembre ensemble du personnel : retraite

Règle 4 : l'objet ne doit pas garder l'objet de l'émetteur

Lorsque vous utilisez la fonction « répondre » l'objet du message est transformé car il reçoit automatiquement le préfixe « RE : ». Si vous laissez l'objet tel quel, au bout de trois échanges de réponses en allers/retours les e-mails seront précédés de « RE: re: re: ».

Dans ce champ, ne reprenez pas l'objet de l'émetteur :

RE : mémoire

Si vous avez envoyé par e-mail plusieurs versions du *Mémoire* que vous êtes en train de rédiger, il est important pour votre destinataire d'en suivre la chronologie. À cet effet, numérotez-les et, si nécessaire, ajoutez-y l'heure et la date :

Mémoire : version 1

Mémoire : version 2

Mémoire : version finale

Certains e-mails seront traités une semaine voire deux semaines plus tard par le destinataire, il est donc nécessaire qu'il puisse retrouver l'e-mail le plus récent grâce à la date insérée dans l'objet. Il lui sera peut-être même nécessaire de regarder une version antérieure pour émettre des comparaisons et donc des commentaires.

Règle 5 : le critère d'importance de diffusion des messages

Vous pouvez définir le critère d'importance de vos e-mails pour indiquer si vous souhaitez que vos messages soient lus en priorité par le destinataire. Vous pouvez le signaler à l'aide des formules « très urgent », « très important », « ultra important » ou des indicateurs visuels :

Importance haute 

Importance faible 

Ceux-ci apparaîtront dans la boîte de réception du destinataire.

Si vous les utilisez pour tous vos messages, ils seront banalisés et ne seront plus le signe d'une priorité. Ils ont pour conséquence d'agacer le destinataire, souvent submergé par ce genre d'alertes.

■ Les pièces jointes

Les pièces jointes sont des documents annexés à l'e-mail.

Elles sont indispensables pour joindre, par exemple : un texte, une documentation, un bon de commande, une facture, un contrat, une photo...



Attention à la taille de vos pièces jointes. Bien que la plupart des messageries acceptent des tailles de documents importantes (environ 10 Mo pour la plupart), un trop grand nombre de pièces jointes peut ralentir considérablement l'émission de vos messages ou même saturer la messagerie de votre destinataire (la messagerie peut mettre automatiquement le message dans le courrier indésirable, voire le refuser). Les images sont plus lourdes que les fichiers textes. Vous avez la possibilité, avec certains logiciels, de regrouper et compresser plusieurs images dans un seul dossier.

Des logiciels gratuits comme *Adobe Reader*¹ vous permettront de convertir des fichiers Word ou Excel au format PDF² lisible par tous (mais non modifiable).

Des services comme *WeTransfer* ou *Dropbox* vous permettent d'envoyer des documents, des photos sans limite de taille et en toute sécurité.

■ Répondre ou Répondre à tous

Il est possible de répondre en une seule fois à l'émetteur et à l'ensemble des destinataires du message. C'est particulièrement utile quand les destinataires font partie d'un même groupe de travail qui ont besoin d'être informés en même temps.

Lorsque vous répondez à un e-mail envoyé à plusieurs destinataires, faites la différence entre *Répondre* et *Répondre à tous*.

(1) Format le plus couramment utilisé dans les administrations, les écoles...

(2) Téléchargement gratuit sur le site : www.adobe.com/fr/products/reader.html