

# Rédigez des mails pour être lu !

Plusieurs observations montrent que les collaborateurs passent la moitié de leur journée à traiter des courriels ! Afin de viser une efficacité maximale, gardons à l'esprit les éléments suivants :

**1. « Informel » ne correspond pas à « bâclé ».** Les abréviations courantes sont admises lors d'une communication interne. Mais dès que votre courriel s'adresse à un partenaire externe, il devient un vecteur d'image puissant : abréviation et faute d'orthographe ne sont plus tolérées. ***De la tenue !***

**2. Ce qui est professionnel est bref et efficace.** Un message mail n'est pas du morse, mais ce n'est pas non plus de la littérature romantique. Structurez votre message, clarifiez-le au maximum. Laissez les émoticônes et autres smiley pour votre messagerie personnelle. ***De la brièveté et de la clarté !***

**3. CC ou BCC ?** Attention à l'utilisation de CC (littéralement Copy carbon ou copie ouverte) ou de BCC (Blind Carbon Copy ou copie cachée). Ne mettez en CC que les personnes directement impliquées dans le courriel ou qui souhaitent explicitement être informées. L'option BCC est dangereuse, car elle mine la confiance dans la communication. ***De la transparence !***

**4. Un mail, un téléphone ou un contact physique ?** Envoyer un courriel ne résout pas les problèmes. Ne vous cachez pas derrière vos e-mails et vos écrans ! Parfois il est beaucoup plus judicieux de parler à son interlocuteur de vive voix ou via le téléphone. Dans tous les cas, le mail n'aide pas à résoudre tension relationnelle ou un conflit naissant. ***Du courage !***

**5. L'e-mail professionnel est propriété de l'entreprise.** Il peut –sur demande de la justice- être examiné par des tiers, transmis à d'autres personnes par le destinataire ou même –cela nous est arrivé à tous- transmis à des destinataires erronés. ***De la prudence !***

**6. Concerne.** Ne dites pas simplement : «Salut ! » ou « de Bob ». Le « Concerne » est important : il précise l'objet du mail et le retour attendu. Exple : « validation du projet de communiqué ». Le destinataire connaît ainsi l'objet du mail (il s'agit d'un projet de communication) et sait ce que vous attendez de lui (une validation). ***De la précision !***

**7. Evitez de transmettre les « hoax », canular, avertissement de virus, messages en chaîne, etc... .** Si vous avez des doutes, contacter vos service IT, juridique ou RH. ***Pas d'émotionnel !***

**8. Signez votre courriel de façon professionnelle,** afin que votre destinataire puisse connaître votre fonction, votre titre, vos numéros de téléphone ainsi que les coordonnées postales de votre entreprise et l'url de son site web. ***De la disponibilité !***

Inspiré de Laura Stack, *Communicating Effectively with Email: Courtesies, Protocols, and Time Savers*, disponible sur <http://theproductivitypro.com>

Stéphane Haefliger  
drh@espiritosanto.com