



## **Pour une bonne utilisation Professionnelle de l'e-mail**

Techniques de Communication appliquée  
HEPL – Master en Facility Management

Olivier Moch  
Chargé de Communication  
Administrateur de l'UPM©

L'e-mail est il mort ?

Direction 0 e-mail ?



75% des mails échangés sont des spams !

Ce qui signifie que **29.370 milliards** d'e-mails contiennent quand même de l'information pertinente...

Moyenne générale : 46 e-mails/personne/jour

↳ 11,5 e-mails pertinents/personne/jour

Courriel = moyen de communication actuel → loin d'être mort

Moyenne entreprise

Cadres et Managers  
± 100 e-mails/jour

Employés  
± 70 e-mails/jour



**Média important  
de la communication  
de l'entreprise  
et de ses travailleurs !**



## InfObésité !!!

↳ surcharge informationnelle

L'information arrive par des canaux multiples → Médias Sociaux + télévision + radio + internet + journaux + terminaux nomades... + e-mail !

Face à l'affluence importante, instantanée et continue de l'information souvent difficile de trier, de hiérarchiser et d'emmagasiner l'information !

**Paradoxe de l'infObésité → trop d'infos tue l'info !**

## ***Sondage One Poll, mars 2012***

46% des salariés belges sont en surcharge d'informations !

4 salariés belges sur dix ne lisent que 20% de leur e-mails !

26,4% des salariés belges lisent leur mails en entier !

## ***Etude McKinskey, 2013***

Un travailleur passe 28% de son temps de travail quotidien à traiter ses e-mails !



Un paradoxe !



Beaucoup de travailleurs se plaignent de cette surcharge de courriels mais, dans le même temps, continuent à écrire autant de mails

Un constat !



le courrier électronique reste l'outil de communication le plus utilisé pour les échanges professionnels



- Communication multiple simultanée
- Traçabilité et suivi des échanges
- Gestion de la diffusion de l'info
- Classement – archivage de l'info

# Bonnes pratiques de l'e-mail professionnel !

## 1° une adresse opportune !

essentiel de choisir un fournisseur fiable  
et dont le nom ne prête à aucune équivoque

olivier.moch@chrcitadelle

lucie.dupont@technocontrole.bze

jcleroy@seven.fr

marie.michel@skynet.be

dupont.jean@scarlet.be

~~lafeemarie@hotmail.com~~

~~chris69@skynet.be~~

~~jean.dupont@xs4all.com~~

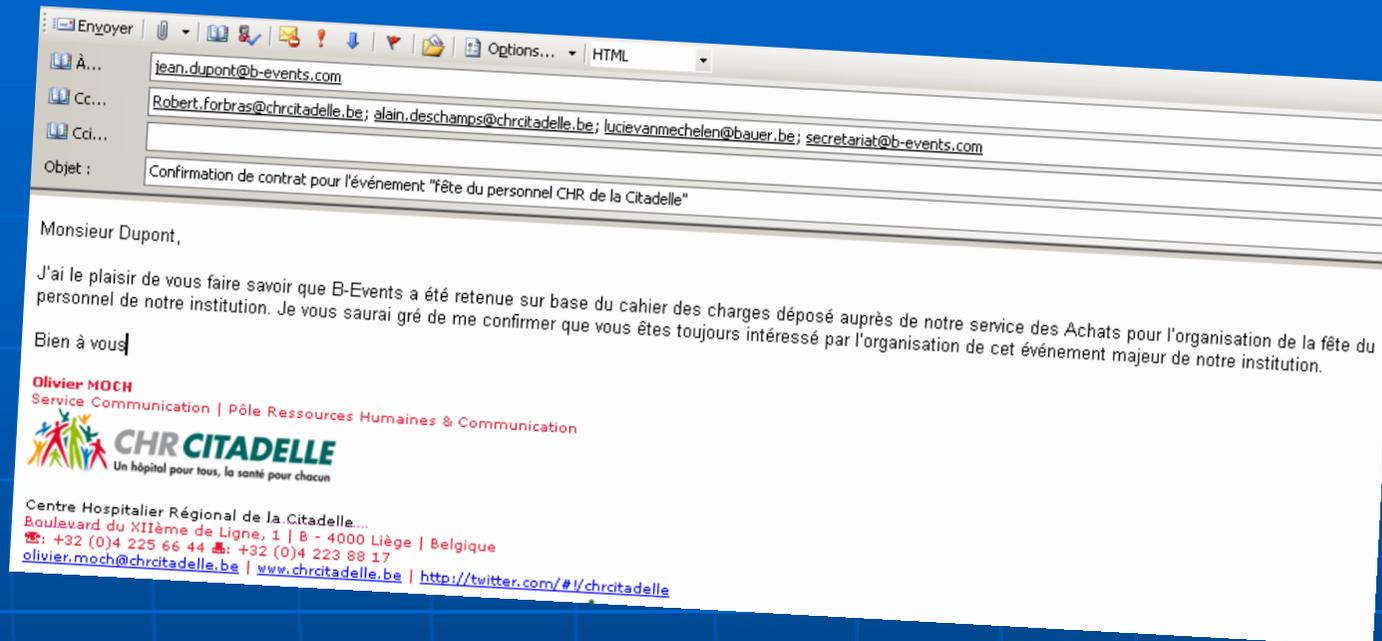
## 2° Envoi par mail... uniquement ce qui doit l'être !

Limiter l'usage de l'e-mail pour des échanges court, précis et lorsqu'il n'y a pas de canal de communication mieux adapté

Par e-mail	Par un autre canal
Message qui ne nécessite pas une réponse directe	Message qui appelle une réponse directe (téléphone ou vive voix)
Message avec documents joints	Message à un collègue du bureau voisin ou du même couloir (vive voix)
Message avec destinataires multiples	Message qui ne doit pas être traçables (vive voix)
Message qui nécessite une traçabilité	Message complexe qui nécessite une communication riche ou importante (téléphone ou vive voix)
Message factuel	
Message qui ne nécessite qu'une réponse courte (ex. demande d'autorisation)	

**Surtout pas** → mail d'évitement – réaction à chaud  
échanges de mises à jour – mail "ping-pong" !

### 3° L'envoi du message !

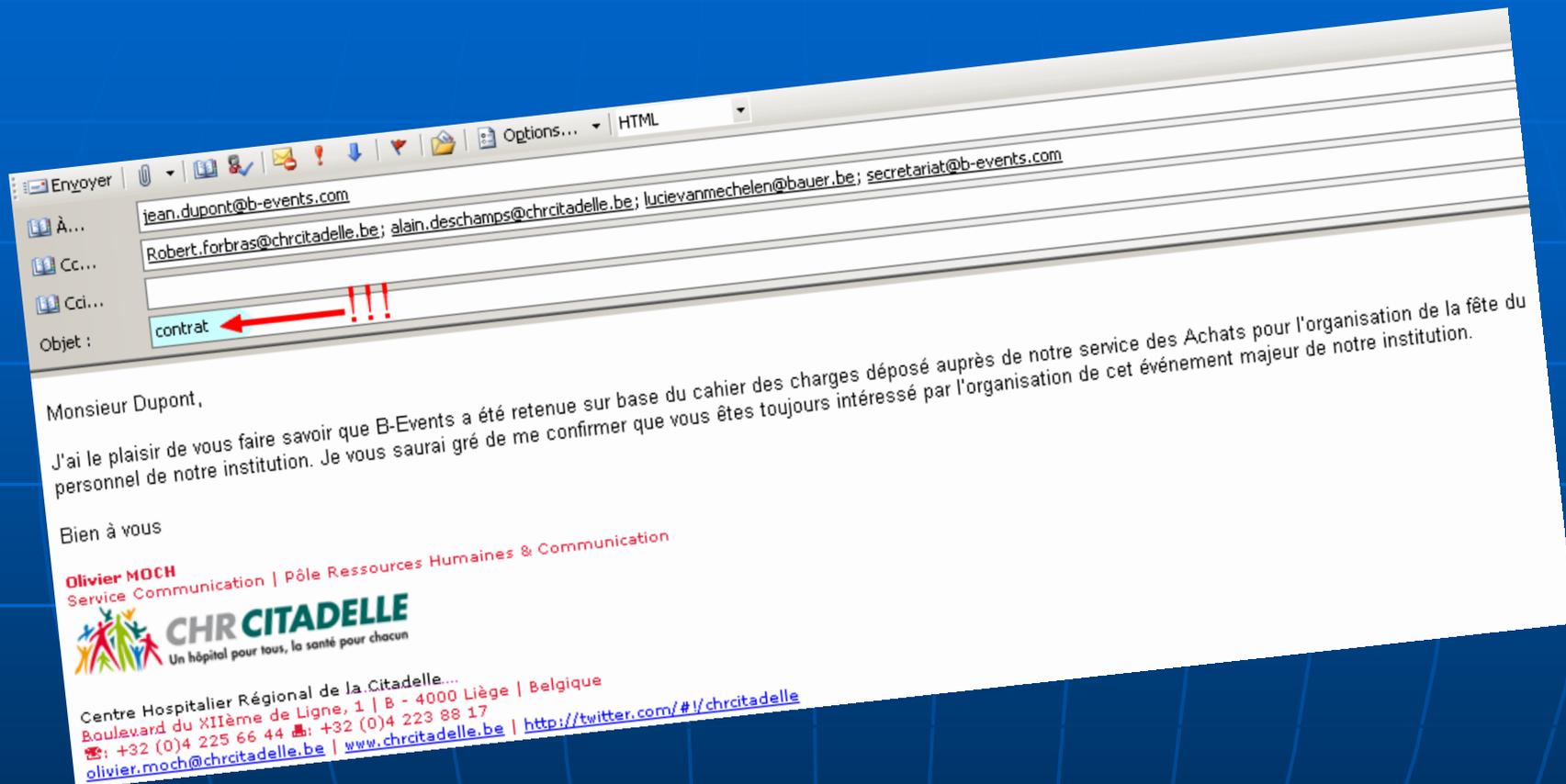


**A** (parfois To) : personne(s) directement concernée(s), le destinataire duquel on attend une action en retour (une réponse, un acte à poser, une mission à remplir).

**Cc** : personne(s) que l'on souhaite tenir informée(s) mais dont on n'attend pas une action en retour

**Cci** (parfois Bbc) : destinataires invisibles pour les autres récepteurs du courriel. Non-recommandé → danger possible !

**Objet** = première indication du contenu → fondamental  
souvent nébuleux... voire inexistant !



Clair, compréhensif → "teasing" du mail !

**Contenu** = corps du mail

**Court** → La longueur du texte est l'un des éléments les plus rédhibitoires à la lecture d'un courriel

Phrases courtes allant à l'essentiel !

Concision, précision = efficacité et percusion !



*"Des tes courriels, Guerre et Paix tu ne feras !"*

**Relu** → le style des messages reflète l'image de l'expéditeur !

*"Pour l'orthographe et la syntaxe,  
tes courriels tu reliras !"*



**Eclairant** → début du mail préciser les attentes par rapport au contenu du mail

↳ *pour avis ! pour information ! pour action ! pour suivi !*

mais aussi s'il y a urgence à la réponse ou à l'action évoquée dans le mail

↳ *Urgent ! ASAP !...*



*"Pour aider ton correspondant, la clarté tu privilégieras !"*

**Actif** → rédaction à la voix active = dynamisme

éviter certaines lourdeurs qui rendent le texte indigeste

contenu actif et attractif = entrer directement dans le vif du sujet → gain de taille de texte = gain de temps de lecture !

*"Les participes présents, le jargon technique, une syntaxe trop compliquée... tu éviteras !"*



**Toujours poli** → formule de politesse courte

*Bien à vous ! - Salutations sincères ! - Bonne journée !  
Plutôt que Je vous prie de recevoir, Madame, Monsieur...*



*"Les politesses et les révérences inutiles tu éviteras;  
mais toujours poli tu seras !"*

**Identifiable** → signature de mail indispensable !

↳ fonction, employeur (+l'url de la société),  
entité de rattachement, coordonnées téléphoniques

*"Anonyme tu ne seras jamais dans tes courriels !"*



**Filtré** → un seul sujet par e-mail !  
Si plusieurs sujets distincts → plusieurs mails  
(en vérifiant que chacun de ces sujet mérite un mail)



*"D'un seul thème par e-mail tu te contenteras !"*

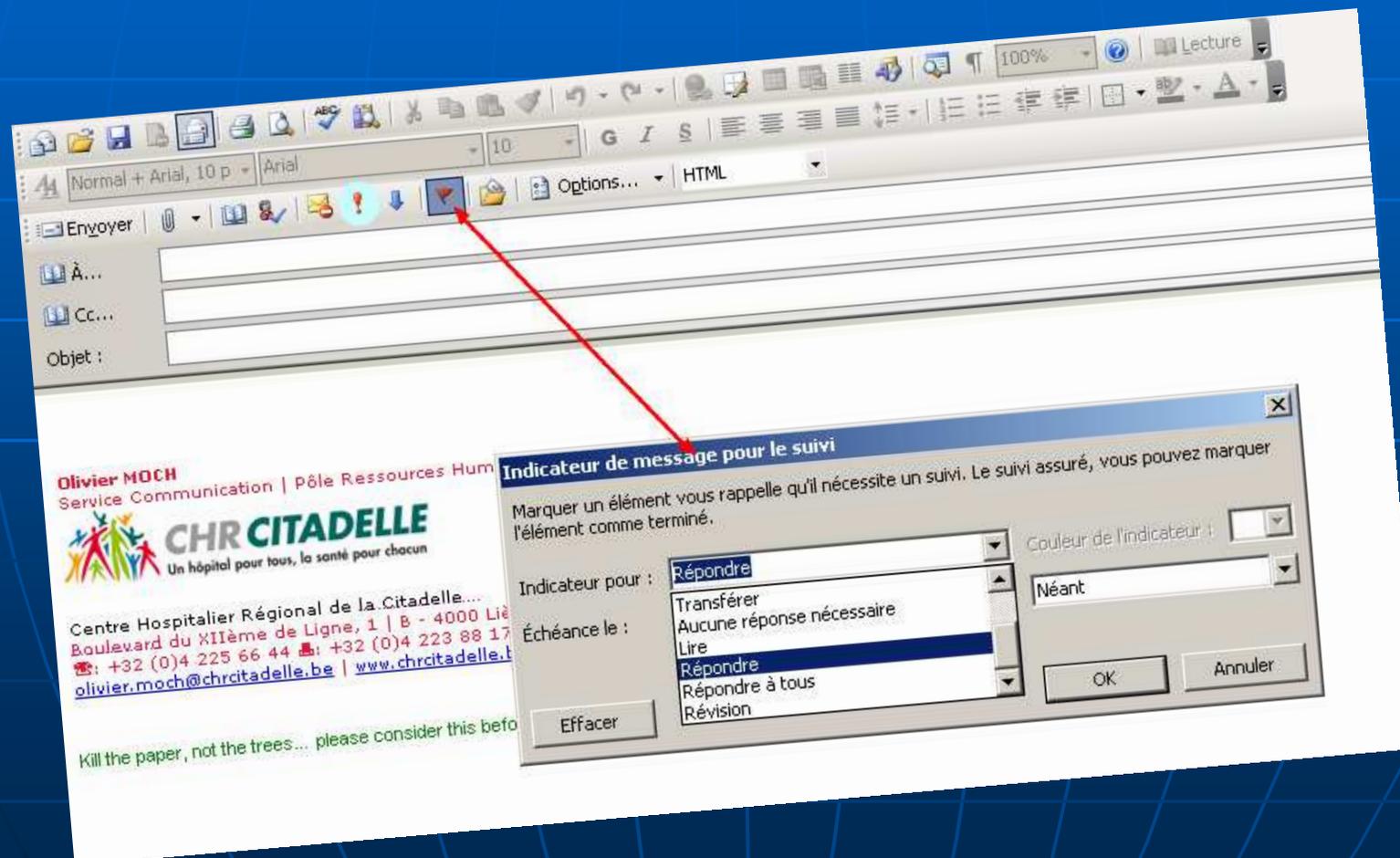
**C**ourt  
**R**elu  
**E**clairant  
**A**ctif  
**T**oujours Poli  
**I**dentifiable  
**F**iltré

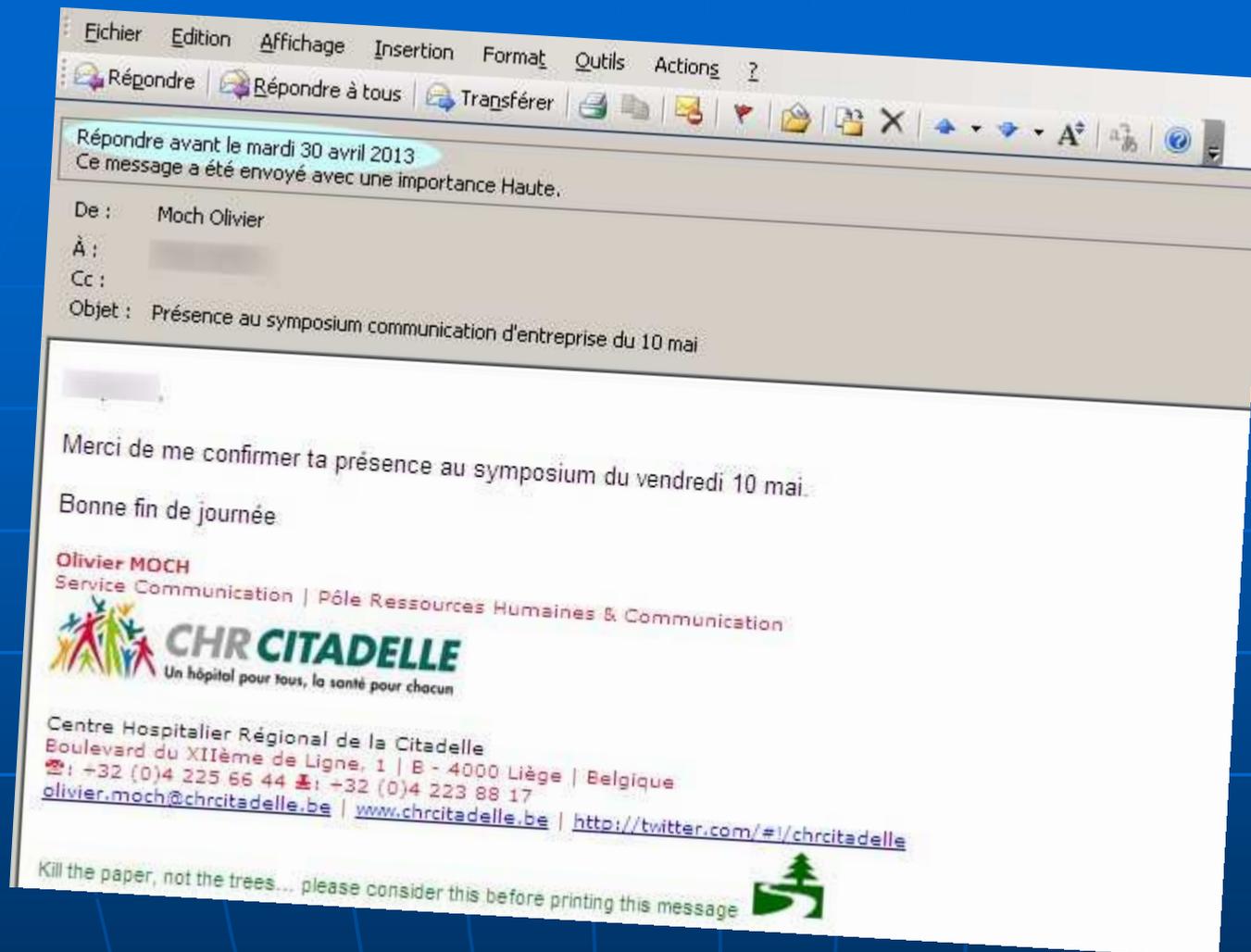


*"**CREATIF** tu seras !"*

## A propos des indicateurs de messages (ou descripteurs)

indication supplémentaire aux récepteurs → indicateurs de message ou prescripteur qui rappellent que le message nécessite un suivi et/ou une urgence...





Indicateur de message = forme de redondance au côté éclairant du mail

## 4° la réception du message !

### Actions – réactions

- ☑ **Répondre** → pas de règles officielles en la matière mais la bonne pratique recommande une réponse dans les 24h00, ne fut-ce que par politesse.

La réponse peut, parfois, être une demande de délai (*Je n'ai pas les informations souhaitées sous la main, je reviens vers vous dès que possible !*) mais au moins l'envoyeur sait que son mail a été traité.

Le *Réponse à tous* ne s'utilise que lorsque tous les destinataires en copie sont directement concernés par le contenu envoyé !

Danger → le *Réponse à tous* englobe les éventuels Cci !!!

☑ **Transférer** → pas toujours concerné directement par mail que l'on reçoit ! → transfert vers la personne adéquate (*Transfert* ou *Forward*)

- préciser clairement à la personne à qui l'on transfère le mail ce que l'on attend d'elle (*Pour action !* ou *Pour suivi rapide !* ou *Pour votre information*) ;
- résumer le contenu du mail originel si celui est trop long
- mettre l'envoyeur originel en Cc afin qu'il sache que son mail a été pris en compte et transféré à un autre intervenant.

**Attention** → le mail peut contenir certains passages qui ne doivent pas être transférés (message personnel, infos confidentielles...), il s'agit donc de bien s'assurer de ce que l'on transfère !

- ☑ **Archiver/classer** → conservation de certains mails important
  - ↳ création espace d'archivages avec des dossiers thématiques dans la boîte de réception ↔ transfert des messages importants

Il convient de ne pas laisser s'accumuler trop de messages dans la boîte e-mail → risque de ne plus savoir ce qui a été traité ou pas !

Pas d'accumulation de messages dans la boîte mails

↳ risque de ne plus savoir ce qui a été traité ou pas !

- ☑ **Supprimer** : spams, mails sans intérêt, mails répétitifs, mails *dangereux*, mails traités que l'on ne doit pas archiver
  - supprimer au plus vite afin d'aérer la boîte e-mail !

Vidage régulier des espaces "*éléments envoyés*" et "*éléments supprimés*" pour éviter de surcharger la boîte et la rendre moins performante pour l'envoi éventuel de pièces jointes de grosse taille.

## Liste des dossiers

- Tous les dossiers
- Boîte de réception
- Boîte d'envoi
- Brouillons
- Calendrier
- Contacts
- Éléments envoyés
- Courrier indésirable
- Éléments supprimés (3) → vider directement
- Journal
- Notes
- Problèmes de synchronisation
- Tâches
- Dossiers de recherche
- Archives O.Moch
- 0 - HEALTH CoP
- 0-félicitations
- 0-MC LAMBERT
- COMMUNICATION STRATEGIQUE
  - 2013.01.22 - LA LIEGEOISE 2011 - Quid ?
  - APRIL
  - BOITES DE COM'
  - BROCHURE MEDECINS
  - BUDGET
  - CARTES DE VOEUX
  - CIMC
  - Cinema au CHR
  - CITADOC
  - COMMISSION COMMUNICATION
  - COMMUNICATION DE CRISE
  - COMMUNICATION INTERNE (relais)
  - COMMUNICATION VISUELLE
  - COUACS

Rechercher : Recherche dans Boîte de réception Rechercher Afficher tout Options

## Boîte de réception

Objet	Reçu
<b>Date : Aujourd'hui</b>	
Hoffer Etienne	RE: Invitation cardio/néphro ven. 03/05/2013 13:06
manon duculot	réunion du Prix ven. 03/05/2013 12:55
Enza Augugliaro	Conférence "Comprendre la génération Y" ven. 03/05/2013 11:42
@Communication interne	StéthoScoop 197 ven. 03/05/2013 11:40
Stagiaire Communication Stratégique	intervenants 8 et 13 mai ven. 03/05/2013 11:26
@Troisfontaines Pierre	TR : Heart failure coverage report ven. 03/05/2013 11:21
Moch Olivier	RP lundi ven. 03/05/2013 10:57
@Etienne FRAIKIN [DKD]	<del>Entrées à Golden Sixties ven. 03/05/2013 7:51</del>
<b>Date : Hier</b>	
@Lucien creppe	<del>RE: Notre publicité jeu. 02/05/2013 18:56</del>
@Troisfontaines Pierre	TR: Campagne européenne de sensibilisation à l'ins... jeu. 02/05/2013 18:34
Collard Dominique ( Biologiste CHPLT Verviers)	symposium du 14 mai jeu. 02/05/2013 16:58
Allington Nanni	RE: Réuinin SPA 23 04 2013.doc jeu. 02/05/2013 16:32
@Stagiaire Communication Stratégique	article Mottet jeu. 02/05/2013 14:33
@Heuschen Michelle	TR: Journée européenne de l'obésité 2013_mod2.pd... jeu. 02/05/2013 10:41
@Heuschen Michelle	<del>TR: Journée européenne de l'obésité 2013_mod2.pd... jeu. 02/05/2013 10:35</del>
@Anne-Catherine De Bast	Re: Tr : Lundi 06 mai jeu. 02/05/2013 9:13
<b>Date : Mardi</b>	
@Lucien creppe	<del>FW: Notre publicité mar. 30/04/2013 17:38</del>
Astadicko Iyawa	RE: Portrait magazine Notre Afrique mar. 30/04/2013 9:50
<b>Date : Lundi</b>	
manon duculot	RE: roll up lun. 29/04/2013 16:06
Leila PIERRET	RE: RTBF : "On n'est pas des pigeons" lun. 29/04/2013 15:37
Leila PIERRET	<del>RTBF : "On n'est pas des pigeons" lun. 29/04/2013 15:16</del>
Thomas Coucq	<del>Re: Recherche interlocuteur - Dossier Pharmagazin... lun. 29/04/2013 13:51</del>
manon duculot	RE: Réunion pour le film de l'UPMC lun. 29/04/2013 12:22

Courrier

## Règle des 4D

**Chaque e-mail doit être traité !** Le traitement des mails répond à la règle des 4 D :

- ✘ Do ⇨ on agit ! *Fait* → *classer ou supprimer*
- ✘ Delete ⇨ on supprime !
- ✘ Defer ⇨ on diffère pour suivi ! *En attente* → *on répond pour délai à l'envoyeur*
- ✘ Delegate ⇨ on transfère pour action ou pour information ! *Fait* → *classer ou supprimer*

## 5° Quelques considérations diverses...

Quid des pièces jointes ?

Le mail permet de joindre des pièces (dossiers, courriers, photos, films...). Cependant tous les correspondants n'ont pas forcément le programme utile à la lecture de la pièce jointe !

Vérifier que le format de la pièce jointe soit usuel ou ou dont le logiciel utile soit librement et facilement téléchargeable sur internet

- ↪ pdf plutôt que word,
- ↪ liens internet vers un hébergeur ou un site de partage (ex. Scribd, SlideShare, WeTransfer...)
- ↪ .rtf (format descriptif non compressé est reconnu par la plupart des logiciels de traitement de texte comme OpenOffice, LibreOffice Writer ou Word...)
- ↪ fichiers de compression/décompression zip...

Quid de la consultation sur smartphone ou tablette ?

De plus en plus de monde consulte ses mails sur tablettes ou smartphones. Ces terminaux nomades ne permettent pas d'ouvrir toutes les pièces jointes mais ils ont surtout une fonction d'information pas d'action ou de réaction (je consulte pour avoir l'info, je réagis lorsque je suis devant mon pc)

Quid des émoticônes ?



Pas très professionnel ! Leur usage est généralement réservé à des messages non professionnels, gardons-les pour nos échanges privés !

## Quid des alertes ?

intro-service...),

- de développer l'image et la notoriété de l'entreprise (par la viralisation, notamment),
- d'améliorer le trafic vers le site internet corporate mais aussi son référencement,
- de booster les ventes,
- de diminuer certains coûts liés à la promotion.

¶

En tant que professionnel, l'utilisation des médias sociaux est devenue incontournable !

¶

Une stratégie d'action efficace sur les MS repose sur trois axes :

¶

**1° La diversification des canaux**

¶

Selon Klout, qui mesure l'influence sur les médias sociaux, les membres du Top 100 des influenceurs sont présents, en moyenne, sur 10 médias sociaux (blogs, chaîne de partage d'images, microblogging, réseaux sociaux, outils de curation, sites Q&A, wikis...). La multiprésence sur les médias sociaux permet un maillage des informations que l'on diffuse. Elles sont ainsi diffusées par divers canaux et touchent différents publics ou le même public par des voies différentes (la redondance est un principe de base de la communication).

¶

**2° La qualité des réseaux que l'on développe**

¶

Cessons de croire que plus le réseau est étendu plus il est efficace ! Certains ont prétendu que pour être réellement efficace, un média social doit reposer au moins sur 750 à 1000 membres. Non, il est préférable d'avoir un bon réseau (par là j'entends constitué de bonnes personnes relais) de 300 à 400 membre plutôt qu'un immense réseau de 1500 personnes à coquilles vides. Dès lors, il est urgent de ne pas accepter les demandes de rejoindre à tout va. Les réseaux sociaux reposent sur une struc

se contenter de cet indicateur !

**SUPPRIMER L'ALERTE !**

À LI Col ENR REV EXT RFP Français (Fr) 824x582x16M | X:Y = 753:568 | Sans titre 13

Bo... D... Rè... Mi... Ph... Ré... Ca... 20... Fic... 20... 14:52

Quid de la fréquence de consultation de ses mails professionnels ?

**65% des utilisateurs** vérifient leur boîte de réception toutes les 5'

*Source : modeRH.com*

**64 secondes**, en moyenne, pour reprendre le fil de ses idées et de son travail lorsque l'on a consulté ses mails

*Source : Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises*

pas utile de se jeter sur sa boîte e-mails toutes les dix minutes,  
ni même toutes les heures !!!

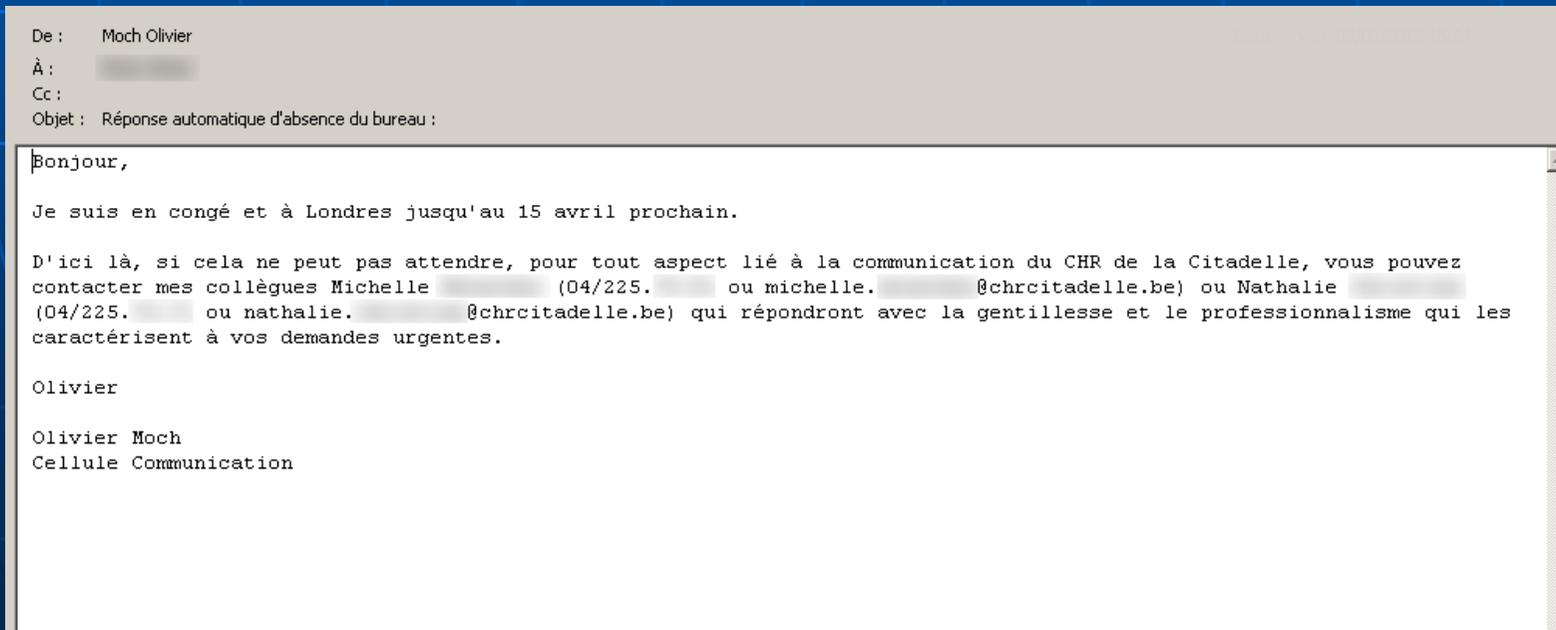
**Trois plages** de consultation et de traitement/jour !

- ↪ le matin en arrivant au boulot → prise de connaissance
- ↪ vers 11h30 → permet de réagir si nécessaire avant pause de midi mais aussi de voir si mails à traiter dans l'après-midi
- ↪ vers 16h00 → permet de réagir si nécessaire avant la fin de la journée

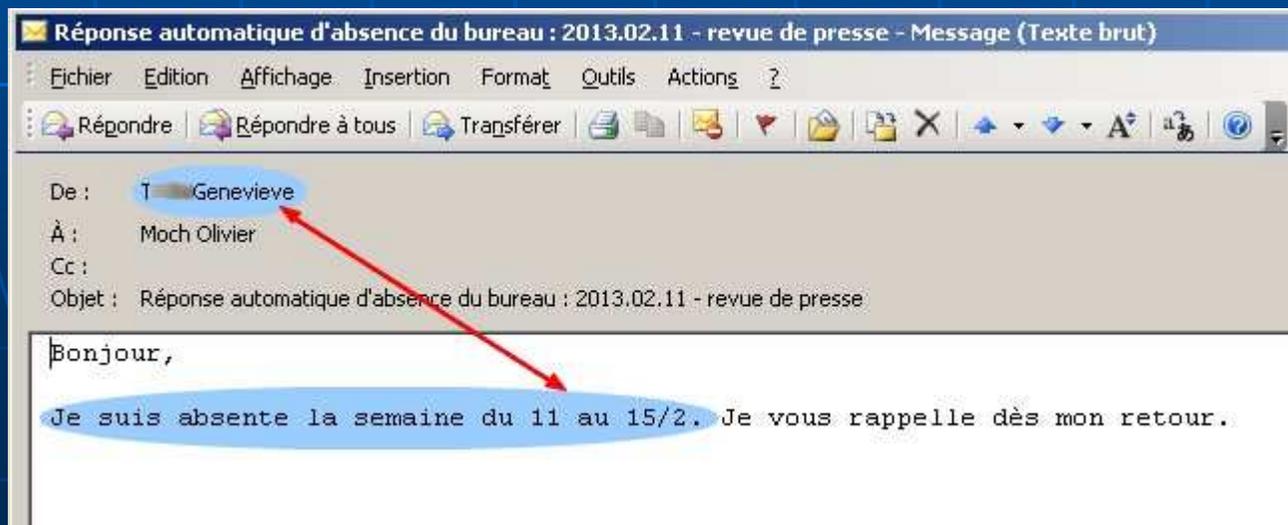
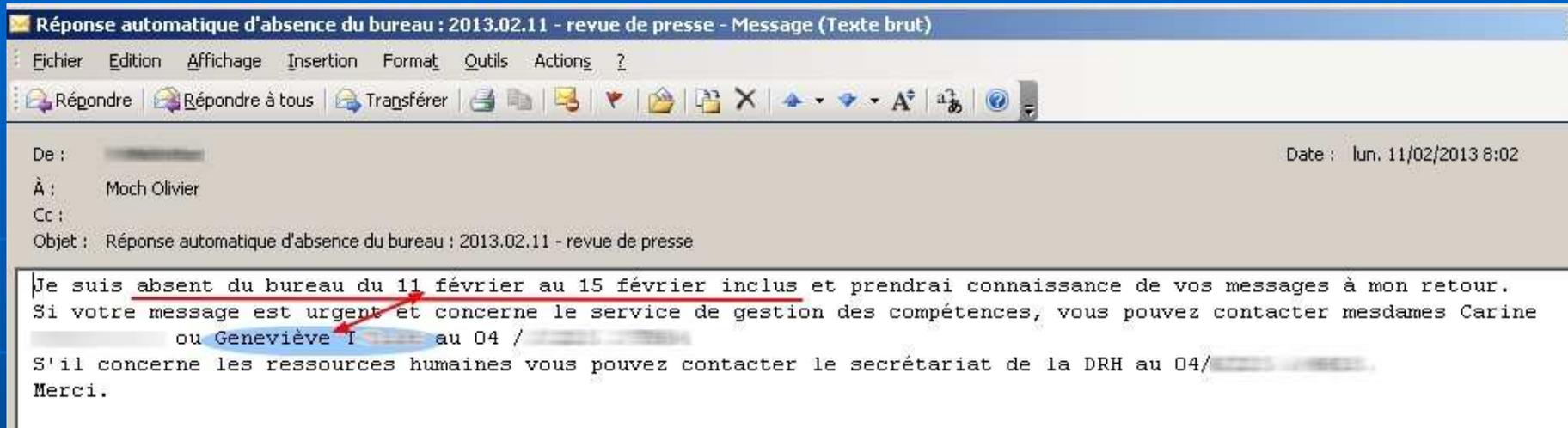
## Quid du gestionnaire d'absence ?

Fonction essentielle surtout pour une absence de plusieurs jours → indique aux correspondant que leur mail ne pourra pas être traité avant une certaine date et renvoie éventuellement vers une autre personne de référence.

Le message d'absence doit absolument contenir la durée de l'absence ainsi que des contacts de substitution pendant la durée de cette absence !



# Attention cependant...



## En conclusion !

Le mail est loin d'être un outil mort ou dépassé ! Il reste, au contraire, un outil pertinent qui permet de communiquer de manière pratique, de l'échange d'informations simples et factuelles à l'envoi de documents divers, vers un ou plusieurs destinataires simultanément. Bien utiliser, l'e-mail fait gagner du temps et de la productivité, mal utilisé, il induit de nombreux effets indésirables comme la perte de temps, la perte d'informations, la surinformation (ou infobésité) voire même le danger. De l'importance, pour l'émetteur comme pour le récepteur d'avoir une pratique pertinente de cet outil essentiel de la communication de l'entreprise !



# Un exemple de bon mail professionnel

**De :** [mailto:tc@vivio.com] ← **adresse professionnelle**

**Envoyé :** lundi 29 avril 2013 13:51

**À :** Moch Olivier

**Objet :** Re: Recherche interlocuteur - Dossier Pharmagazine incontinence ← **objet clair et précis**

Bonjour M. Moch,

Il s'agit d'un dossier. J'aurais donc souhaité aborder différentes problématiques:

- l'impact sur le quotidien;
- les différentes formes d'incontinence (à l'effort ou par impériosité);
- le fait qu'il s'agisse d'un problème qui est relativement courant et qui n'est pas "honteux".
- J'aurais également souhaité aborder les différents aspects de la prise en charge qu'il soit médicamenteux ou non, et donc parler également de la rééducation kinésithérapeutique et du recours éventuel à la chirurgie.

← **corps de mail court,  
sans faute, clair...**

Bien à vous, ← **formule politesse courte mais présente**

██████████

██████████ | **Medical journalist & Project manager**

Rue Rodenbachstraat 70 – 1190 Brussels

Phone: +32 (0)2 640 49 13 – Fax: +32 (0)2 640 97 56

[tc@vivio.com](mailto:tc@vivio.com) – [www.vivio.com](http://www.vivio.com)

**Manque éventuellement un  
indicateur de suivi ou d'urgence**

**VIVIO**

HEALTH CONTENT & CUSTOM PUBLISHING

← **identification claire  
avec coordonnées**

# Pour une bonne utilisation Professionnelle de l'e-mail



## Questions ???

Olivier Moch  
Chargé de Communication  
Administrateur de l'UPM©

Me contacter :  
[olivier.moch@belgacom.net](mailto:olivier.moch@belgacom.net)  
0476/28.56.41