

On
est responsable du nombre
de courriels qu'on reçoit



20
mails reçus par jour
maximum !

7 principes de bon sens

Principe n°1 : L'efficacité passe par la pertinence du contenu...

L'objet de votre courriel¹ est une « accroche », au sens publicitaire du terme

L'objet du courriel doit être bien pensé et très précis, Le récepteur peut ainsi décider rapidement de l'opportunité d'ouvrir le message immédiatement ou plus tard. Tout objet générique est à proscrire. De même, en répondant ou en renvoyant un message, il ne faut pas hésiter à changer le sujet pour le rendre plus pertinent.

Ecrivez des messages clairs et structurés

Pour être efficace, rendez la chose simple pour les destinataires, structurez votre message. Sinon, les retours de courriels pour demande de clarification vont fleurir. Comme tout bon discours, un message efficace aborde quelques points factuels et synthétiques.

Demandez des commentaires, surtout avant d'envoyer un message sensible

Les remarques des collègues, de son manager, de son équipe peuvent être très utiles avant d'envoyer un message. Cela peut éviter les mauvaises interprétations, les erreurs d'inattention ou de tactique. Cela renforce aussi l'esprit de travail en équipe.

Relisez votre message 3 fois avant de l'envoyer

Les messages imprécis, incomplets, insuffisamment réfléchis, plein de fautes d'orthographe engendrent de nombreux autres courriels, voire des polémiques. Il est efficace de préparer un brouillon de message, le reprendre après le déjeuner ou le lendemain matin.

Principe n°2 : Restez maître de votre jeu ...

Ne répondez pas trop vite

La plupart du temps, votre réponse sera plus solide après 1 ou 2 nuits de sommeil, quelques recherches complémentaires d'information. Rappelez-vous la différence entre "urgence" et "importance"... Efficacité ne rime pas toujours avec rapidité. Si vous avez à donner une réponse factuelle, rapide, opérationnelle, courte, peut-être vaut-il mieux téléphoner, ou envoyer un mini-message sur le portable du destinataire.

La plupart du temps, il est inefficace de mettre son boss en copie

Vous n'avez pas besoin de justifier votre existence. C'est une fausse idée de penser que mettre son chef en copie permet de se protéger ou de lui rappeler que vous travaillez. Vous n'êtes pas suspect, et votre manager a des indicateurs de votre performance qui ne sont pas basés sur le nombre de courriels qu'il reçoit de votre part. Il est parfois utile, pour des raisons tactiques, de mettre son boss en copie, mais c'est une pratique à utiliser avec précaution et parcimonie. Si vous avez besoin de son approbation pour un sujet délicat, allez lui parler.

¹ Courriel est la traduction importée du Québec du mot anglais "mail", davantage dans l'esprit de la langue française que l'horrible "mèl".

En déplacement, consultez votre messagerie

Votre service informatique peut vous fournir un accès messagerie sécurisé via internet. Ainsi, quand vous attendez dans un aéroport, que vous avez du temps libre chez votre client ou votre partenaire, jetez un coup d'œil rapide à votre messagerie sur n'importe quel ordinateur connecté sur internet. Cela vous fera gagner du temps avant votre retour au bureau.

Utilisez la messagerie électronique

Au milieu du 20^{ème} siècle, le management s'interrogeait sur le bien-fondé d'équiper les entreprises de téléphone pour les employés. Cela fait sourire aujourd'hui. Il en est de même pour la messagerie. Résister à son utilisation revient à vivre à une autre vitesse que le reste de l'entreprise, des clients et des fournisseurs, à utiliser des moyens de management désuet, à terme d'être hors-jeu ou débordé.

Pensez à mettre une formule juridique appropriée en bas de message

Puisque l'outil est devenu un puissant moyen de communication qui dépasse les frontières de l'entreprise, il peut s'avérer nécessaire de prévoir pour chaque message une formule du type : "tout message électronique est susceptible d'altération et son intégrité n'est pas assurée sur internet. La société Bigsuccess ne peut donc pas être tenue responsable de son contenu s'il a été altéré ou modifié. De plus, ce message est strictement personnel et confidentiel. Si vous n'êtes pas destinataire du message, merci de le détruire et d'avertir l'expéditeur".

Ne renvoyez pas les courriels faisant appel à votre générosité

Les chaînes de courriels sont dans l'immense majorité des cas, même si elles proviennent de personnes de confiance de votre entourage, de faux appels à la générosité, voire d'efficaces moyens de diffusion des virus. Il existe de célèbres exemples de tels messages appelant à l'aide pour des personnes malades, alors qu'elles sont décédées depuis des années. Consultez le site qui recense les abus en la matière : www.hoaxbuster.com

Principe n°3 - Choisissez l'outil de communication adéquat

Privilégiez l'utilisation d'outils collaboratifs sur internet ou intranet

Quand on travaille à plusieurs sur un dossier, il est essentiel de travailler sur la même version de document. Dans l'élaboration d'une offre, dans l'écriture d'une spécification, dans la rédaction d'un contrat, les modifications sont permanentes (contenu, orthographe, ponctuation, schémas, ...). Le document vit au rythme des apports de chacun, à n'importe quelle heure. C'est typiquement le lieu d'usages des outils collaboratifs, maintenant disponibles, sécurisés, efficaces, et souvent gratuits.

Pour faire une proposition commerciale à distance, utilisez la webconférence

Quand on fait une proposition commerciale, la qualité de l'offre est aussi essentielle que l'analyse des réactions du prospect. Si on ne peut pas se déplacer ou si faire une offre à distance se révèle parfois nécessaire, il est largement préférable d'organiser une webconférence que d'envoyer un document par courriel. Lors de la présentation en ligne, on est en mode synchrone avec le prospect. On peut ainsi analyser ses remarques et objections, et éviter qu'il n'aille directement en dernière page consulter le prix sans avoir entendu l'argumentation.

Ne répondez jamais aux polémiques par courriel

La résolution de conflits passe par la communication orale. Quand une polémique se déclare à votre rencontre sur la messagerie (y compris si de nombreux témoins sont mis en copies ...), la priorité est à la discussion. Prenez votre téléphone, invitez "l'agresseur" à un café ou à déjeuner, écoutez-le et cherchez une solution gagnante pour vous deux. Il sera alors temps d'informer (par courriel) les témoins de la solution que vous avez habilement su négocier ensemble.

Pour organiser une réunion ne demandez pas les disponibilités par courriel

Si l'agenda partagé en ligne n'est pas encore installé dans votre entreprise, il est beaucoup plus efficace et rapide d'appeler chaque participant à la réunion avec 2 ou 3 options d'horaire, que d'envoyer un message demandant les disponibilités de chacun. Bien entendu, cela ne concerne que les réunions exceptionnelles puisque les réunions régulières (points hebdomadaires, revues mensuelles ...) sont réservées bien à l'avance dans les agendas.

N'utilisez pas le courriel pour les "remue-méninges"²

Pour faire bouillir les neurones en équipe, rien de tel que des réunions appropriées (avec méthodes d'animation participative³), ou l'utilisation d'autres outils "virtuels" (forums, chats, net conférences, vidéoconférences).

N'utilisez pas la messagerie pour les affaires vraiment confidentielles

Postulat : désormais, toute information électronique peut être accessible à d'habiles techniciens ou à des personnes mal intentionnées. La plupart des affaires d'espionnage industriel sont le fait de personnels internes. Un dossier confidentiel se traite en privé, éventuellement au téléphone, avec les personnes réellement impliquées.

Principe n°4 - Faites preuve d'empathie⁴

(mettez-vous à la place du/des destinataire/s)

Evitez d'envoyer des pièces attachées

Les documents attachés sont lourds à utiliser, encombrants à recevoir, difficiles à commenter. En messagerie professionnelle, le contenu est plus essentiel que la forme du contenant : il s'agit de faire passer une information efficace et rapide. Le "format enrichi" des éditeurs des messageries actuelles convient dans une très grande majorité des cas. Pensez au destinataire en déplacement qui, depuis sa chambre d'hôtel, ne parvient pas à récupérer ses messages trop volumineux. Pensez à cet autre destinataire qui n'a pas le logiciel adéquat pour ouvrir votre pièce attachée. Utilisez le format pdf pour être certain que toutes les plates-formes techniques peuvent ouvrir votre fichier.

² la version française de "brainstorming"

³ consultez laurent.derauglaudre@gmail.com à ce sujet

⁴ empathie (définition Hachette) : identification affective à une personne ou une chose. La reconstitution de faits lointains demande souvent à un historien de procéder par empathie.

Vous aimez recevoir des messages concis, précis... vos destinataires aussi!

La plupart des usagers préfèrent ouvrir en priorité les messages apparemment légers (quelques kilooctets) plutôt que les monstres (mégaoctets). Un message synthétique est toujours «un must ».

L'option "message urgent" n'est à utiliser qu'exceptionnellement

Autrement, l'option n'a plus de valeur ... et relisez le conte « Pierre et le loup ». Pour les questions urgentes, utilisez le téléphone.

Ne faites pas d'humour dans vos messages professionnels

Au risque de décevoir certains, l'humour n'est pas d'usage facile par écrit dans le contexte professionnel. Vous ne savez pas quand, où, dans quel état d'esprit le destinataire va recevoir/percevoir votre message. Les dégâts sont parfois inattendus et importants, alors qu'on croyait alléger le débat. Votre message doit être factuel avant tout. Si vous ne pouvez résister à un mot d'humour, pensez à mettre un symbole conventionnel de sourire⁵ :-).

Donnez vos commentaires dans le corps de texte du courriel de l'expéditeur

Interpellé pour donner votre avis, répondez par exemple : "voir mes commentaires ci-dessous signalés entre ***". Cela rend la réponse rapide, contextuelle, et permet d'adresser efficacement toutes les questions.

Posez vous la question de la liste des destinataires

Le(s) destinataire(s) est (sont) ceux de qui vous attendez une réponse ou une action. Les autres sont en copie. Si votre liste de destinataires est pléthorique, la responsabilité de réponse ou d'action est diluée, sauf si le plan d'actions de votre message rappelle qui est responsable de quoi. Il est en tout cas inutile de mettre des destinataires "parce que ça me rassure".

Evitez l'option "répondre à tous"

Dans la liste de distribution, ne choisissez que les personnes que votre réponse intéresse. "Répondre à tous" l'une des causes de la floraison des messages inutiles. Très souvent, une ou deux personnes ont besoin de la réponse. Inutile d'en rajouter une couche.

Répondez à tous les messages qui nécessitent réponse

Il s'agit d'abord de courtoisie, mais aussi d'efficacité ! Si vous ne répondez pas dans des délais raisonnables, l'interlocuteur reviendra (en copiant son management, vexé que vous ne vous intéressiez pas à lui ...). Une tactique habile consiste parfois à faire une réponse d'attente si vous n'avez pas tous les éléments de réponse en vos mains : "j'ai bien reçu ton message. J'ai besoin d'analyser le dossier, je te réponds avant le 15 du mois". Il ne reste plus qu'à tenir l'engagement.

⁵ ou "smiley" en anglais. Il en existe de nombreux autres pour illustrer les propos.

N'écrivez pas en majuscule

Dans la culture internet, écrire en majuscule signifie que l'on crie, que l'on est en colère. A utiliser donc avec précaution.

Pensez à automatiser une signature pour chaque message

La signature de fin de message permet de placer les informations clés toujours nécessaires à vos interlocuteurs : nom, prénom, site internet, numéro de téléphone (fixe et mobile), adresse et courriel, voire une ou deux phrases qui font la promotion de l'activité de votre entreprise.

N'utilisez la copie cachée que dans des cas très particuliers

La copie cachée ne sert pas à secrètement dénoncer son collègue à son chef. La copie cachée sert à envoyer des informations en nombre (exemple : une promotion marketing) à une liste de destinataires qui n'ont pas vocation à être mis en relation. La copie cachée permet ainsi à chaque destinataire de ne pas hériter d'une longue liste de noms d'inconnus en tête de message, et lui évite de commettre l'erreur de faire une "réponse à tous".

A la fin de votre message, remerciez les destinataires

Cela ne fait jamais mal et ne prend pas beaucoup de temps !!!

Principe n°5 - Eduquez votre entourage...**Faites le nécessaire votre équipe, vos collègues, votre chef...**

Quand vous recevez un message inutile pour votre activité, manifestement éloigné de votre mission, demandez à l'émetteur pourquoi il vous a envoyé ce message. Puis, demandez-lui de retirer votre nom de sa liste de diffusion pour ce type de message, sauf s'il vous a convaincu que vous devez rester destinataire. Cette démarche peut être lourde au début, mais elle pèse à terme sur le comportement de votre entourage.

Mettez au point une charte des bonnes pratiques

La messagerie électronique est un jeu d'équipe dont les règles ne sont souvent pas définies. Imaginez la circulation des voitures sans code de la route, 22 joueurs sur un stade avec un ballon mais pas de convention. Elaborer une charte de bonnes pratiques est un moyen d'ancrer les usages dans la durée, et d'instaurer un repère pour les éventuels excès.

Désabonnez-vous

Ne laissez pas les autres décider pour vous. Est-il utile de laisser votre nom dans ces listes de diffusion automatique de messages pour lesquels vous n'avez pas d'intérêt. Vous changez de métier, changez d'abonnements.

Vous partez en vacances, signalez-le

Vous ne voulez pas avoir 300 messages en revenant de vacances. Donc, il est nécessaire, au-delà du passage de témoin indispensable avant de partir pour que votre mission continue d'avancer, d'envoyer

un message court à vos interlocuteurs principaux pour signaler votre absence. Une saine pratique consiste aussi à demander à un collègue discret de surveiller votre messagerie en votre absence, avec quelques instructions de réponses pour les messages cruciaux.

Principe n°6 - Nettoyez votre boîte aux lettres ...

La "boîte de réception" de messages doit être nettoyée tous les jours

Seuls les messages qui ne sont pas encore lus ou ceux auxquels vous devez répondre doivent rester dans la boîte aux lettres. Quand les réponses sont faites, les messages doivent être immédiatement classés ou jetés. Quand il y a plus de 30 messages en suspens dans la boîte aux lettres, la nettoyer devient une priorité.

Le dossier "messages envoyés" doit être nettoyé tous les jours

Ce dossier est une liste "d'actions en cours" permanentes. Le nettoyer veut dire : détruire ou classer les messages pour lesquels l'action est accomplie, renvoyer les messages pour les actions qui ont besoin de relance. Quand il y a plus de 30 messages dans ce dossier, le nettoyer devient une priorité.

Proscrivez l'option "accusé de réception"

Si vous n'avez pas de réponses quelques jours après votre envoi, renvoyez le courriel avec une remarque ferme et gentille rappelant que vous attendez une réponse, ou passez un coup de fil. Recevoir des accusés de réception ne fait qu'encombrer le courrier d'arrivée, est inefficace et ne fonctionne pas avec toutes les messageries.

Créez un dossier fausse poubelle

Parmi les questions difficiles à résoudre est la suivante : "que devrais-je faire de ce message ? Le conserver dans un dossier ou le jeter?" Choisissez une solution qui résout cette angoisse quotidienne : créer un dossier "fausse poubelle". Mettez dans ce dossier tous les courriels en suspens. Par expérience, en moyenne sur 10 messages reçus, 6 terminent leur vie dans ce dossier, 2 sont immédiatement détruits, et 2 sont classés. Et en général, tous les messages vieux de plus de 1 an dans la fausse poubelle peuvent être détruits.

Si vous êtes courageux, abandonnez le classement de vos courriels

En réalité, le classement des messages est une activité fastidieuse et qui ne trouve pas de solution satisfaisante de structure. Doit-on mettre le mail "facture de l'entreprise Trucmuche dans le dossier - factures - ou dans le dossier -Trucmuche ?". On peut maintenant utiliser très efficacement les outils de recherche par mots clés, et garder des Gigas Octets de messages (y compris sur des serveurs internet). C'est bien le fonctionnement de notre mémoire qui engrange indéfiniment et déduit par association d'idées. Il suffit donc de mettre tous les messages dans un dossier "tous les messages", et d'utiliser les outils de recherche.

Dénoncez les Spams

Les Spams, ces messages intempestifs reçus comme du marketing direct à votre adresse mail, est une pratique contraire à la « net étiquette ». Il convient de signaler ces pratiques au responsable informatique de l'entreprise qui peut mettre en place quelques contre-mesures. Ce fléau est aussi à

signaler aux hébergeurs de messagerie en leur renvoyant le Spam reçu à l'adresse:
abuse@nom_de_l'hébergeur.com.

Principe n°7 - 100 fois sur le métier, remettez votre ouvrage...

Au delà de ces bonnes pratiques, toute votre organisation de travail est concernée

Les pratiques énoncées ci-dessus contribuent à une meilleure performance dans l'usage de sa messagerie. Cependant, clarifier votre mission, vos objectifs et priorités, répartir équitablement la délégation de vos responsabilités, passer le temps essentiel à la préparation de vos actions sont des clés capitales pour rendre ces pratiques réellement efficaces. Il est utile aussi de se pencher sur votre rapport au pouvoir et votre acuité à affiner votre communication personnelle.

Ne vous découragez pas

Certains y arrivent, vous pouvez y arriver. Bien entendu, cela nécessite discipline, fermeté, investissement personnel, remise en cause. Si vous appliquez les consignes de ce document, votre efficacité progressera. Si vous prenez le recul d'analyser et sans cesse revoir vos pratiques, vous êtes sur la voie.

Mais ça marche, essayez !

Cette liste de bonnes pratiques n'a pas l'ambition d'être exhaustive. Au-delà du bon sens, ce document vise à poser la question de l'utilisation efficace des nouvelles technologies pour bien manager son parcours...

NB : utilisez le téléphone pour les affaires urgentes ou qui nécessitent négociation, et ne laissez jamais le signal "message en attente" de votre téléphone clignoter (peut-être que votre mère ou votre fils cherche à vous joindre...). Mais ça, c'est une autre histoire !

A propos de l'auteur Laurent de Rauglaudre

- 🕒 Utilise la messagerie électronique depuis 1992 aux Etats-Unis
- 🕒 Métiers pratiqués depuis l'apparition de la messagerie électronique : commercial export, responsable marketing, directeur de filiale, chef de projet, directeur de programme, chef de cabinet du président, créateur d'entreprise, consultant
- 🕒 Equipes managées : jusqu'à 20 personnes en direct, des centaines de contributeurs indirects
- 🕒 17 ans de responsabilités de management international en entreprise

Offre de conseil en management depuis 2003

- 🕒 Coaching de managers et de dirigeants
- 🕒 Diagnostic de management
- 🕒 Création et animation de séminaires
- 🕒 Formation au management, projet, optimisation du temps
- 🕒 Voir le détail de l'offre sur www.laurentderauglaudre.com