

Les règles d'or de la communication écrite par email

La communication par courriels (ou emails) fait désormais partie intégrante du dialogue comme le courrier. Pour toute communication, de nombreuses méthodes subsistent pour rendre ses messages performants. Découvrez nos **10 règles d'or** de la communication écrite par email.

1. Un « Objet » efficace et précis

L'objet de l'email sera l'une de vos priorités ! Ayez toujours en tête que vos destinataires peuvent recevoir jusqu'à 100 emails par jour. Ainsi, un objet indiquant clairement le contenu de votre email est fortement conseillé.

Si vous jugez l'email urgent, débutez l'objet par "urgent" si tel est véritablement le cas. Un abus de cette pratique dévalue vos propos et vos échanges.

Connaissez les mots à éviter dans l'objet tels que "Aide, Gratuit, Argent, Urgent, Augmentez, Gains, Profit, Facile, Maigrir, Performance, Opportunité, Cash, Exceptionnel, Vente privée, Sexe, et tout mot racoleur", pour éviter d'être classé en SPAM par votre correspondant ou les FAI (Fournisseurs d'Accès à Internet).

Et enfin sachez que le classement en SPAM est lié aussi aux habitudes de certains destinataires, lors du traitement des messages reçus (les automates analysent en permanence les habitudes de lecture). La mise en SPAM par eux est reportée aux FAI qui classent de manières différenciées les mêmes messages.

2. Connaître les bases de mise en forme

Telle une lettre, les emails ont bien leurs propres bases de mise en forme.

Quel que soit le destinataire, pensez à bien espacer vos phrases afin de faciliter la lecture. Il se peut que votre destinataire lise cet email via son smartphone (ou tablette). Un texte épuré, écrit dans une police neutre, est donc à privilégier.

Également, il est possible de mettre quelques points importants en police gras, ou de les lister de façon précise, (évités les polices exotiques).

Et aussi éviter les termes "Faites circuler ce Mail", "à diffuser à tous vos contacts" etc... qui sont aussi des indices de SPAM. Si vous respectez ces règles élémentaires vous n'aurez pas trop de souci de délivrance et de blocage.

3. Ne pas négliger les formules de politesse

Les phrases de politesse commençant par "Veuillez agréer..." ne sont pas forcément adaptées dans un email.

Cela dit, la politesse n'est pas à négliger. Il est tout à fait probable de commencer son email par "Cher Monsieur (Madame) X ou Y", "Cher ami X ou Y", "Bonjour X ou Y..." et de le finir par "Cordialement". Souhaiter une "bonne journée" voire "à bientôt" à un interlocuteur proche est tout aussi appréciable.

4. Éviter abréviations, fautes d'orthographe etc...

Malgré la vitesse et l'instantanéité de la communication numérique, les abréviations dans un email peuvent vous défavoriser. Privilégiez plutôt des phrases courtes mais claires, sans abréviations ni fautes d'orthographe. Un email mal écrit peut déprécier votre discours et agacer votre interlocuteur.

Même si en écrivant un email, vous ne vous adressez pas directement à votre interlocuteur, il est conseillé de le connaître un minimum.

5. Éviter les majuscules non nécessaires et les points d'exclamation

Attention, les mots écrits tout en MAJUSCULES ont un effet néfaste sur le message souhaité. Les mots ou phrases écrits en majuscules donnent la sensation que vous criez à votre interlocuteur.

Les points d'exclamation peuvent ajouter une tournure d'obligation ou faire comprendre à tort que vous donnez un ordre à votre interlocuteur. Utilisez donc ces ponctuations avec parcimonie.

Également, si vous savez que votre interlocuteur est pressé ou est souvent en déplacement privilégiez les phrases courtes et les emails directs (avec toujours une formule de politesse) pour faciliter l'échange.

6. Une relecture indispensable

Comme tout écrit numérique, la relecture est indispensable.

Cette relecture vous permettra de vérifier les fautes d'orthographe, la syntaxe de vos phrases, mais aussi le sens de celles-ci, à savoir si vous avez bien réussi à faire passer le message souhaité.

7. Une signature soignée et précise

Tout comme l'objet de votre email, votre signature doit être claire, soignée et précise. Mettez-y les informations nécessaires pour vous contacter et vous identifier clairement et éventuellement des liens à votre site (par exemple votre site familial, personnel, association ou entreprise).

Une création graphique ou le logo peut être attaché, en prenant soin que l'image ne soit pas trop lourde en format.

8. Soigner ses pièces jointes

Si vous souhaitez envoyer des pièces jointes à votre email, n'oubliez pas de les soigner également. Des noms appropriés et précis aideront votre interlocuteur, tandis que les fichiers lourds devront être envoyés par une plateforme de stockage.

Évitez les pièces jointes en "Word" (privilégiez le "pdf").

Un email peut généralement contenir jusqu'à 5 à 100mo de données (voir votre fournisseur d'accès pour votre limite d'émission), attention certains destinataires limitent à 5mo les mails reçus. Si vos fichiers excèdent cette taille, privilégiez un envoi unique via les "Wetransfer", "Dropbox", "Google Drive" ou autres.

Évitez aussi les pièces jointes volumineuses si votre interlocuteur lit ses emails sur un portable.

9. L'envoi du message

Le champ A est bien entendu le plus courant. Il ne doit pas être laissé vide (indice pour vous classer comme "SPAMMEUR"). C'est celui que vous utiliserez toujours par défaut. Il est recommandé de n'indiquer qu'une seule personne dans ce champ. Il ne doit pas également avoir sa propre adresse (indice renforcé de SPAM).

Le champ CC (ou Copie Carbone : un vieux souvenir de l'ère papier...) permet de placer quelques destinataires (le limiter à quelques personnes) en copie d'un e-mail : ils ne sont pas les principaux, ils sont sans doute intéressés par le sujet (il s'agit du champ où l'on indique les personnes que l'on souhaite informer du courriel.) Vous n'attendrez donc pas d'eux une réponse directe. La copie carbone est réservée aux envois s'adressant à des destinataires qui se connaissent et acceptent l'échange groupé (pour respecter la préservation de la confidentialité de leur adresse électronique).

Le champ CCI (ou Copie Carbone Invisible) vous permet d'ajouter un ou plusieurs destinataires cachés à votre message. Aucune autre personne, quel que soit le champ (A, CC ou CCI) dans lequel son adresse a été placée, ne peut le savoir. Néanmoins le fait d'ajouter un ou des destinataires en copie cachée (CCI) peut porter atteinte à la confidentialité de l'échange ou à la vie privée des membres de la correspondance. Le champ CCI n'est pas non plus censé être utilisé pour avancer masqué et tromper les autres destinataires...

Ne jamais ajouter votre adresse seule dans le champ CC : vous êtes presque toujours systématiquement classé comme un spammeur, s'écrire à vous-même n'a aucun sens.

Et enfin n'abusez pas de la copie "CCI", qui doit être l'exception du message, la limiter à quelques adresses, pour éviter d'être classé en "SPAMMEUR", surtout si en plus les champs A et/ou CC sont vides. Évitez les mails de plus de 5-10 destinataires : votre service de messagerie n'est pas approprié pour faire de l'envoi en nombre.

10. "Forwarder" sans regarder (le faire suivre...)

Quel que ce soit le cas de figure, il y a toujours un risque supplémentaire quand on élargit le périmètre de diffusion d'un message, surtout s'il comporte des propos diffamatoires, secrets ou insultants pour une tierce personne. En général, il faut être prudent lorsqu'on choisit de "Répondre à tous" ou de transférer (FWD) un message : penser à faire disparaître les adresses reprises dans les en-têtes, et plus largement, purger le message de tout ce qui n'est pas utile aux destinataires suivants. Et souvent cela contribue à vous classer comme "SPAMMEUR", par le service de messagerie du destinataire.

Important

Les serveurs de gestion de vos mails ne sont pas destinés à faire de l'envoi en nombre. Il y a des logiciels spécialisés pour cela. Chaque service de messagerie (Gmail, La poste, Orange, Yahoo, Hotmail, etc...) dispose de ses restrictions, les limites ne sont jamais explicitement connues, vos abus peuvent entraîner le blocage de la délivrance de vos mails. Sachez que les serveurs expéditeur et destinataire analysent en permanence vos mails. Le non-respect abusif des règles de base risque de vous faire "bloquer".

Ce blocage est souvent temporaire, mais surtout ne pas insister pendant un certain temps vers des adresses "bloquées" (Les FAI débloquent généralement les expéditeurs en quelques jours une fois que les "abus" se font plus rares...). Pour envoyer un message à plus de 10 destinataires simultanément et régulièrement nous vous conseillons une plateforme d'e-mailing comme SendBlaster combiné à turboSMTP (que nous utilisons en version PRO pour les 2) ou Mailchimp ou hubspot ou sendinblue : ils ont tous une version "démonstration" utilisable avec des limites différentes pour chaque (pas nécessairement en français) qui peuvent suffire pour des utilisations occasionnelles.