



Management : Mail efficace, avez-vous les codes ?

Collègue, équipe, clients, fournisseurs, vous êtes amenés à écrire quotidiennement de nombreux mails professionnels. Des codes sont à respecter, surtout si vous attendez en retour des réponses ou un passage à l'action. Voici quelques conseils.

1 - Inscrire l'objet du mail en titre

Pour envoyer un mail dans le cadre professionnel, à l'un de vos collaborateurs ou à votre équipe, il est d'abord conseillé d'utiliser une adresse mail professionnelle et non votre adresse personnelle. En titre, ce mail doit ensuite arborer une phrase claire et précise qui résume son objet. Dès le premier coup d'œil, cela aidera votre interlocuteur à comprendre de quoi il s'agit. L'utilisation de verbes d'action permet renforcera l'importance du mail. Et pensez à inscrire une date dans cet objet si le mail a pour sujet une prochaine réunion de votre équipe.

2 – Avoir une rédaction structurée

Le contenu du mail doit correspondre à son intitulé. Pour être bien compris, votre mail doit être structuré et comporter plusieurs parties. Classiquement la première vise à présenter le contexte par une introduction courte indiquant les raisons du mail. La suite est constituée par le contenu principal du message à faire passer. Celui-ci doit aller droit au but par des phrases courtes, compréhensibles et sans fautes d'orthographe ou de grammaire. Des numéros, des puces pour les actions ou idées essentielles ainsi qu'un surlignage de certains mots, points ou passages clés aideront le lecteur. La conclusion doit enfin rappeler les informations essentielles suite à l'objet du mail. Des éventuelles actions à mener mais aussi le ou les délais impartis pour leur réalisation.

3 - Conserver un ton professionnel

Un mail doit rester un courrier résolument professionnel avec un ton adapté. Pour gagner en crédibilité et asseoir votre leadership, le courrier se doit d’être directif, d’aller droit au but, bien écrit et respectueux. Vous devez ainsi éviter les phrases longues et alambiquées. Aller à l’essentiel, augmentera de surcroît vos chances d’être compris. Les éléments hiérarchiques doivent par ailleurs être conservés tout comme ceux appartenant à la culture d’entreprise. Si vous connaissez bien la personne et que le message est plus informel vous pouvez toutefois utiliser son prénom ce qui aura pour effet de renforcer son attention.

4 - Laisser une ouverture au destinataire si besoin

Si le mail nécessite une réponse, le texte doit s’achever par une formule dédiée. A fortiori si la lettre nécessite un retour rapide, concerne une action à entreprendre, un rendez-vous pour une réunion ou une entrevue. Si besoin, rédigez une phrase est également nécessaire si votre interlocuteur souhaite obtenir des précisions sur le sujet développé dans ce courrier. La sentence peut être plus ouverte du type « Je reste à votre disposition pour en discuter ».

5 – Intégrer des formules de politesse

Même si le mail est très direct et invite à l’action, le ton se doit de rester poli en intégrant dans le texte des formules de politesse classiques. À vous de choisir les salutations adaptées au contexte. Un « Cher collègue » ou un « Bonjour » sont le plus souvent privilégiés pour commencer, adressés à une personne ou à toute l’équipe. Une autre formule appropriée achèvera le message du type « Bien à vous », « Cordialement » ou « Très cordialement » avant le déroulé de vos coordonnées et votre signature avec prénom et nom. Les services de messagerie vous donne la possibilité d’insérer une signature automatique reprenant en fin de texte ces différentes informations (nom, prénom, titre professionnel, téléphone, email...) accompagnées du logo de l’agence.

Pour résumé, un mail se doit d’être structuré, clair et direct. Il doit aborder un sujet unique et être adapté à son destinataire qu’il ne cherchera pas à perdre en cours de lecture en abordant des sujets divers et variés qui n’ont pas de lien direct avec le sujet du mail.

Pour aller plus loin

Les éditions Eyrolles ont sorti en 2018 un guide pour « Etre un pro de l’E-mail ». Réalisé par Sylvie Azoulay-Bismuth, cette bible de 140 pages vous donnera tous les codes pour réussir la rédaction et la gestion de vos mails.