

Chaque courriel que vous rédigez a un but bien défini : communiquer une information, poser une question ou demander au destinataire d'accomplir quelque chose. S'il manque de clarté et de concision, il y a de fortes chances qu'il soit effacé sans même être lu. . .

Quelques conseils de rédaction à garder sous le coude en permanence :

1. **Souvenez-vous de vos cours de français !** On fait plus de fautes en tapant à l'ordinateur que lorsque l'on écrit sur papier. Relisez-vous soigneusement, n'abusez pas des phrases en majuscules qui indiquent que vous criez. Bannissez le langage SMS de vos courriels.
2. « **Certaines petites phrases valent mieux qu'un long discours.** » Un long texte dilue l'attention. Soyez bref : les gens ont tendance à mettre de côté les longs courriels pour y revenir plus tard — ce qui veut souvent dire jamais. Si (vraiment) vous devez écrire un long message, scindez-le en petits paragraphes.
3. **C'est la première impression qui compte.** Ici, c'est l'objet de votre mail : il est donc important de le soigner et de le rendre suffisamment clair pour que le destinataire ouvre le courriel. Utilisez une mention descriptive, comme « Réunion du 30 mai 2013 ».
4. **Un mail, c'est personnel.** Usez de la fonction « Répondre à tous » de votre client de messagerie avec parcimonie, en particulier quand votre réponse ne concerne pas tout le monde, ou quand le mail est adressé à une liste de diffusion. Tous les employés de la société ne sont pas obligés de savoir que vous vous rendez au Noël du CE. . .
5. **Pièces jointes : « plus c'est gros. . . moins ça passe ».** La plupart des serveurs mail imposent une limite sur la taille des messages entrants et au stockage disponible pour chaque utilisateur. Les courriels comportant des pièces jointes très lourdes (plusieurs mégaoctets) peuvent vous être retournés. Pire encore : ils peuvent encombrer la boîte de réception des destinataires et bloquer tous leurs autres messages entrants.
6. **Mail ? Téléphone ? Je me déplace ?** Le mail n'est pas le seul moyen de communication au sein de l'entreprise. Si l'information à donner/obtenir est urgente, ou si la question est complexe, rien de tel qu'un coup de téléphone. Une information sensible ? Direction le bureau du collègue. Le mail, c'est pour le reste. Adaptez-vous !
7. **Restons zen.** Si vous devez traiter une situation délicate ou émotionnelle par courriel, ou si vous êtes en colère, rédigez un brouillon, mettez-le de côté quelques minutes, puis relisez-le pour vous assurer qu'il est diplomatique, professionnel, et relativement neutre. N'oubliez pas : lorsque vous cliquez sur « Envoyer », c'est déjà trop tard. . .
8. « **Salut vieux !** » et autres familiarités sont à exclure, ainsi que les blagues. Souvenez-vous que les courriels que vous rédigez au travail le sont à des fins professionnelles.
9. **Signé Furax.** C'est court, exactement comme une signature de mail : quelques lignes de signature qui donnent des informations utiles (numéro de téléphone, adresse de l'entreprise. . .). Ne la surchargez pas en ajoutant des slogans et autres informations superflues.
10. **Respectez le destinataire. . .** et les standards. Un mail ne s'écrit pas en HTML (certains logiciels de messagerie sont incapables d'afficher les mails en HTML, et si vous envoyez un mail, c'est pour qu'il soit lu, non ?), avec un bout de texte dans une fonte exotique en taille 42 (qui pique les yeux) et le reste en Arial taille 10, mais en « plain text » (texte brut). Les codes usuels utilisent des symboles : **\*gras\***, */italique/*, **souligné** . . .