

Accueil » Tout sur CGA-Canada » CGA Magazine » 2004 » Juill.-Août » Vous avez du courrier

Vous avez du courrier

Savoir-être

Vous avez du courrier

Quelques trucs utiles pour éviter les pièges du courrier électronique

TIRÉ DU NUMÉRO : JUILL.-AOÛT 2004 | PAR MERGE GUPTA-SUNDERJI

En 2003, dans le cadre de son enquête sur les allégations de manipulation des prix de l'énergie par Enron, la Federal Energy Regulatory Commission (FERC) a saisi, à titre de preuve, les quelque 1,6 million de messages électroniques stockés sur les serveurs de la société, puis les a affichés en ligne à des fins d'examen. Puisque les employés d'Enron utilisaient couramment le système de courrier électronique à des fins personnelles, des milliers de messages de nature privée ont été affichés publiquement, y compris le nom des expéditeurs. Quiconque avait accès à Internet pouvait consulter des documents confidentiels, notamment les évaluations de rendement des employés et les détails de la rémunération des dirigeants. Qui plus est, on trouvait dans certains messages les relevés bancaires ou le numéro d'assurance sociale d'employés. La FERC a finalement retiré les messages où figuraient des numéros d'assurance sociale et des évaluations de rendement, non sans embarras pour plusieurs.

Tous ont tiré de douloureuses leçons du fiasco. Les employés ont appris qu'il est imprudent d'utiliser le système de courrier électronique pour envoyer des messages contenant de l'information personnelle ou confidentielle dont la publication pourrait créer du tort ou de l'embarras à qui que ce soit. Les employeurs ont établi des lignes directrices plus strictes afin de distinguer les messages d'affaires et les messages personnels dans le but d'éliminer les communications de nature autre que commerciale, juridique ou réglementaire.

Le courrier électronique est devenu un élément essentiel de la communication d'affaires, comme en témoignent les boîtes de réception surchargées d'annonces, de correspondance et de pourriel. Et, dans ce monde parfois déconcertant, l'étiquette nous amène à nous poser trois questions : Le courrier électronique est-il le format approprié pour le message? La formulation du message est-elle appropriée? Comment gérer efficacement de gros volumes de courrier électronique?

Le courrier électronique est-il le format approprié pour le message?

Le courrier électronique est le moyen idéal de communiquer de façon simple, rapide et peu coûteuse. Par son format électronique, il constitue un moyen de communication souple, et parfait pour communiquer avec une personne que l'on ne peut joindre par téléphone. Il s'agit également d'un moyen efficace de communiquer avec plus d'une personne à la fois tout en conservant une preuve écrite de la communication — une trace électronique — à laquelle on peut accéder à des fins de suivi et de documentation. Cependant, malgré les nombreux avantages qu'il comporte, le courrier électronique ne constitue pas toujours le format le plus approprié.

Gardez à l'esprit que les communications par courrier électronique ne sont pas privées. La plupart des sociétés

précisent dans leurs politiques que les messages électroniques envoyés et reçus au travail leur appartiennent, donc que les messages doivent être brefs et de nature professionnelle. Le courrier électronique n'est pas le format le plus approprié pour des messages longs, complexes ou qui exigent de la négociation. Songez à la confidentialité, pour vous, votre employeur et votre correspondant. Tenez compte également de la sensibilité du contenu. Il ne s'agit pas du meilleur outil pour effectuer une évaluation du rendement, puisque l'on pourrait saisir la correspondance à titre de preuve si l'employé en question déposait une plainte pour congédiement injustifié.

Évitez le courrier électronique si votre message a une charge émotive. Comme dans toute communication écrite, il est plus difficile de déceler les signes d'émotion dans un message électronique, fautes de gestes ou de langage corporel, ou encore de ton ou d'inflexions de la voix. Répondre tout de go, sans réfléchir et avec colère, à un message peut déclencher un échange explosif où les pointes sont lancées à qui mieux mieux et où, à chaque message, le degré d'émotivité augmente, tout comme le nombre de destinataires en cc.

Enfin, rappelez-vous que le courrier électronique ne peut pas remplacer une communication face à face. N'utilisez pas le courrier électronique pour éviter le contact direct avec quelqu'un. Il s'agit d'un outil d'affaires qui convient à certaines situations, mais pas à toutes.

La composition du message

Puisque la plupart d'entre nous sommes inondés de messages électroniques à un point tel qu'il est difficile de les lire tous, il est essentiel que le message soit clair. Si votre message est difficile à déchiffrer, non seulement votre destinataire le classera au bas de sa liste de priorités, mais il risque aussi de s'en offusquer, ce qui ne constitue pas le meilleur point de départ d'une relation d'affaires solide.

Un message électronique se compose généralement de cinq parties : l'objet, l'appel, le corps, la conclusion et la signature.

- Un message doit inclure une ligne de mention d'objet éloquente pour que vos destinataires le lisent et y donnent suite. Les gens qui reçoivent énormément de messages se basent généralement sur la **ligne de mention** d'objet pour décider de lire ou de supprimer un message. Idéalement, on devrait limiter celle-ci à 10 mots.
- L' **appel** peut être informel, comme *Bonjour*, mais il est préférable d'utiliser le nom de la personne à qui l'on s'adresse, p. ex. *Monsieur Leclerc*, *Bonjour Annie*, ou tout simplement *Charles*.
- Le **corps** du message doit comprendre trois éléments : le contexte ou la mise en situation, afin que le lecteur puisse comprendre sans devoir consulter constamment des messages antérieurs ou des documents de référence; une explication détaillée ou des réponses à chaque question ouverte ou inquiétude; et un appel à l'action (ou une question à régler). Ce dernier point est l'élément le plus important du message puisqu'il indique à votre destinataire vos intentions à son égard. Plus il est simple et direct, plus les gens sont susceptibles d'agir en conséquence.
- La **salutation** est nécessaire avant d'insérer votre signature, par exemple *Cordialement*, *Merci* ou, plus informel, *Au revoir!*
- Enfin, insérez une **signature** qui comprend vos coordonnées, dont votre nom complet, votre titre, le nom de votre employeur, l'adresse et les numéros de téléphone, de télécopieur, de téléphone cellulaire ou de téléavertisseur. Ainsi, les destinataires pourront répondre à votre message de la façon de leur choix ou encore l'acheminer ou l'imprimer sans devoir chercher vos coordonnées.

D'autres éléments doivent être pris en considération. N'écrivez jamais un courrier électronique en lettres majuscules. En plus de rendre la lecture plus difficile, l'utilisation de majuscules équivaut à crier. N'oubliez

pas non plus de vérifier l'orthographe avant d'envoyer votre message. La relecture est une étape critique de la production de documents écrits, et les messages électroniques ne font pas exception.

Comment gérer un gros volume de messages

La responsabilité de gérer le « fouillis » de messages appartient à la fois à l'employeur et à l'employé. Les organisations doivent mettre en œuvre des normes destinées à encourager une utilisation efficace et appropriée sur le plan éthique et juridique, du courrier électronique, et les faire respecter. Elles doivent établir des directives claires sur l'utilisation acceptable du courrier électronique au travail, y compris des directives sur l'échange de secrets, de blagues et de chaînes de lettres.

Tout aussi important, il incombe aux employés de bien organiser leur boîte de réception. La stratégie suivante est efficace pour trier le contenu de votre boîte de réception et assurer le roulement des messages :

- Votre première décision est de **supprimer** le message ou non. Vous n'êtes pas obligé de conserver tout ce que vous recevez, ni de lire tous les messages en entier.
- Si vous ne supprimez pas le message, vous pouvez décider de **déléguer**. Quelqu'un d'autre peut s'en occuper? Le cas échéant, acheminez le message en suivant les lignes directrices énoncées précédemment. Utilisez cette option judicieusement, cependant, puisque vous ne voulez pas non plus embourber la boîte de réception des autres.
- Votre troisième option est d' **agir maintenant**. En général, si vous pouvez donner suite à votre message en moins de deux minutes, faites-lesur-le-champ. Si vous avez besoin de plus de deux minutes, prévoyez un moment pour le faire plus tard.
- Votre dernière option est de le **classer**. Il est important de conserver certains messages électroniques, mais reconsidérez l'option de supprimer un message avant de le classer. Demandez-vous si vous avez vraiment besoin de conserver l'information, ou s'il vous sera possible d'y accéder ailleurs au besoin.

N'abusez pas non plus de l'option « cc » dans vos messages. Elle ne revient souvent qu'à engorger la boîte de réception des autres. Et évitez de joindre d'énormes fichiers à vos messages puisqu'ils ralentissent la transmission sur les réseaux.

Au moment de son invention à la fin des années 1960, le courrier électronique « était principalement un système que les cracks de l'informatique de UCLA utilisaient pour jouer à "Donjons et dragons" avec leurs semblables du MIT » [Loftus, Margaret; *U.S. News*; 22 mars 1999]. Aujourd'hui, il est devenu l'un des moyens de communication le plus utilisé dans le monde des affaires. En suivant des lignes directrices rigoureuses, vous constaterez rapidement à quel point cet outil de communication peut vous aider plutôt que vous nuire.

[Haut de la page]

Merge Gupta-Sunderji, M.B.A., CGA, contribue à faire des gestionnaires des leaders. Pour la joindre, consultez son site Web (www.mergespeaks.com) ou composez le 403 605-4756.

© 2014 CGA-Canada

- PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS
- EMPLOIS
- CONTACTEZ-NOUS
- PLAN DU SITE
- RSS