

## A. Rédigez des mails exploitables

### 1. Approche écologique des e-mails

#### a. Aperçu de la situation

Si vous avez déjà mis en pratique les conseils prodigués dans le premier chapitre, vous avez pu vous rendre compte que déterminer des critères fiables et efficaces pour le tri des messages entrants pouvait être une tâche ardue, et qu'une fois les règles automatiques appliquées, un certain nombre de messages restent à classer manuellement. Ces difficultés peuvent avoir des origines diverses :

- ▶ La multiplicité des expéditeurs ; si vous travaillez par exemple pour de gros projets d'entreprise impliquant plusieurs équipes d'interlocuteurs, chaque message est souvent mis en copie d'équipes entières dont potentiellement chaque membre peut répondre, rendant le tri par expéditeur délicat.
- ▶ Les sujets de messages vides ou non discriminants qui passent au travers du tri ou provoquent des erreurs d'aiguillage.
- ▶ Les conversations dont le sujet dérive : l'objet du message n'a plus rien à voir avec le contenu des derniers messages échangés.
- ▶ L'utilisation tous azimuts de la messagerie électronique.

Comme il n'existe aucune contrainte ou règle stricte de rédaction ou d'adressage des messages, chaque expéditeur fait ce qu'il peut et ce qu'il veut et c'est au destinataire de batailler avec le flux des messages entrants.

Batailler, règle stricte, contrainte... est-ce vraiment la seule voie possible ?

## b. Les errements du système

La communication par e-mail n'est guère différente de la communication orale. Elle permet à plusieurs individus d'échanger des informations de manière plus ou moins formelle, chaque individu interprétant et respectant à sa manière un ensemble de règles, pour la plupart d'origine culturelle. Comme par oral, vous choisissez vos interlocuteurs, vos mots et le ton du message.

Mais contrairement à la communication orale, l'exercice de l'e-mail impose certaines limites et permet d'en dépasser d'autres :

- ▶ Il s'agit de communication écrite, laissant des traces et ne permettant pas la correction simultanée.
- ▶ Une remarque humoristique peut ne pas être comprise ou être mal interprétée.
- ▶ Il vous est impossible de voir en direct l'effet de vos mots sur vos interlocuteurs.
- ▶ La rédaction d'un message est beaucoup plus lente que la parole, ce qui amène certains à utiliser un langage très succinct, peu compréhensible, voire impoli.
- ▶ L'e-mail aplatit la pyramide hiérarchique, supprime la distance et les contraintes physiques de la communication : tout le monde peut communiquer avec tout le monde, n'importe où, et quel que soit le nombre ou la position hiérarchique des destinataires.
- ▶ Il est possible de s'adresser très facilement à un nombre conséquent de personnes, sans avoir à les réunir en même temps dans un même lieu. Cette facilité amène certains à diffuser très largement leurs e-mails, sans réelle utilité, encombrant de ce fait une multitude de boîtes aux lettres.
- ▶ Il est très facile de faire suivre un message à un interlocuteur qui n'était pas initialement destinataire d'un message, qui à son tour pourra faire de même. Le cercle de la confidentialité peut ainsi être très facilement brisé.
- ▶ Avec l'adjonction de pièces jointes, les e-mails permettent des échanges d'information très documentés à faible coût. Hormis la confidentialité de certains documents qui peut là encore être compromise, vient s'ajouter le problème de l'espace de stockage qu'ils occupent ainsi que les problèmes de classement et de gestion de version.

En tant qu'utilisateurs de la messagerie électronique, nous participons tous à ces échanges et générons de ce fait nous aussi plus ou moins de pollution dans le système. Le problème à ce niveau n'est plus uniquement un problème technique (comment puis-je trier au mieux mes e-mails entrants ?), mais bien comment puis-je influencer sur le système pour que cette tâche soit plus aisée, à la fois pour moi, mais aussi pour les autres.

### c. Un peu d'écologie

Nous entendons ici écologie dans son sens le plus large, à savoir l'étude des interactions des individus avec leur environnement, c'est-à-dire, pour le domaine qui nous concerne, l'impact que chaque utilisateur de la messagerie électronique peut avoir sur les autres utilisateurs et le système de messagerie lui-même.

Pour illustrer le propos, nous allons développer ici un exemple.

Imaginons la situation suivante : une intervention technique doit être réalisée sur le système informatique d'une entreprise. Cette intervention aura potentiellement des conséquences sur la disponibilité de l'informatique. La société de service en informatique et son client se sont mis d'accord sur le principe, il ne reste qu'à fixer une date d'intervention. Le responsable technique de l'entreprise cliente envoie donc un e-mail à son contact commercial chez le fournisseur informatique pour proposer des dates d'intervention (étape 1).

Le commercial fait suivre la demande au chef du service de maintenance qui doit réaliser l'intervention (étape 2). Ce dernier planifie l'intervention et en charge un technicien. Pour cela, il envoie un e-mail au commercial pour l'informer de la date d'intervention proposée ainsi que du nom du technicien, qu'il met en copie du mail pour l'informer (étape 3).

Le commercial informe son client de la date choisie (étape 4). Ce dernier donne son accord et valide la date (étape 5). Le commercial fait suivre au responsable de la maintenance ainsi qu'au technicien (étape 6) et met en copie le responsable commercial. Enfin, le client prévient les cinq chefs de service de la date fixée et leur rappelle la possible indisponibilité du système informatique (étape 7).

Cet exemple se déroule dans un monde idéal où aucun problème organisationnel ou technique ne vient troubler la bonne marche de l'intervention : tout le monde travaille ici en bonne entente et maîtrise pleinement son sujet.

Le tableau suivant résume les échanges d'e-mails, la dernière colonne comptabilise le nombre de messages générés.

Échanges 1 : usage optimisé					
Étape	Expéditeur	Destinataire(s)	En copie	Contenu du message	Nombre
1	<i>Client</i>	<i>Commercial</i>		<i>Proposition de dates</i>	1
2	<i>Commercial</i>	<i>Chef maintenance</i>		<i>Transfert proposition</i>	1
3	<i>Chef maintenance</i>	<i>Commercial</i>	<i>Technicien</i>	<i>Validation de la date</i>	1 + 1
4	<i>Commercial</i>	<i>Client</i>		<i>Planning d'intervention</i>	1
5	<i>Client</i>	<i>Commercial</i>		<i>Validation finale</i>	1
6	<i>Commercial</i>	<i>Chef maintenance + Technicien</i>	<i>Responsable commercial</i>	<i>Validation finale</i>	1 + 2
7	<i>Client</i>	<i>Chefs de service (5)</i>		<i>Date d'intervention</i>	5

Au final, cette prise de rendez-vous a fait transiter sur le système quatorze messages électroniques et impliqué quatre personnes directement concernées par la planification de l'intervention et six autres pour information (les cinq chefs de service et le responsable commercial).

Malheureusement, pour gagner du temps, être sûr d'informer tout le monde sans risque d'oubli, mais aussi par facilité, nous pratiquons souvent la mise en copie systématique des messages et de leurs réponses à toute personne plus ou moins intéressée par l'information.

Dans ce mode de fonctionnement, à l'étape 1, le client met en copie les cinq chefs de service, afin qu'ils soient informés que la demande a été faite ainsi que des dates proposées. À son tour, le commercial met en copie son responsable du message transféré au chef de la maintenance (étape 2).

Le chef de la maintenance répond au commercial en mettant en copie l'ensemble de l'équipe technique, afin que chaque technicien soit informé de l'intervention. Et comme la demande du commercial comportait le responsable commercial en copie, il l'inclut également dans sa réponse comme il est d'usage (étape 3).

Le commercial propose ensuite la date à son client, toujours en mettant en copie son responsable (étape 4), le client valide la date avec mise en copie des chefs de service (étape 5), et enfin, le commercial transfère la validation du client à l'équipe technique ainsi qu'à son responsable (étape 6).

Échanges 2 : usage non optimum					
Étape	Expéditeur	Destinataire(s)	En copie	Contenu du message	Nombre
1	<i>Client</i>	<i>Commercial</i>	<i>Chefs de service (5)</i>	<i>Proposition de dates</i>	1 + 5
2	<i>Commercial</i>	<i>Chef maintenance</i>	<i>Responsable commercial</i>	<i>Transfert proposition</i>	1 + 1
3	<i>Chef maintenance</i>	<i>Commercial</i>	<i>Équipe technique (6) + Responsable commercial</i>	<i>Validation de la date</i>	1 + 7
4	<i>Commercial</i>	<i>Client</i>	<i>Responsable commercial</i>	<i>Planning d'intervention</i>	1 + 1
5	<i>Client</i>	<i>Commercial</i>	<i>Chefs de service (5)</i>	<i>Validation finale</i>	1 + 5
6	<i>Commercial</i>	<i>Chef maintenance</i>	<i>Équipe technique (6) + Responsable commercial</i>	<i>Validation finale</i>	1 + 7

À la fin de cet échange, nous constatons qu'en tout 32 messages ont été échangés entre les quatre mêmes personnes directement concernées par la planification de l'intervention et onze autres pour information (les cinq chefs de service, les cinq autres techniciens et le responsable commercial). Plus de deux fois plus de messages ont donc transité sur le système et près de deux fois plus de personnes indirectement concernées ont été impliquées dans ces échanges, et ce pour une valeur ajoutée négligeable. Nous pouvons en effet supposer que les cinq techniciens ne participant pas à l'intervention seront de toute façon informés par un autre moyen opérationnel que la messagerie (planning opérationnel ou réunion d'équipe).

Les échanges décrits ici ne concernent qu'une part infime de l'activité d'une entreprise. Nous pouvons imaginer que cet échange a été précédé de tous ceux qui concernaient la préplanification de l'intervention et les conditions commerciales, et sera suivi par la préparation puis la réalisation concrète de l'intervention et enfin sa facturation. De nombreux autres messages transiteront par les serveurs et seront chargés sur les ordinateurs des destinataires. Chacun d'entre eux prendra ensuite du temps pour les lire et les classer, chaque message prenant une certaine place sur le disque de l'expéditeur et celui des destinataires.

Cet exemple, certes caricatural, nous permet de mesurer l'impact concret de nos habitudes de communication par e-mail. Ces habitudes sont souvent implantées dans toute l'entreprise et sont parfois même recommandées pour des raisons de traçabilité par exemple, et parfois même d'efficacité !

## B. Choisissez les bons destinataires

### 1. Lancer une conversation

Nous avons vu dans l'exemple développé précédemment que l'habitude consistant à mettre systématiquement en copie toutes les personnes potentiellement concernées produit un surnombre considérable de messages qui n'apportent pas clairement de valeur ajoutée et pollue de manière certaine un grand nombre de boîtes e-mail.

Pour conserver le maximum d'efficacité à vos messages, il vous faut choisir les destinataires avec le plus de pertinence possible et soigner votre image de correspondant de qualité : vos e-mails sont réputés clairs, efficaces, précis et utiles.