

## COMMENT RÉDIGER UN MAIL PARFAIT EN 4 ÉTAPES

### Quatre étapes à suivre pour faire bonne impression

L'e-mail est le moyen de communication le plus répandu. Qu'il soit adressés à un collègue, au N+1 ou à un client important, une trentaine de messages électroniques sont envoyés et reçus chaque jour par les employés. Véritable vitrine d'un business et miroir de la personnalité de celui qui l'envoie, il est important de ne pas se louper au moment de sa rédaction. Pour cela, Dan Tynan, journaliste spécialisé dans le monde de l'entreprise, dispense sur son blog Profit Minded, les quatre étapes primordiales à la rédaction de l'e-mail parfait.

#### 1. Faire preuve d'adresse

Votre adresse est la première impression que vous donnez à votre interlocuteur. Elle est le seul indice qu'il a de vous s'il ne vous a jamais rencontré et il est donc primordial de bien la choisir. Pour cela, oubliez les surnoms niais et les hébergeurs surannés car qui prendrait au sérieux un fan2kart77 ou un Patrick@caramail.com ? "AOL, Hotmail, ou n'importe quoi qui finit en .net, donnent l'impression que vous n'avez aucune idée de ce qu'est un e-mail. Si vous dirigez votre entreprise, une adresse pareille est le carton rouge assuré parce qu'elle n'est pas reliée au nom de votre business", explique Taylor Aldredge, représentant de la compagnie téléphonique Grasshopper. Alors pour quelques euros par mois, faites l'effort de payer un nom de domaine. Votre crédibilité en dépend.

#### 2. Le choix de l'objet

Il faut savoir soigner le choix de l'objet car cette petite ligne agit comme un sésame et déterminera de l'ouverture ou non de votre message. L'objet doit être simple, grammaticalement correct et court (ne pas excéder 50 caractères). Si votre message a un angle particulier, utilisez-le, car le plus précis votre objet est, le plus votre interlocuteur lira votre message. Enfin, évitez le jargon de publicitaire ou les mots alarmants comme "Aide", "Pense-bête" qui pourraient faire prendre à votre mail la voie damnée des spams.

#### 3. Délivrer le bon message

Un e-mail n'est pas un texto, mais pas question non plus de tartiner un pavé qui ferait passer Les Misérables pour une nouvelle. Selon l'agence de marketing digital Knotice, quatre e-mails sur dix sont lus d'un téléphone portable. Il faut donc faire concis et efficace, soit cinq phrases maximum dans un français correct, sans faute d'orthographe, sans majuscules abusives et avec une ponctuation sobre. Quant aux pièces jointes, ne les envoyez que si elles vous sont expressément demandées ou nécessaires. Avec tous les virus qui traînent, vos interlocuteurs pourraient se montrer réticents à les ouvrir, sans parler des documents lourds qui ralentissent toute une connexion Internet.

#### 4. Apposer sa signature

Votre signature est votre carte de visite. Laissez au placard ou à vos pseudos Facebook les citations inspirantes et les illustrations kawaiï. La signature doit uniquement contenir les informations nécessaires, c'est à dire votre nom et prénom, le poste que vous occupez, le nom de la compagnie pour laquelle vous travaillez, son adresse postale et votre numéro de téléphone.

En savoir plus : [http://www.gentside.com/e-mail/comment-rediger-un-e-mail-parfait-quatre-etapes-a-suivre-pour-faire-bonne-impression\\_art49242.html](http://www.gentside.com/e-mail/comment-rediger-un-e-mail-parfait-quatre-etapes-a-suivre-pour-faire-bonne-impression_art49242.html)

Copyright © Gentside