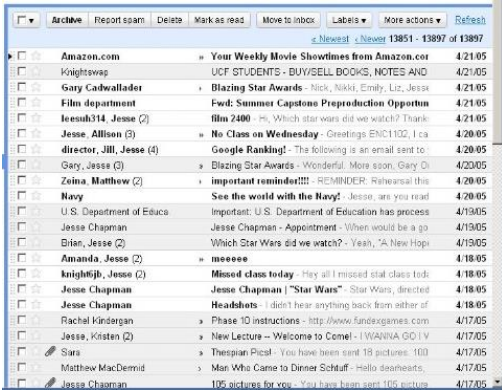


GESTION EMAIL

Débordé voire submergé par la gestion des emails ? voici quelques bonnes pratiques que je suis pour traiter une centaine de mails quotidiens (avec moins de 5% de messages vraiment sans intérêt) !

Quand vous lisez vos emails, vous les traitez !



Combien de boîtes de réception mail ressemblent à cela ? une longue liste de messages lus et non-lus en vrac, étalée sur plusieurs jours voire sur la durée de vie de la [boîte mail pro](#) .. Cela ressemble à la vôtre ?

Posez-vous ces questions :

- Combien de fois cette liste est-elle parcourue dans la journée ?
- Quel est le temps perdu à parcourir cette liste ?
- Combien de fois relisez-vous un mail que vous avez déjà lu ?
- Combien de fois ouvrez-vous un mail pour savoir ce qu'il

contient, pour vous dire « *ah oui ok ..* », le refermer et le rouvrir le lendemain parce que vous ne vous souvenez déjà plus .. ?

- Combien de fois ouvrez-vous un mail pour savoir ce qu'il contient, pour vous dire « *Ah oui ok il faut que j'y réponde ..* », « *Pfff je ferai ça demain* », le refermer et le rouvrir le lendemain pour vous dire la même chose ?
- Quel niveau de stress est généré par ces nombreuses lectures ?

C'est comme si vous aviez une pile de DVDs ou Blue Rays dans votre salon sans boîtier ni inscription et que tous les soirs vous les regardiez un par un sur votre TV pour choisir votre film. Ca vous paraît ridicule ? une perte de temps ?

Prenons un peu de recul.



Information ou action ? On peut distinguer deux types de mail :

– **le mail d'information** : on en prend connaissance, on le lit, on retient ce qu'il y a retenir pour pouvoir se dire « *ah oui j'ai reçu un mail à ce propos* » et on l'archive. Si on a besoin de retrouver l'information on a retenu des méta-informations nécessaires pour le rechercher : expéditeur, date ou période, ... ou bien on a déjà retenu l'information. Le mail n'est lu qu'**une seule fois**.

– **le mail nécessitant une action** : le mail va demander une action de notre part (une réponse, une tâche à effectuer). Si la réponse prend moins de 5 minutes, on le traite dans le cadre de l'activité email et on l'archive. Sinon, on se crée une tâche dédiée si la réponse demande plus de temps. On peut du coup planifier cette tâche et indiquer au demandeur le délai de réalisation de cette tâche. Il est ainsi prévenu et peut s'organiser en conséquence et vous aussi. Le mail est lui aussi archivé car une tâche lui est dédiée. Le mail est donc lu **une seconde fois pour son traitement effectif**.

A chaque fois que vous lisez un mail, demandez-vous quel type il s'agit et traitez-le en conséquence ! Une fois que vous avez traité vos emails, votre boîte de réception doit donc être vide. A vous de jouer !

Comment trier, ranger, organiser ses emails... ou pas ?

On a vu dans un précédent article, qu'un [email ne se lit au maximum que deux fois](#). Si on reste sur une moyenne de 100 emails par jour, on en conserve 95, cela représente plus de **20000 mails à l'année** dans la [boîte mail pro ou perso](#) rien que sur les jours ouvrés. Heureusement qu'on ne les lit que deux fois finalement...

Il faut aussi de l'espace disque pour les stocker et surtout une manière de les organiser car **si on les stocke c'est pour pouvoir les retrouver**. Si on ne peut pas les retrouver, autant les supprimer ...

Organisation des emails : arborescence ou mots-clés ?



Pas besoin d'avoir une arborescence complexe à multiples niveaux du moment que :

- le client mail (client lourd type Outlook ou webmail type gmail) permette une **recherche rapide** (un champ de recherche / filtre toujours visible) sur un mot-clé dans différents champs (expéditeur, sujet, ...) et une recherche avancée sur plusieurs champs
- on utilise des **mots clés pertinents dans les sujets** et dans le contenu
- on **éduque** nos interlocuteurs à utiliser des mots-clés pertinents dans leurs sujets de mails

Montrez l'exemple et prenez le réflexe de donner un sujet de mail avec au moins un mot-clé : le nom du client, le nom du projet, le nom de l'activité, voire les trois : « *Auchan – Projet Caddie – Phase de recette : demande de relecture des scénarios* ».

Quels sont les avantages de mettre des mots-clés pertinents ?

1. Cela permet de gagner et faire gagner du temps puisque chacun sait d'un coup d'oeil **ce que va contenir le message**
2. Cela vous permet de définir **ce que vous allez écrire dans votre message** : ça paraît anodin, mais commencer un message avec un sujet mal défini ne laisse rien présager de bon pour le contenu
3. Cela permet de faire une **recherche** aisément sur un mot clé du sujet, de filtrer une liste de messages ou de les trier
4. Cela permet rapidement de savoir s'il s'agit **d'un mail d'information ou un mail de demande d'action** (voir [article précédent](#))

ET s'il n'y avait qu'une seule chose à retenir ce serait : **Quel sujet de message écrire si je devais le retrouver avec un mot-clé lors d'une recherche ?**

Prenez soin de vos sujets d'emails

Personnellement, je déteste recevoir un message sans sujet, car si je l'archive, ça limite la facilité de la recherche. Une erreur peut arriver mais dans ce cas, quand je réponds, je tâche de **modifier le sujet pour savoir de quoi ça parle**.

Dans les nombreuses discussions que l'on est obligé de suivre (parce qu'une réunion de 10 minutes aurait été beaucoup plus efficace), quand je réponds je finis toujours par **nettoyer** les « RE:RE:RE: » et « FW:FW: ». Quand ils sont (dé)multipliés, ils n'apportent rien et diminuent la facilité de lecture du sujet.

Il faut **éviter le sujet URGENT** seul qui n'apporte rien en termes de priorité et de connaissance du contenu du mail. C'est urgent pour l'expéditeur ou pour le destinataire ? Et surtout, de quoi parle-t-on ? C'est urgent de trouver une solution alternative aux énergies fossiles ou bien c'est urgent de payer une facture sinon il y aura des pénalités ? C'est urgent pour dans 3 semaines ? Mettez-vous à la place de votre interlocuteur.