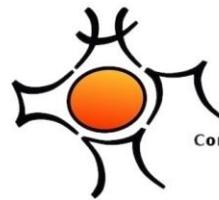


E-mails : pirates de votre entreprise ?

Wel'Com-Hom News



Communication & Management
Hommes & Méthodes

Com-Hom est partenaire des entreprises pour fédérer les énergies au service d'une performance durable.

www.com-hom.com

Petit déjeuner RH du 4 Juin 2013 : Nos bonnes pratiques dans l'utilisation des e-mails



« *N'en jetez plus, la boîte est pleine* » : nous recevons en moyenne 78 mails professionnels par jour (source le Monde Economie 14 Avril 2013).

- Comment utiliser cet outil de manière optimum et faciliter la communication ?
- Comment s'organiser pour optimiser notre temps de traitement et diminuer les perturbations ?
- Quand le mail est-il le moyen de communication adapté ? Quand vaut-il mieux utiliser un autre mode de communication ?

Le 4 Juin 2013, le petit déjeuner RH de Com-Hom fut l'occasion d'un moment convivial : mise en situation ludique pour échanger sur la thématique des e-mails. Identifier l'impact de nos pratiques permet de leur donner du sens.

Voici une synthèse des bonnes pratiques échangées...



... concernant la manière de formuler les mails pour faciliter la communication



Nos pratiques	L'impact, les conséquences
Relire le texte, se mettre à la place du destinataire	Eviter les formulations rapides, sources parfois de malentendus.
Proposer 1 ou plusieurs solutions alternatives lorsqu'on pose un problème.	Je reçois plus de réponses et plus vite.

Nos pratiques	L'impact, les conséquences
Privilégier le mail à destinataire unique, personnaliser le mail.	La personne destinataire sent l'intention personnelle, se sent impliquée et répond plus rapidement.
Respecter les plages horaires de travail pour envoyer les mails (quitte à les préparer préalablement dans brouillon).	Pour moi : déconnexion mentale sur les plages familiales Pour les collaborateurs : La réception d'un mail « hors horaires de travail » perturbe et met mal à l'aise : dois-je y répondre immédiatement ? Est-il plus urgent que les autres ? Est-ce normal que je ne travaille pas le WE ?
Clarifier la notion de demande « urgente » : « <i>Pour quand, pourquoi, ce que cela va permettre</i> ». Remercier pour la prise en compte de l'urgence (reconnaissance). Donner un retour sur ce que la réponse dans les temps a permis (feedback).	La réponse est plus précise et dans les temps. Si une situation d'urgence se produit, elle est crédible : on sait que la fois précédente cela avait été utile.
Un sujet par mail ou regroupement de sujets qui a un sens.	Cela permet au destinataire de traiter les différents sujets indépendamment. Cela permet de se focaliser sur le sujet (sinon, risque qu'un des points échappe au destinataire). Le champ « objet » a un sens.
Dans le choix des destinataires : respecter les missions et responsabilités.	Préserver la confiance et la responsabilisation de chacun. Efficacité puisque l'on a envoyé la demande à la bonne personne.
Je mets en « CC » lorsque la personne n'a rien à faire.	Clarification des attentes.
Indiquer clairement dans le mail qui doit répondre et à qui (moi uniquement, à tous).	Diminuer les mails inutiles Eviter des débats et centraliser les réponses
Purger sa colère, son émotion avant de répondre pour pouvoir revenir sur l'essentiel : l'objectif.	La colère retombe, le destinataire ne la ressent pas, l'escalade est évitée, on peut se focaliser sur le travail. La personne est respectée.
Indiquer clairement si on souhaite une confirmation lorsque l'action est réalisée.	Gain de temps pour chacun.
Placer le nom du/des destinataire(s) quand le mail est fini. Ouvrir les pièces attachées avant envoi.	Eviter les erreurs d'envoi.

... concernant l'optimisation de notre temps



Nos pratiques	L'impact, les conséquences
Enlever le signal sonore d'arrivée des mails.	Je reste maître du moment où je traite mes mails. Je me préserve des moments de concentration non interruptibles. Mes collègues se sont adaptés, ils savent que pour un message urgent il faut utiliser le téléphone ou le SMS.
Traitement de la boîte mail par ses collègues pendant ses vacances. Ils sont alors triés en 3 types : les mails traités, les mails à traiter, les mails perso.	Le stress « boîte mail » du retour de vacances a disparu.
Je ne reçois pas mes mails sur mon Iphone.	Je traite mes mails quand je suis au bureau, je choisis les moments dédiés pour cela. En cas d'urgence, les clients ou mes collègues me contactent par téléphone.

... concernant le choix du mail comme moyen de communication



Nos pratiques	L'impact, les conséquences
Dès qu'un échange s'installe, je vais voir la personne.	Gain de temps. On conclut beaucoup plus vite de vive voix. La complexité d'un sujet nécessite de se parler voire de se rencontrer.
Lorsque je reçois un message en « CC » dans lequel je suis pris à témoin (mail parapluie), je vais voir la personne pour clarifier.	Responsabiliser la personne, faire respecter les missions et responsabilités de chacun. Clarifier les périmètres de responsabilisation et de décision.
<p>Détecter que la bienveillance et le respect ont disparu de l'échange :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulation tendue • Grande police • Couleurs • Mise en cause d'une personne • Sous-entendus • Justification • J'ai raison/tu as tort <p>Stopper les échanges par mail, aller voir la personne, organiser une confcall, une réunion, ...</p>	<p>Eviter une décision « polluée » par des pressions Eviter le conflit Gain de temps</p>
Utiliser des « réceptacles » partagés (doodle, googledoc, intranet, CR réunion...)	Passer en mode « Pull ».

Nous avons également identifié dans nos environnements de travail quelques pratiques néfastes au travail, à la communication, à la relation. Nous avons exploré les causes possibles.



- Nous sur-estimons souvent la « qualité communicante » de l'outil e-mail. Privé de visuel et d'échange, l'écrit n'a pas la richesse de l'expression orale. Un message du type « Qu'en pensez-vous ? » provoque des réponses imprécises, incite à un débat collectif qui va rarement permettre de conclure.
- A la réception d'un mail, nous sommes parfois pris d'une envie irrésistible de répondre Même si ce n'était pas à nous de répondre ! Impulsion ou volonté de se mettre en avant ... Répondre à la place d'un autre peut aiguiller sur une mauvaise décision, laisse à penser que nous sommes maintenant l'interlocuteur sur ce sujet, bref nous avons court-circuité le responsable de cette thématique, qui va peut-être accumuler de la rancœur, laisser parler sa colère, ou se déresponsabiliser de sa mission.
- Nous ne sommes pas sûrs de notre réponse, nous ajoutons un destinataire dans la liste de diffusion... qui ne dit mot consent Pourquoi n'avons-nous pas validé notre réponse avant de l'envoyer plutôt que de se couvrir ? ... Ou bien, j'ai la réponse, j'ai besoin de reconnaissance, je mets mon N+1 en copie de ma réponse... Dans tous ces cas, quel est l'impact sur la personne émetteur initial de la demande ? Une remise en cause de son travail, de l'irrespect, se sentir piégé.

- *Et si nous utilisions principalement la fonction « répondre » ?*
- *Et si nous laissions l'émetteur du message maître de sa communication ?*

Enfin, nous avons échangé sur les caractéristiques d'une charte mail :

- **Formulation positive** : Indiquer ce qu'il faut faire plutôt que ce qu'il ne faut pas faire
- **Simple**, privilégier les quelques règles qui vont avoir un fort impact
- Représentation **visuelle et ludique**
- **Impliquer les personnes**
- Mesurer et mettre en évidence l'**impact** positif du changement plutôt que le suivi de la règle



A propos des auteurs : Cette expression sur les pratiques de l'outil mail est issue d'un travail collaboratif réalisé lors du petit déjeuner RH du 04 Juin 2013.

Merci à : *Amandine Debrenne, Hannah Dickson, Jonathan Fhima, Josiane Giraud, Christine Rocher, Marc Vilcot, Françoise Baland*

Com-Hom vous accompagne dans cette démarche d'élaboration d'une charte simple, visuelle, construite en équipe, cohérente avec les modes de management de votre organisation. L'accent est mis sur l'impact des pratiques mises en œuvre, les résultats obtenus pour impliquer l'ensemble des personnes dans cette démarche. Nous proposons également une réflexion sur des modes de communication alternatifs.



Notre raison d'être est représentée par notre logo : associer les **H**ommes, le **M**anagement, la **C**ommunication et les **M**éthodes au service des **O**bjectifs.

Copyright

Les textes sont la propriété des auteurs référencés et de [Com-Hom](#) .
Crédit photographique : [Com-Hom](#), [//fr.fotolia.com/](http://fr.fotolia.com/) – tous droits réservés.