



# Communication



Auteur : C. Terrier ; <mailto:webmaster@cterrier.com> ; <http://www.cterrier.com>  
 Utilisation : Reproduction interdite sans autorisation de l'auteur

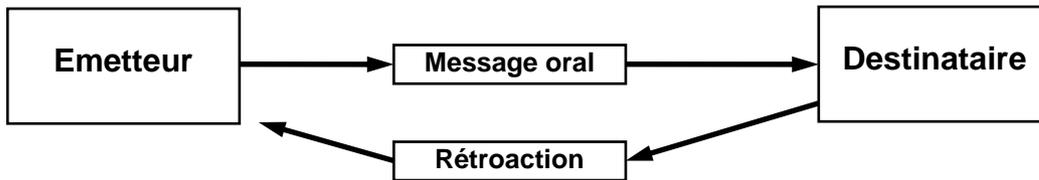
## B - LA COMMUNICATION ECRITE PROFESSIONNELLE

La communication par l'écrit impose des contraintes spécifiques.

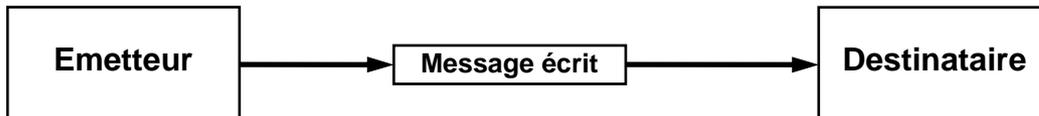
### 1 – Caractéristiques

#### - Le cadre géographique et temporel

Dans une situation de communication orale l'émetteur et le destinataire communiquent en temps réel et si un message n'est pas compris la rétroaction est immédiate, chaque personne peut demander des explications ou des précisions. Dès lors, le message supporte plus facilement l'imperfection car son contenu peut être précisé par un jeu de questions-réponses.



La communication écrite est presque toujours différée. Le récepteur lit le message sans l'émetteur et s'il ne le comprend pas, il ne peut pas y avoir explication en temps réel mais en temps différé. Entre temps les malentendus, les rumeurs, les interprétations, les inférences ont le champs libre...



Il en résulte qu'on ne peut pas écrire comme on parle.

#### - L'absence de métalangage

Le message orale est accompagnée de nombreuses informations qui le complète : (le ton, l'expression du visage, la gestuelle, la vitesse d'élocution, le regard etc.).

Le message écrit n'est accompagné d'aucun signe extérieur. Seul les mots donnent un sens au message.

#### - Conséquences

L'importance du mot est bien supérieure aux autres types de communications. Ils doivent être justes et précis.

Le message doit être autonome, se suffire à lui même et ne nécessiter aucune explication ou commentaire complémentaire.

Toute idée doit être décrite de façon précise, journalistique avec une rigueur quasi scientifique. La solution consiste à préciser pour chaque idée les points suivants : Qui, Quand, Où, Quoi, Comment, Pourquoi, Combien (Méthode dite du : **QQOQPC**).

## 2 - Les écrits professionnels

L'écrit est astreignant car il rend le lecteur dépendant des mots, des phrases écrites par l'émetteur. **Le récepteur est sous dépendance**. Pour entendre et comprendre le message, il est obligé d'écouter ou de lire ce qui est dit ou montré.

Cette situation de « **soumission** » le rend souvent **exigent** et **critique** à l'égard de l'émetteur. Il supporte mal, la perte de temps, l'approximation, l'erreur, l'ennui. Il est sensible aux fautes d'orthographe et de style, à l'imprécision... qui peuvent être vécus comme des atteintes à sa personne et un manque de respect... Il désire des messages claires, efficaces et agréables.

Il en résulte des règles quant à la forme et quant au contenu (fond) du message

**Métaphore du voyage** : *Dans toute situation de communication l'émetteur crée un univers visuel et auditif qui est comparable à une histoire que l'on raconte et partage avec l'autre. Cette histoire concerne, une affaire personnelle, familiale, ludique, professionnelles, technique etc. Or les gens aiment les belles histoires, bien racontées. Il en résulte qu'indépendamment du contenu l'émetteur doit produire des messages agréables dans la forme s'il souhaite améliorer son efficacité.*

### 21 - La forme du message

Tout message écrit doit permettre d'identifier rapidement : **l'émetteur** (qui l'envoie) ; le **destinataire** (à qui il est destiné) ; la **date** de création ; le **lieu** de création et **l'objet** (la cause). Dès lors ils doivent être mis en évidence dans le document.

La mise en forme doit être au service du message et le rendre facile à lire et à comprendre :

- l'écriture doit être claire, précise et directe et ne doit pas faire perdre de temps à son lecteur,
- Les fautes d'orthographe perturbent, distraient et détournent le lecteur du fond du message. Il faut corriger les courriers,
- La mise en page et les paragraphes doivent être aérés, pour aider le lecteur à lire et à respirer.

### 22 - Le fond du message

Le contenu du message doit être organisé en trois temps,

1. une introduction qui prépare et met en place le message
2. le développement qui formule l'objectif du message
3. la conclusion qui met fin au message

#### ➤ L'introduction

Lorsque le message concerne une affaire technique, Il ne faut jamais entrer directement dans le vif du sujet sans quoi le lecteur risque de ne pas comprendre ce qui est écrit. Le message doit être amené de façon progressive de façon à le préparer au contenu principal du message. Il faut pour cela resituer l'écrit dans son contexte, rappeler les faits et préparer le récepteur à ce qui va lui être dit qui est la cause essentiel du message. L'introduction explique souvent les causes de l'écrit.

#### **Exemple :**

- *Une lettre concernant une erreur de facturation commencera par un rappel concernant la commande et la facturation*
- *Une lettre de modification de réservation commencera par un rappel concernant la réservation*

#### ➤ Le développement

Tout message à un objectif. Le développement explique l'objectif pour lequel il a été conçu.

Les idées sont hiérarchisées de façon logique et chronologique afin que le destinataire du message ait toutes les réponses aux questions qu'il peut se poser.

Pour la rendre le message claire, précis et compréhensible la solution consiste à utiliser la méthode du QQQQCPC qui élimine les oublis.

- ce qui doit être dit est dit (QQQCP)
- ce qui est inutile n'a pas été dit.

**Exemple :**

- *Dans la lettre concernant une erreur de facturation vous expliquez l'erreur de la façon la plus précise possible (QQQCP)*
- *Dans la lettre de modification de réservation vous expliquez votre désir de la façon la plus précise possible (QQQCP)*

➤ **La conclusion**

Il faut mettre fin à la communication de façon progressive sans brusquerie pour rester sur une bonne impression. Le message à faire passer est terminé. Une phrase de médiation plus générale prépare la fin, avant de placer la phrase qui met fin à la communication (Formules de politesse entre autre).

**Exemple :**

- *Dans la lettre concernant une erreur de facturation vous utiliserez une formule de remerciement pour les modifications qui seront réalisées*
- *Dans la lettre de modification de réservation vous utiliserez une formule de remerciement pour la nouvelle réservation qui sera réalisée*

### 3 – Typologie des documents professionnels

#### 31 - Le Post-it



##### Fond

C'est un support pratique qui oblige à être bref et à faire court. Attention de ne pas en abuser et de ne pas sombrer dans la GPP (Gestion par post-it) car celui-ci n'est pas archivé et ne laisse pas de trace. Dès lors, il est difficile de s'y référer en cas de problème.

##### Forme

Pas de forme particulière, pas d'introduction et pas de conclusion, le message est centré sur son objectif.

Attention :

- si le post-It est destiné à un collègue, indiquer la date, l'heure et le nom de l'auteur du message
- à la qualité de l'écriture et aux fautes d'orthographe qui font toujours mauvais effet,
- le côté informel et décontracté du support le réserve à des messages qui n'ont pas une importance capitale du style *n'oubliez pas de rappeler monsieur xxx*... Une convocation à réunion par Post-It peut être vexante pour le destinataire qui peut y voir un manque de considération.



#### 32 - Le Mel (Courriel)

##### Fond

Il convient à toutes les communications qui n'exigent pas de formalité particulière. C'est la raison de son large succès dans les entreprises entre les cadres et les salariés. Il doit être rejeté pour les communications officielles ou doublées d'un courrier plus formalisé de confirmation.

Attention : Ils doivent être archivés et classés pour pouvoir être imprimé en cas de litige. Dans ce cadre il est essentiel d'utiliser un logiciel adapté (Outlook Express)

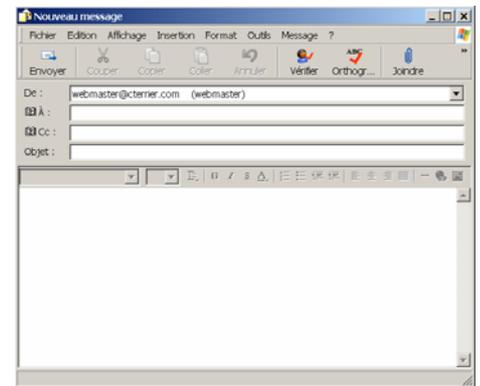
##### Forme

Entête : Emetteur, destinataire, l'objet, la date est indiquée par le logiciel

Pas de mise en forme particulière, C'est un support quasi instantané, pratique et relativement informel dans lequel les formules de politesse sont réduites au strict minimum (Bonjour, Cordialement)

Attention

- au style trop directe et familier et aux fautes d'orthographe qui font toujours mauvais effet.
- pour les Mels importants il est possible de leur attribuer un niveau d'importance pour attirer l'attention du destinataire et l'inciter à le lire
- pour savoir si un message a été lu il est possible de demander un accusé réception au message.



#### 33 - La lettre professionnelle

##### Fond

Le courrier reste le support écrit traditionnel par excellence qui peut être archivé et servir de preuve pour cette raison il doit indiquer le lieu d'émission, la date et être signé.

La lettre doit être centrée sur son objectif. Elle est composée en générale d'un rappel des faits qui sert d'introduction et de l'énoncé de son objectif qui doit être rédigé de façon claire, directe et précise.

Le contenu de la lettre est le suivant :

1. **L'introduction** est souvent un accusé réception de marchandises ou de message ou un rappel des faits qui motivent la lettre
2. le **développement** explique ce qui motive le courrier. La rédaction doit être directe, claire, précise et motivée (QQOQCP)



### 3. La **conclusion** est souvent une formule de transition avant la formule de politesse

Exemple :

- *nous restons à votre disposition pour tout renseignement complémentaire*
- *nous espérons que ces explications vous seront utiles*
- *nous espérons qu'il vous sera possible de répondre favorablement à notre demande*

### 4. La formule de politesse

Elle doit **rester simple et sobre**. Les deux formules suivantes couvrent tous les cas possibles :

- « **Je vous prie d'agréer, Monsieur, mes salutations distinguées.** » convient à toutes les situations où les personnes sont sur un pied d'égalité
- « **Je vous prie d'agréer, Monsieur, mes salutations respectueuses.** » convient aux situations où l'on s'adresse à un supérieur qui apprécie d'être reconnu dans ce statut.

Les formules suivantes sont à **éviter** ou à utiliser de façon consciente : « **Je vous prie d'agréer, Monsieur, mes salutations affectueuses** », « **Veillez recevoir, Monsieur mes meilleurs sentiments.** » convient uniquement vis-à-vis de personnes auprès desquelles ont souhaité témoigner de l'affection et dans ce dernier cas le début de la formule est trop protocolaire.

## Forme

Sa présentation doit être particulièrement soignée et claire car elle véhicule l'image de l'entreprise.

Entête : Emetteur, destinataire, l'objet, la date, lieu en haut et signature au bas

Mise en page :

- Le haut de la page est souvent utilisé par l'entête de page
- Prévoir des marges de 2 cm minimum sur les quatre côtés,
- Le bloc d'adresse doit être situé de 6 à 7 cm du haut de la feuille et de 11 à 13 à cm de la gauche de la feuille pour être imprimée en face de la fenêtre de l'enveloppe,
- **Nos réf.** indique la référence utilisé pour l'archivage du courrier.
- L'**objet** précise en quelques mots le contenu de la lettre
- **PJ** indiquent la présence éventuelle de pièces jointes au courrier
- Utiliser tout l'espace de la lettre afin et ne pas laisser de grands espaces vides en bas de la feuille,
- Placez la signature au bas de la page dans la moitié droite de la page.

**Orchis parfum**  
45 route des Cévennes - 07100 PRIVAS  
Tél : 04 77 55 62 56 - Fax : 04 77 55 62 57  
Mail : orchis@parfumorchis.com - Site : www.parfumorchis.com  
Capital : 50 000 € - RC : B 424 3344 00021

**PRIVAS**  
07100 PRIVAS  
04 77 55 62 57  
www.parfumorchis.com  
3344 00021

**AERTUS SARL**  
Madame Pincheff Luce  
1 chemin des croisés  
26000 VALENCE

**Nos réf. :**  
INVACT02

**Objet :**  
Invitation foire exposition de Lyon

**PJ :**  
2 Invitations

Chère Madame,

Notre société sera présente à la foire exposition de Lyon qui se tiendra :

**du 18 au 28 mars**  
**Palais des expositions**  
**Stand 234**

A cette occasion, nous présenterons tous nos produits et plus particulièrement notre nouvelle gamme d'articles pour la maison. Nous serons heureux de vous en offrir des échantillons.

Veillez agréer, Madame, nos salutations distinguées.

**Mme Cevréro, Geneviève**

### 34 - La note de service

#### Fond

La note de service est utilisée pour faire passer une information officielle auprès de ces destinataires qui sont souvent les membres d'un service (d'où son nom). Cet écrit sera archivé. Il devient un texte de référence au cours de la vie de l'entreprise.

#### Exemples :

*Une note de service qui indique les dates des congés payés,*

*Une note de service qui indique les modalités d'obtention d'un acompte,*

*Une note de service qui indique les nouveaux horaires de travail*

#### Forme

Le document doit impérativement faire apparaître

- La nature du document : **Note de service**
- Un **numéro** de référencement qui permettra son archivage,
- **l'émetteur** (qui l'envoie),
- le **destinataire** (à qui il est destiné),
- la **date** de création,
- le **lieu** de création,
- **l'objet** (la cause). Dès lors ils doivent être mis en évidence dans le document.

### 35 - La note d'information

#### Fond

Ce document est utilisé pour diffuser une information auprès d'une ou plusieurs personnes. A la différence de la note de service, cette information n'a pas le même type d'importance, il n'est pas forcément archivé.

#### Exemples :

*Une note d'information qui signale une réduction accordée par un magasin aux salariés.*

*Une note d'information qui signale l'organisation d'un repas.*

#### Forme

Le document doit faire apparaître

- La nature du document : **Note d'information**
- **l'émetteur** (qui l'envoie),
- le **destinataire** (à qui il est destiné),
- la **date** de création,
- le **lieu** de création,
- **l'objet** (la cause). Dès lors ils doivent être mis en évidence dans le document.

### 36 - Le rapport et note de synthèse

#### Fond

C'est un document de travail qui est remis à une ou plusieurs personnes. Par nature, ce document peut être assez long et peut contenir des avis personnels de l'émetteur

#### Exemples :

*Un rapport sur l'évolution des ventes de tel produit*

*Un rapporte sur un nouveau produit*

*Un rapport d'étude de la concurrence*

#### Forme

Le document doit faire apparaître

- La nature du document : **Note d'information**
- **l'émetteur** (qui l'envoie),

- le **destinataire** (à qui il est destiné),
- la **date** de création,
- le **lieu** de création,
- **l'objet** (la cause). Dès lors ils doivent être mis en évidence dans le document.