

Synthèse 12

La communication écrite à l'externe – p. 142

1 La rédaction des écrits externes courants

Les écrits professionnels doivent suivre un plan qui permet de hiérarchiser les informations :

- un titre de civilité/une formule d'appel ;
- une introduction (accuser réception, informer, demander...);
- un développement (demander, expliquer, justifier, proposer...);
- une conclusion (remercier, rappeler une demande, se tenir à disposition...);
- une formule de politesse.

• Le courrier

Il s'adresse aux prospects, aux partenaires de l'entreprise.

Il peut avoir une visée commerciale : informer d'une promotion, inviter à un événement... mais il peut aussi transmettre des informations « pratiques » : informer sur les délais de livraison, relancer pour retard de paiement...

En **en-tête** on retrouvera : les coordonnées de l'émetteur, l'adresse du destinataire, le lieu et la date d'émission, l'objet (court et précis), les références, les pièces jointes.

Le **titre de civilité** varie selon le destinataire : « Madame », « Monsieur », « Messieurs ».

La **formule de politesse** est plus longue, par exemple : « Veuillez agréer, [titre], l'expression de nos sentiments dévoués » ; « Veuillez agréer, [titre], l'expression de nos salutations distinguées »...

La **signature** se limitera à la fonction accompagnée de l'initiale du prénom et le nom en majuscules.

Les phrases sont plus développées et plus élaborées que dans un mail ou une télécopie. Sa présentation, manuscrite ou informatisée, implique une mise en page personnalisée selon la charte graphique de l'entreprise.

• Le flyer

Il est un moyen de communication visuel, sur support papier, qui permet de promouvoir un événement, d'annoncer le lancement d'un produit... On y trouve : le logo, l'adresse, le numéro de téléphone, l'adresse mail de contact, l'adresse du site internet et éventuellement un QR-Code.

2 La communication *via* les outils numériques

• Le courriel

En **en-tête** on trouvera : le mail du destinataire, l'objet, éventuellement les pièces jointes.

La **formule d'appel** : « Bonjour », « Bonjour Monsieur », « Bonjour Madame »...

La **formule de politesse** est courte et se limite bien souvent à « Cordialement », « Salutations ».

La **signature** est plus développée : prénom et nom de l'émetteur, poste dans l'entreprise, contacts téléphoniques (fixe et/ou portable), nom de l'entreprise, adresse de l'entreprise, page Facebook et autres réseaux sociaux. Les phrases sont courtes et succinctes.

- **Le SMS professionnel/SMS marketing**

Le SMS professionnel permet de communiquer et d'informer les prospects ainsi que les clients sur des nouveautés, des offres promotionnelles, mais peut également donner des indications de livraison. Il doit être précis, concis et se limiter à 30 mots environ.

- **Le formulaire de contact en ligne**

Le formulaire de contact permet à la structure de fidéliser ses clients et de recueillir des informations indispensables. On y trouve : un titre, une introduction, les coordonnées complètes de la structure, le formulaire à compléter par le client (nom, adresse, message, etc.)...