

# Fiche pratique n° 51

Le Mail

2008

**CCI**  
CHAMBRE DE COMMERCE  
ET D'INDUSTRIE D'ALENÇON

# Sommaire

Introduction .....	3
Choisir votre client de messagerie .....	3
Créer un mail.....	3
Logiciels de messagerie .....	3
Rédiger et envoyer un courriel .....	4
Les champs du courrier électronique .....	4
Du bon usage du mail .....	4
Chez nos voisins.....	5
Les mails multimédias.....	5
Le mail vocal .....	5
Le mail animé .....	5
Le mail vidéo .....	5
Bien gérer ses mails .....	6
Services de redirection.....	6
Le classement.....	6
Conclusion.....	7
Contact .....	7

# Introduction

Le mail présente bien des avantages pour une entreprise. Il permet de transmettre de l'information instantanément et gratuitement. Le courrier électronique, bénéfique dans bien des cas, souffre néanmoins d'une certaine méconnaissance sur les possibilités qu'il offre aux entreprises ainsi que sur ses limites. Le versant moins reluisant du courrier électronique, le spam a, quant à lui, tendance à nous agacer. Nous en parlerons davantage au prochain numéro. Enfin, le mail a beau être un outil de travail, il n'en demeure pas moins un vecteur de communication parfois difficile à contrôler pour les entreprises.

## Choisir votre client de messagerie

### Créer un mail

Pour recevoir et envoyer des mails, il faut avant tout posséder ... une adresse e-mail ! Il existe de nombreuses applications gratuites de création de mails en ligne parfaitement efficaces qui proposent des services dépassant la simple fonction « épistolaire ».

C'est le cas de Caramail ([www.caramail.fr](http://www.caramail.fr)), GMail ([www.gmail.google.com](http://www.gmail.google.com)), Hotmail ([www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)), La Poste ([www.laposte.net](http://www.laposte.net)), ou Yahoo Mail ([www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)), pour ne citer que ceux-là. Ils incluent souvent des filtres, un antivirus, un antisпам ... Si les services gratuits de création de mails sont tout à fait satisfaisants, ils présentent l'inconvénient de ne pas être personnalisables et de transférer de la publicité.

Lorsque les logiciels sont payants, ils excluent en général tout envoi de publicité. Des intitulés de mails personnalisés (exemple : [dupont@nomdelentreprise.fr](mailto:dupont@nomdelentreprise.fr)) peuvent, la plupart du temps, être générés une fois un nom de domaine réservé (cf L'Eclair du mois de novembre). Un détail qui vaut son pesant d'or en terme d'image de marque pour une entreprise.

### Logiciels de messagerie

Si vous possédez plusieurs mails et que vous souhaitez les centraliser dans une interface spécifique, vous pouvez songer à installer sur votre poste de travail un logiciel de messagerie. Ce type de logiciel ne fournit pas d'adresses (il faut les créer préalablement), il se contente de les réceptionner et de mettre à disposition de l'utilisateur des fonctionnalités utiles à leur gestion.

Pour Windows : Outlook, Windows Live Mail Desktop, Thunderbird, IncrediMail, Eudora, FoxMail, Mozilla, Opera...

Pour MacOS : Outlook, Eudora, Mail, Mozilla, Thunderbird, Opera...

Pour Linux : Thunderbird, Netscape, Opera,...

Pour savoir comment choisir votre logiciel, pensez tout d'abord à l'usage que vous en ferez : souhaitez-vous utiliser les fonctions de base (réception et envoi) ou aimeriez-vous des fonctions avancées (gestion de lettres d'information, agenda partagé ...) ? Jusqu'à quel point envisagez-vous d'aborder l'aspect technique de votre logiciel et quel est votre système d'exploitation ?

Différentes options peuvent être proposées : elles vont de la gestion de courriel à la configuration du logiciel en passant par la sécurité et les apparences.

Un professionnel utilisera plus fréquemment Outlook (Microsoft, 140 € environ) qui offre les fonctions suivantes : gestion de plusieurs comptes (adresses mails), gestion de

plusieurs utilisateurs, filtrage, réponse automatique, relève de courrier automatique, outils de recherche...

Les plus aguerris se lanceront peut-être plus volontiers dans l'utilisation de Pegasus Mail (David Harris, gratuit : [http://www.pmail.com/downloads\\_maine\\_t.htm](http://www.pmail.com/downloads_maine_t.htm) ). Peu ergonomique et avec une interface épurée, il possède toutefois des fonctions avancées intéressantes pour qui ne craint pas la technicité informatique : gestion de plusieurs comptes (adresses mails), gestion de plusieurs utilisateurs, filtrage, réponse automatique, relève de courrier automatique, outils de recherche...

Techniquement, vous êtes prêts. Vous possédez un mail et vous avez paramétré votre logiciel de messagerie. Voyons maintenant comment utiliser un mail et comment mettre en pratique la « Netiquette », pour un bon usage du courrier électronique.

## Rédiger et envoyer un courriel

### Les champs du courrier électronique

Lorsque vous souhaitez envoyer un mail, il vous faut remplir certains champs.

- De (From) : adresse électronique de l'auteur généralement défini par le client de messagerie selon vos préférences.
- A (To) : Adresse électronique du destinataire.
- Objet (Subject) : Titre que votre destinataire verra lorsqu'il voudra lire le courrier. Ce champ est à traiter avec soin.
- Cc (Copie Carbone) : permet d'envoyer un mail à de nombreuses personnes en écrivant leurs adresses respectives séparées par des virgules
- Bcc (Blind Carbon Copy, traduisez Copie Carbone Invisible, notée Cci, parfois Copie cachée ou Ccc, copie conforme cachée) : il s'agit d'une simple Copie Carbone à la différence près que le destinataire ne voit pas dans l'en-tête la liste des personnes en copie cachée.
- Message : Corps du courrier.

### Du bon usage du mail

On n'a pas le temps de dire « ouf ! » que le mail est déjà envoyé. C'est ça, le grand danger du courrier électronique : être adressé à tort et à travers sans réflexion particulière et, éventuellement, à n'importe qui. Une Netiquette existe pourtant, et elle ne doit pas être mise de côté. Il faut réellement se méfier d'une tendance en vogue : mettre n'importe qui en copie d'un mail. Il arrive que les destinataires le prennent mal. Des impairs peuvent être commis lorsqu'une personne répond à tous les destinataires sans s'en rendre compte. Diplomatiquement, cela peut avoir des effets dévastateurs.

Le mail ne saurait en aucun cas remplacer le contact : il ne faut jamais perdre de vue qu'il s'agit d'« un média froid » qui ne communique pas les sentiments et qui n'est pas là pour favoriser les relations humaines. Aussi, les sous-entendus sont à bannir. Il est prouvé que les courriers électroniques entretiennent les malentendus : dans certains cas, les « smileys » (ou binettes) contribuent à « détendre l'atmosphère », mais ils peuvent aussi paraître peu professionnels.

Il est déconseillé d'échanger des documents de travail par mail : c'est encore la meilleure façon de perdre des informations. Dans ces cas-là, mieux vaut préférer au mail le rangement des documents dans un espace commun sur un serveur et effectuer un lien.

Enfin il s'agit d'une marque de respect envers son interlocuteur que de soigner le contenu de son courrier : évitez les fautes, n'oubliez pas les formules de politesse qui doivent toutefois être courtes (cordialement, bien à vous ...) mais n'en truffez pas non plus votre mail au risque de frôler le ridicule. Enfin, structurez votre mail : il doit être vite lu et encourager une réponse claire et toute aussi structurée que la question.

### **Chez nos voisins...**

D'après l'étude Ettitude réalisée en juillet 2004, un cadre européen moyen reçoit en moyenne 200 à 1200 mails par semaine. Les Britanniques tiennent le record avec parfois 300 messages... par jour. Ce sont pourtant les Français qui apprécient le moins les messages longs. Clair et concis, voilà la recette gagnante.

La plupart des Européens estiment que l'absence de réponse retarde leur prise de décision provoquant de ce fait des tensions et des frustrations. Les Allemands répondent à tous leurs mails. La non-réponse à leurs messages passe donc pour de la grossièreté. Au contraire les Italiens sont habitués à ne pas avoir de réponses, résultat, ils multiplient les relances et peuvent même les accompagner d'un coup de téléphone. Les Britanniques, eux, détiennent la palme de la mauvaise foi... ils n'hésiteront pas à prétendre ne jamais avoir reçu le message ! La copie de mail doit être utilisée avec discernement : les Italiens et les Français détestent être destinataires d'un mail qui ne les concerne pas. Britanniques, Italiens, Espagnols ou Allemands n'ont pas non plus la même vision des choses concernant les fautes dans les courriers électroniques. Elles irritent les Français, qui y voient un manque de respect, tandis que les Espagnols et les Italiens pensent que leur interlocuteur est mal organisé. Les Britanniques, plus tolérants, mettent les fautes sur le compte du stress. Enfin, les Allemands, eux, considéreront leur correspondant paresseux si leur mail contient des erreurs. Le mail écrit, le plus courant, sera peut être un jour remplacé par les mails multimédia.

## **Les mails multimédia**

### **Le mail vocal**

Certains logiciels vous permettent d'enregistrer des messages vocaux sans vous soucier du format à utiliser. Il en existe beaucoup ; le logiciel gratuit HandyBits Voice Mail (<http://www.handybits.com/voicemail.htm>) a le mérite d'être en français.

### **Le mail animé**

Pour rendre le mail encore plus ludique, vous pouvez également utiliser un mail animé qui retransmettra fidèlement vos pensées. Les logiciels existants sont souvent en anglais. Parmi eux le gratuiciel : FaceMail (<http://www.lifefx.com/>), qui nécessite cependant une inscription de la part de l'auteur, mais aussi du destinataire, ou Talking E-mail un peu plus fastidieux d'utilisation et payant.

### **Le mail vidéo**

Enfin, vous songerez peut-être à envoyer un film, ce qui implique de posséder une Webcam. Certaines caméras contiennent un logiciel de création de courrier électronique (c'est le cas de Logitech). D'autres logiciels existent, en anglais, comme par exemple V3mail (<http://www.v3mail.com/download.htm>) qui existe en version gratuite.

# Bien gérer ses mails

## Service de redirection

Plusieurs sites internet proposent des services de redirection des mails. Le site internet <http://www.ulimit.com> propose la redirection d'un mail gratuitement, les 25 adresses suivantes sont payantes.

Cette redirection automatisée présente plusieurs avantages :

- Vous possédez une adresse personnalisée (exemple : [contact@nomutilisateur.fr](mailto:contact@nomutilisateur.fr))
- Vous n'avez pas besoin de prévenir tout votre carnet d'adresse quand vous changez de services mails.

Mais comme tout service gratuit, il y a parfois des écueils (inconstance du service par exemple).

## Le classement

Un peu de discipline peut vous faire économiser beaucoup d'efforts superflus. Pour bien démarrer vos bonnes résolutions concernant la gestion de vos mails, commencez par classer les messages déjà présents. Dans un monde idéal, votre boîte de réception devrait être vide. Pour éviter qu'elle ne s'emplisse trop rapidement, supprimez les courriels que vous ne lisez pas comme par exemple les lettres d'information superflues, que vous jugez finalement inutiles, et revoyez vos abonnements à certaines listes de diffusion. Si vous constatez que ces inscriptions sont illégitimes, n'hésitez plus, désinscrivez-vous !

Adoptez un logiciel anti-spam (votre antivirus possède peut être cette fonctionnalité) pour bannir une fois pour toute, tous ces mails non sollicités qui noient votre messagerie, dont vous n'avez que faire et qui, en plus, peuvent tout à fait nuire à l'intégrité de votre système d'exploitation en colportant des virus. En guise de prévention, vous pouvez éviter cet « envahisseur » en vous méfiant des formulaires d'inscription, en protégeant les adresses de votre site (ajoutez par exemple le texte « pasdespam » dans vos adresses mail, utilisez le Javascript ou encodez votre mail). Le rubrique « Système d'information » du prochain numéro de « L'Éclair » vous donnera les clés pour lutter contre le spamming.

Une fois ce grand « nettoyage de printemps » accompli, revoyez vos pratiques concernant votre façon d'appréhender le courrier électronique. Tout d'abord, le mail ne se gère pas obligatoirement en « temps réel ». Pour éviter de vous perturber dans votre travail, réservez-vous des plages horaires bien définies (en arrivant au bureau, avant le déjeuner, en fin d'après-midi ...) pour traiter vos messages. Si, au passage, vous consultez vos mails privés, compartimentez bien et faites la distinction.

La gestion de vos mails au quotidien implique une hiérarchisation par leur ordre d'importance : tous les courriers ne sont pas à porter au même niveau : classez, par exemple, les lettres d'information dans un dossier spécifique et laissez dans la boîte de réception les mails prioritaires qui vous sont adressés personnellement et qui en appelle à un traitement rapide. Certains logiciels de messagerie permettent de trier automatiquement ses mails en créant des règles.

## Conclusion

Outre l'aspect technique, le courrier électronique possède bien des aspects délicats qu'il ne faut pas négliger lors de son utilisation. La meilleure stratégie reste encore de faire court et clair dans la rédaction et d'être rigoureux dans la gestion. Le mail n'en demeure pas moins un véritable outil économique que les entreprises ne peuvent ignorer. Si vous souhaitez approfondir vos connaissances sur le sujet, n'hésitez pas à consulter le site internet <http://www.arobase.org>. Très bien réalisé et parfaitement pédagogique, cette mise d'information vous apporte quantité de trucs et astuces pour ne plus subir les mails.

## Contact

- Chambre de Commerce et d'Industrie d'Alençon

Pour un renseignement :

✓ Centre d'Information Economique ..... 02 33 82 82 82

Pour un projet :

✓ Direction des Systèmes d'Information..... 02 33 82 82 82