



A. Introduction

1. À qui s'adresse ce livre ?

Ce livre s'adresse à vous qui rédigez du courrier dans le cadre de votre vie professionnelle, que vous soyez **indépendante, indépendant, titulaire d'une profession libérale, en société, en PME¹ ou TPE²**. Il s'adresse également à vous si vous êtes un employé ou un cadre d'entreprise et que vous rédigez vous-même votre courrier commercial et administratif

Car un des écrits professionnels que vous devez le plus souvent produire est **le courrier, électronique ou papier** : courrier que vous échangez avec vos clients, vos prospects, vos fournisseurs, vos partenaires et les divers services administratifs.

Vous vendez des produits ou services dans votre domaine d'expertise. Mais outre la pratique de votre métier, vous devez assurer vous-mêmes les tâches d'administration, de gestion et de communication pour faire fonctionner votre activité. Car vous n'avez ni secrétaire ni chargé de communication pour rédiger un écrit professionnel tel votre courrier.

Peut-être cette tâche représente-t-elle une corvée, pour vous, car vous ne savez pas toujours comment vous y prendre et vous ne souhaitez pas y consacrer trop de temps. Toutefois, vous êtes conscient du fait qu'une bonne communication écrite avec vos clients, prospects, fournisseurs et partenaires est indispensable pour faire fructifier votre entreprise.

1 Petite ou moyenne entreprise.

2 Très petite entreprise.

L'objectif de ce livre est de vous apprendre à rendre vos courriers commerciaux et administratifs plus efficaces, pour ainsi contribuer au bon fonctionnement et au développement de votre entreprise.

Remarque

Par souci d'efficacité, je m'adresserai à vous, lecteur, lectrice, au masculin singulier :

- le singulier parce que je souhaite que chacun d'entre vous se sente concerné par les conseils que je lui donne ;
- le masculin par souci de lisibilité, pour ne pas alourdir les formulations par la marque des deux genres («Je souhaite que chacun[e] d'entre vous se sente concerné[e]»).

Dans un écrit court tel un courrier collectif, si vous vous adressez à plusieurs destinataires des deux genres, je vous recommande toutefois d'indiquer la marque des deux genres ou d'utiliser des mots neutres³.

II. Que contient ce livre ?

Ce livre se veut une **boîte à outils** pour vous aider à rédiger des lettres et e-mails professionnels efficaces. Il vous propose aussi le **mode d'emploi** de ces outils, c'est-à-dire une méthode pour rédiger vite et bien votre courrier professionnel.

Les techniques et la méthode proposés dans ce livre concernent ce que l'on appelle la correspondance («relation par écrit entre deux personnes⁴») ou le courrier («ensemble des écrits adressés à quelqu'un⁵») professionnel.

De nos jours, la correspondance professionnelle se fait principalement par le canal électronique (e-mail ou courrier électronique), mais encore parfois par le canal papier (lettre envoyée par courrier postal).

3 Voir la brochure *Intégrer la dimension de genre dans la communication fédérale*, téléchargeable gratuitement sur le site de l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes, dans «Publications».

4 D'après *Le Petit Robert*.

5 D'après *Le Petit Robert*.

Les techniques proposées dans ce livre concernent donc **les courriers commerciaux et administratifs que vous produisez ou échangez dans le cadre de vos activités professionnelles** d'indépendant, d'employé ou de cadre⁶. Il s'agit donc des courriers électroniques ou papiers que vous échangez avec :

- vos clients et prospects :
 - courrier commercial : proposition de service, envoi d'une offre, présentation d'un produit ou service (e-mailing ou newsletter)...
 - courrier administratif : réponse à une offre, confirmation de commande, rappel de paiement...
- vos fournisseurs : courrier administratif pour demander une information, commander, réclamer...
- les administrations publiques : courrier administratif à destination de la TVA⁷ et les impôts...
- les partenaires administratifs : courrier administratif à destination du comptable, de la banque, du bureau de sécurité sociale, du courtier d'assurance...
- les partenaires et collaborateurs : courrier administratif pour informer, proposer...

Ces techniques vous seront utiles pour préparer, structurer, rédiger et mettre en page vos courriers commerciaux et administratifs. Mais elles ne traitent pas spécifiquement du contenu de vos courriers. Pour cela, vous trouverez dans la bibliographie⁸ des ouvrages de référence sur certains courriers spécifiques tels l'e-mailing, la newsletter, etc.

6 Ce livre traitant principalement du courrier commercial et du courrier administratif autour des activités commerciales, il ne parlera pas du courrier interne (notes et e-mails administratifs) échangé dans les grandes entreprises et administrations.

7 Taxe sur la valeur ajoutée.

8 Voir «Ressources», pages 113 à 117.

III. Quel est l'objectif de ce livre ?

En vous proposant une méthode et des techniques pour rédiger vos courriers commerciaux et administratifs, ce livre a comme objectif de :

- **vous guider**, en vous montrant, étape par étape, comment procéder pour rédiger vite et bien votre courrier ;
- **vous faire gagner du temps** pour faire votre vrai métier ;
- **vous fournir des astuces en rédaction**, qui donneront à votre courrier plus d'impact ;
- **faire prospérer votre activité commerciale** grâce à du courrier qui atteint son objectif.

Ce livre se veut assez concis et très pratique, pour vous guider rapidement et efficacement dans la rédaction de votre courrier. Certains lecteurs pourraient trouver ces conseils parfois trop directifs ou succincts : c'est un choix réfléchi de la part de la formatrice en rédaction professionnelle que je suis. En effet, régulièrement, je rencontre des indépendants qui n'ont ni formation en communication ni beaucoup de temps à consacrer à la rédaction de leur courrier. Ces personnes souhaitent donc **une démarche simple et des astuces «qui marchent» pour écrire vite et bien**. La modeste ambition de ce livre est de leur fournir quelques outils et un mode d'emploi efficaces pour rédiger du courrier professionnel.

L'autre choix de ce livre est de présenter **des tournures actuelles pour le courrier**. C'est pourquoi vous y trouverez peu de formules traditionnelles du courrier commercial et surtout administratif⁹. J'ai fait ce choix pour les deux raisons suivantes :

- les tournures en langage courant sont plus faciles à maîtriser par les rédacteurs non professionnels ;
- ces tournures seront plus facilement comprises et mieux acceptées par un public cible varié.

9 La bibliographie vous propose les références d'autres ouvrages où vous trouverez toutes ces formules : ces ouvrages complémentaires seront utiles à ceux d'entre vous qui souhaitent ou doivent rédiger des courriers formels dans un style plus traditionnel.

La méthode et la plupart des conseils donnés dans ce livre s'inspirent en bonne partie de mon livre précédent, *Rédaction claire, 40 bonnes pratiques pour rendre vos écrits professionnels clairs et conviviaux*, que j'ai publié chez Edi.pro en 2011. Si vous souhaitez approfondir vos connaissances et votre compétence en rédaction professionnelle, je vous recommande la lecture de ce premier livre. Les enjeux¹⁰ et surtout les techniques de rédaction pour produire des textes clairs y sont beaucoup plus largement développés. Alors que ce livre-ci, *Courrier clair*, est en quelque sorte l'application des techniques de rédaction claire au courrier commercial et administratif.

IV. Comment utiliser ce livre ?

Je vous recommande de lire d'abord ce livre dans l'ordre chronologique, afin de vous imprégner des diverses étapes du processus de rédaction d'un courrier. Ces 7 étapes, résumées dans la fiche aide-mémoire¹¹, sont développées dans la partie la plus importante de ce livre, la partie C, intitulée «Outils et mode d'emploi».

Par la suite, vous pourrez consulter les fiches outils de ce livre à la carte, en fonction de vos besoins pour chaque courrier particulier que vous aurez à produire.

10 Les enjeux des textes (dont des courriers) clairs et conviviaux sont présentés dans une courte vidéo sur la page d'accueil de www.redaction-claire.com et sont développés dans l'introduction de *Rédaction claire*, Edi.pro, 2011, que vous pouvez lire en ligne sur le site d'Amazon (voir www.redaction-claire.com > publications).

11 Page pages 22-23.