

La communication écrite en situation professionnelle

- 1- **la communication écrite** : C'est transmettre des informations efficacement, donc il est important de savoir rédiger des messages bien écrits, clairs, lisibles et compréhensibles par ses différents interlocuteurs. Pour réaliser un tel travail, il est important de maîtriser ce type de communication en soignant notamment, la syntaxe et le vocabulaire et la grammaire dans chaque écrit.
- 2- **Les supports de la communication écrite**
 - a- Le courrier classique. Le courrier papier plus formel que son homologue électronique, conserve une place importante dans les relations professionnelles à différents niveaux : juridique, social, financier, économique. Ce type de courrier doit respecter certaines normes de rédaction.
 - b- Le courrier électronique. Il est actuellement le moyen de communication le plus répandu dans le monde, son utilisation est très simple, il permet de synthétiser une discussion, préparer une réunion, annoncer des informations.
- 3- **L'importance de la communication écrite**
 - a- L'écrit est la mémoire et permet de garder des informations utiles à l'activité professionnelle. Ecrire est un acte engageant, car l'écrit reste et sert de preuves en cas de litiges.
 - b- L'écrit est moins personnifiant que l'oral, et de fait répond à ses règles beaucoup plus strictes et précises que l'oral pour garder une efficacité ;
 - c- L'écrit est conventionnel et l'on sait tous que l'on n'écrit pas comme on parle ; l'écrit respecte beaucoup plus précisément que l'oral les règles de grammaire, l'usage de termes précis, et requiert en plus la maîtrise de l'orthographe.
 - d- Les conventions de forme sont complexes, variables selon le type de document

qu'on rédige, et la langue qu'on utilise.

4- Les objectifs de la communication écrite

- a- **Informier** : transmettre des informations diverses aux collaborateurs, à la hiérarchie, des partenaires externes, etc.
- b- **Convaincre** : demander aux collaborateurs d'effectuer telle ou telle démarche, faire tel effort, convaincre un client de l'intérêt de choisir votre offre et non celle de votre concurrent, etc.
- c- **Présenter** : un nouveau produit/service, une offre promotionnelle, etc.
- d- **Recueillir des informations** : auprès de vos collaborateurs, fournisseurs, clients, divers prestataires, etc.
- e- **Négocier** : rédiger une proposition commerciale, établir un devis, négocier un tarif lorsque le face à face ou l'appel téléphonique n'est pas possible, etc.

5- Règles générales de la rédaction

- a- Se mettre à la place de son lecteur (destinataire).
- b- Éviter de faire long : se contenter de l'essentiel.
- c- Éviter de se répéter pour la même information.
- d- Simplifier son vocabulaire, utiliser des expressions et des verbes d'action.
- e- Construction simple des phrases et utilisation de graphiques si c'est mieux pour convoier l'information.