



Conférence/Workshop
13 février 2014

E-mails : état des lieux et alternatives

Présentation par Carole Blancot,
Directrice Conseil, [SpotPink](#)





Programme du workshop

- 1ère partie : le mail en entreprise - constats / statistiques
- 2ème partie : les dangers et dérives de l'utilisation du mail
- 3ème partie : Best Practices et prévention
- 4ème partie : sondage des participants
- Groupes de travail

© SpotPink 2014

1ère partie : le mail en entreprise (constats & statistiques)

1) L'email, outil productif ?

a) Mail et la productivité

Email = Non productif parce que mauvais pour la santé !



Pour 74% des salariés, les interruptions constantes engendrées (par les courriels, SMS ou appels téléphoniques) sont un facteur de stress.

« L'urgence succède à l'urgence. La consultation régulière de ses courriels entraîne l'addiction ».

Thierry Venin, Chercheur au CNRS.

Source : <http://ow.ly/f7G00>

Le stress induit par la nécessité impérieuse de répondre aux courriels affecte en moyenne 48% des travailleurs et ce nombre se porte à 54% dans les organisations comptant plus de 500 employés.

Source IBM : <http://ow.ly/eOCjg>

Pour un sondé sur 2, les e-mails laissés sans réponse sont également de nature à contribuer au stress en milieu de travail.

© SpotPink 2014

1ère partie : le mail en entreprise : constats /statistiques

1) L'email, outil productif ?

b) Messagerie selon poste/niveau en entreprise Employé/manager/dirigeant



Chantal Buhagar, psychosociologue spécialiste des questions de management et de développement des compétences

« Il est assez rare d'entendre une personne parler positivement de sa boîte mail. »

- ❑ Soit, cette personne s'en plaint : « Je reçois trop de mails », « En rentrant de congés, j'ai tellement de mails en attente que ma première journée est entièrement consacrée à leur traitement », « je n'ai même plus le temps de classer mes messages ».
- ❑ Soit, elle évoque le caractère stressant : « Je n'arrive plus à traiter tous mes mails » « Il me harcèle depuis des mois » « j'ai reçu un mail vraiment agaçant la veille d'un WE, ça a le don de m'énerver ».
- ❑ Pourtant, recevoir beaucoup d'emails est encore dans nos entreprises (plus ou moins consciemment) jugé comme une **preuve d'existence et/ou de notoriété.**



© SpotPink 2014

L'arme pour ralentir le travail des autres :



1ère partie : le mail en entreprise : constats / statistiques

1) L'email, outil productif ?

b) Messagerie selon poste/niveau en entreprise Employé/manager/dirigeant

- 1** Les différences interpersonnelles...
Les différences interprofessionnelles...
- 2** Vie pro – vie perso / vie privée – vie publique
Une frontière de + en + poreuse
Quand la barrière tombe...
- 3** La dogme culturel et professionnel du
« plus vite = mieux » et du
« Réactivité = Efficacité ».
- 4** Le manager : valeur d'exemple et rôle pédagogique
pour des emails respectueux et respectés.
La règle des 4D



© SpotPink 2014

3^{ème} partie : Best practices et prévention

1) Le mail efficace

Un email efficace sera pris en compte et traité s'il est structuré comme suit :

- 1** Pour quelles raisons JE T'envoie cet email ?
- 2** Ce QUE je te demande / Ce que J'attends de TOI
- 3** POURQUOI je te le demande
- 4** Pour QUAND je te le demande
- 5** Le TITRE – L'objet du message



3^{ème} partie : Le mail efficace

2) Etablir des codes/bon usage du mail avec ses collaborateurs et adopter les bonnes pratiques

- 1** Manager : montrez l'exemple – autodiscipline et pédagogie !

N'envoyez un email que si ce moyen de communication est jugé par vous comme le plus pertinent, sinon marchez jusqu'au bureau du destinataire ou composez son numéro !
- 2**
- 3** Différez l'envoi de vos emails pour qu'ils soient reçus en heures ouvrés.
- 4** Ne lisez pas, ne triez pas, ne répondez pas à tous vos emails.
- 5** Créez un rupture.
Adoptez les moyens alternatifs.
& Encouragez les initiatives dans ce sens.



© SpotPink 2014

3^{ème} partie : Best practices et prévention

4) Conseils pratiques

- 1** N'appuyez sur le bouton rouge qu'en cas d'extrême nécessité ou d'urgence vitale
- 2** Relisez-vous avant de l'envoyer. Faites-le parvenir à un horaire acceptable pour votre destinataire.
- 3** Isolez-vous pour consulter et envoyer des emails
- 4** Ayez toujours à l'esprit :
 - la valeur juridiquement probante de l'email
 - la charte d'usage de l'entreprise



© SpotPink 2014

3^{ème} partie : Best practices et prévention

4) Gérer l'angoisse d'une vie sans e-mail – Débranchez !



- 1** Analyser vos pratiques et définissez vos objectifs pour un abandon progressif
- 2** Cessez de répondre à vos emails & communiquez sur vos résolutions
- 3** Astreignez-vous à ne consulter vos emails qu'une à 2 fois par jour durant une plage horaire dont vous réduirez la durée au fil des semaines
- 4** Reprenez le contrôle en réorganisant le fonctionnement de votre/vos messageries
- 5** Suivez l'évolution de quelques indicateurs et fêtez chaque victoire/progression
- 6** Testez les solutions alternatives et développez au fil du temps leur usage

© SpotPink 2014

Qui suis-je ?



Carole Blancot est bloggeuse depuis juillet 2009 sur www.gestionpaiegrhquichoisir.com, www.caroleblancot.com et www.spotpink.com, et Community Manager de plusieurs marques et diplômées d'un M2 de psychosociologie clinique, elle est aujourd'hui Directrice Conseil de SpotPink mais aussi conférencière et formatrice.

Carole Blancot a occupé des fonctions de consultante en RH, chef de produits, responsable marketing & communication et directeur marketing. Passionnée depuis 1999 par la gestion des ressources humaines et les technologies de l'information associées aux processus de gestion des RH, elle s'intéresse aujourd'hui aux stratégies d'appropriation d'Internet par les entreprises.

SpotPink – Agence de communication digitale pour les acteurs RH
Le dress code de votre stratégie
Communication marketing publicité médias sociaux
81 Boulevard Saint Michel 75005 Paris
Carole BLANCOT - Directrice Conseil
M : 06 50 86 29 33 - P : 06 50 26 65 17 - T : 09 73 13 09 52
www.spotpink.com



Elle est co-auteure des ouvrages :

- **La communication de crise à l'heure des médias sociaux**, Editions Atramenta, Septembre 2012, 100 pages, disponible aux formats PDF, EPUB et broché.
- **Inondé sous les e-mails, résistez !** Edition Hachette Pratique, Février 2013, 224 pages, disponible en librairie.

Twitter : @CaroleBlancot - @SpotPink - @CMDashboard