



FORMATION

AMÉLIORER SES ÉCRITS PROFESSIONNELS



Les objectifs de la journée

À l'issue du programme de formation-action, vous serez mieux armé(e) pour :

- **STRUCTURER** et articuler vos pensées
- Identifier le **CONTEXTE** dans lequel l'écrit est réalisé et partagé
- Ecrire « utile » et **SYNTHÉTIQUE**
- **ADAPTER VOTRE ÉCRIT** au canal, destinataire et situation
- Maîtriser les principaux types de **COMPTES-RENDUS**
- Mieux capter les échanges pour **RENDRE COMPTE**
- Partager vos idées avec **EFFICACITÉ** à différents types d'interlocuteurs
- **DÉVELOPPER VOTRE PENSÉE** pour pouvoir la retranscrire à l'écrit
- Mieux **ANALYSER, ORGANISER ET HIÉRARCHISER vos** idées
- **SYNTHÉTISER** vos idées pour en partager l'essentiel sans en perdre le sens
- Adopter les **BONNES PRATIQUES** des écrits professionnels

**DEFINIR L'OBJECTIF
DE SON ECRIT ET
SON DESTINATAIRE**



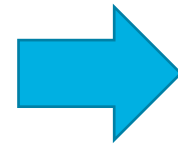
Les spécificités de l'écrit



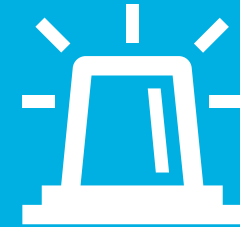
Pas de **CONTACT PHYSIQUE**
avec le lecteur



Je ne **CONNAIS PAS**
forcément mon lecteur



Une communication **DIFFÉRÉE**



**MON ECRIT DOIT DONC
SE SUFFIR A LUI MEME**

La place du destinataire

Avant d'écrire, **INTERROGER SON OBJECTIF** :



- ✓ **A QUI** on écrit (qui est mon destinataire)
- ✓ **LE BUT** de l'écrit (le message)
- ✓ Ce qu'on **SOUHAITE OBTENIR** (le ton, le niveau de langue)

Exemple : relater une incivilité qui s'est déroulée dans le métro

L'impératif de neutralité : être utile et efficace

Dans l'écriture, être **NEUTRE** mais

PAS IMPERSONNEL :

- ✓ Respecter les **convenances**
- ✓ Veillez à ne pas être **jargonneux**, sauf vocabulaire technique nécessaire
- ✓ **Pas de familiarité** (émoticônes, ponctuation à outrance, salut...)
- ✓ Être **respectueux**

TRAVAILLER LA PRÉSENTATION pour qu'elle soit la plus **LISIBLE** possible.



**UN NIVEAU DE LANGAGE
STANDARD EST
COMPRÉHENSIBLE PAR TOUS
ET
PERMET DE D'ÉVITER LES
PRINCIPAUX IMPAIRS**

5 conseils à avoir en tête pour un bon écrit

- ✓ Rédiger, ce n'est **PAS PARLER**
- ✓ **UNE IDÉE** = une phrase
- ✓ Ecrire au **PRÉSENT**
- ✓ Faire des phrases **COURTES**
- ✓ Privilégier à **FORME ACTIVE**

Mes phrases ? 56
mots en moyenne !



LES DIFFERENTS TYPES DE SUPPORTS



2

Le choix du support

FINALITÉ DE L'ÉCRIT PROFESSIONNEL :

- Relater des événements, rendre compte
- Expliquer, former, informer
- Donner des directives
- Emettre une opinion et la défendre
- Présenter une évaluation
- Témoigner de sa compréhension, faire preuve d'empathie

X

PRISE EN COMPTE DU DESTINATAIRE

et

DÉLAIS DE COMMUNICATION

=

CHOIX DU SUPPORT

Communication interne et externe

COMMUNICATION INTERNE

Un référentiel commun

Style plus synthétique et ramassé

COMMUNICATION EXTERNE

Nécessité de contextualiser

Style vulgarisé, simple



Le mail

Recevez-vous des mails ?

Combien en envoyez-vous par jour ?

Les lisez-vous dès qu'ils arrivent ?

Répondez-vous aussitôt ?



LES BONNES PRATIQUES

- Choisir les **BONS DESTINATAIRES**
- Être **SYNTHÉTIQUE** dans l'objet du mail
- Soigner la **FORME**
- Eviter cet outil en cas de **CONFLIT**
- Bien **RELIRE** avant envoi

Le compte-rendu de réunion

Rédigez-vous souvent de comptes-rendus de réunion ?

Pour quels types de projet ?

Quels en sont les objectifs (Compte - rendu, relevé de décision) ?



LES BONNES PRATIQUES

- Construire son compte-rendu à partir de **L'ORDRE DU JOUR** de la réunion
- Rédiger son compte-rendu **RAPIDEMENT**
- Utiliser le **PRÉSENT** de l'indicatif



Le compte-rendu de réunion

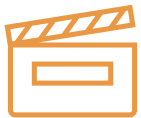
Le compte-rendu de réunion permet de :



Dégager les **SOLUTIONS CONCRÈTES** apportées à différents problèmes d'un seul coup d'œil



Garder une **TRACE DES DÉCISIONS** qui ont été actées



Faire un **SUIVI** de l'avancée du travail et des **ACTIONS** à mener



RAPPELER aux participants des futures réunions ce qui a été dit lors des réunions précédentes



3 manières d'organiser son compte-rendu

1

Problèmes évoqués	Décisions prises	Qui fait quoi ?

2

Points à l'ordre du jour	Résumé des débats	Décisions prises / suites à donner

3

Questions abordées	Nom de l'intervenant	Contenu de l'intervention	Propositions	Actions à faire

1 – PRISE DE NOTE
2 – MISE EN FORME
3 – RÉDACTION

Titre Mission

Thème de la réunion

Date

COMPTE-RENDU + Version



En présence de :

- XXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXX

Contexte/Problématique	Décision / Action à réaliser	En charge de l'action	Echéance
ATELIERS DE QUARTIER			
<p>❖ Avancement stratégie 7 Deniers</p>	<p><i>Après Réunion de bureau le 18 décembre quartier Job</i> Présence d'une cinquantaine d'opposants à localisation 7 Deniers Sujet de la localisation non mis à l'ordre du jour Attendre le retour d'Arsac sur stratégie Dans l'attente, report de l'Info'Mobile du 15 janvier à Job</p> <p>SICOVAL Une dizaine de personnes confirmée pour l'atelier de ce soir Information relative à CLB</p> <p>Compte-rendu des ateliers Finalisation des comptes-rendus Validation Alain et Vincent (+ JME sur les 7 Deniers) Envoi par DGS et support (Alain/Vincent/Antoine) + copie Tisséo Ingénierie et Toulouse Métropole</p>	JS/AG	22 décembre
XXXXXXXXXX			
XXXXXXXXXX			
XXXXXXXXXX			

Les textos et chats professionnels

Avec le télétravail, les messageries instantanées se sont développées.

Les utilisez-vous beaucoup ? A quel escient ?

Vous arrive-t-il d'envoyer un SMS à un collaborateur ? Pour quelles raisons ?



LES BONNES PRATIQUES

- Limiter les **SMILEY**
- Faire des **MESSAGES COURTS**
- Ne **TARDEZ PAS** trop à répondre
- **N'IGNOREZ PAS** un message
- Partez au **MOMENT ADÉQUAT**

La présentation Powerpoint

Etes-vous souvent amené à présenter des informations lors de réunion ?

Comment travaillez-vous vos présentations (textes/images)

Quelles sont les éléments que vous mettez en avant ?



LES BONNES PRATIQUES

- Soyez **PRÉCIS, CONCIS, IMPACTANT**
- Définissez une **CHARTRE GRAPHIQUE**
- Faites des **TEXTES COURTS**
- Soutenez le texte par des **ILLUSTRATIONS**
- Utilisez des **VERBES D' ACTIONS**

**STRUCTURER
SON ECRIT AVEC
COHERENCE ET LOGIQUE**



Les 5 W : de la lecture sélective à l'écriture

LES 5 W

What?

Why?

Who?

When?

Where?

Quoi ?

Pourquoi ?

Qui ?

Quand ?

Où ?

Comment ?

Combien ?



PAYS : France
SURFACE : 27 %
PERIODICITE : Quotidien



► 21 avril 2016 • Edition Fil Gen

Rihanna bat les Beatles en temps passé au sommet du classement du meilleur titre

New York (USA), 21 avr. 2016 (AFP) -

Rihanna a confirmé son statut de superstar de la pop en accumulant plus de temps au sommet du classement américain du meilleur single que les Beatles, Mariah Carey conservant toutefois le record, a indiqué le magazine spécialisé Billboard mercredi.

La chanson "Work" de Rihanna est depuis neuf semaines au sommet du classement des meilleurs titres élaboré par Billboard, portant à 60 semaines le temps total passé par la chanteuse de la Barbade sur la première place du podium avec ses chansons, soit une semaine de plus que les Beatles.

Le groupe britannique, icône du pop-rock, et Rihanna restent loin derrière la chanteuse américaine Mariah Carey, qui a déjà occupé la première place de ce classement hebdomadaire pendant 79 semaines au total, selon Billboard qui le publie depuis 1958.

Son titre "My Sweet Day", chanté avec le groupe Boyz II Men en 1995, l'avait notamment propulsée et maintenue à la première place pendant seize semaines.

sct/elc/are

Afp le 21 avr. 16 à 02 13.

LA DEPECHE AFP

Les différents types de plans



LE PLAN CHRONOLOGIQUE

Expliquer un fonctionnement ou une procédure

Organisation logique
Organisation chronologique
Organisation explicative



LE PLAN THÉMATIQUE

Passer en revue les différentes facettes d'un projet/problème

Hierarchisation des thématiques (entonnoir)



LE PLAN ARGUMENTATIF

Persuader
Convaincre

Organisation
Thèse/antithèse /
Synthèse
Problème / Solutions /
Objection / Synthèse des avantages

Quel type de plan pour quels supports ?

**INTRODUIRE
ET CONCLURE**

4

L'introduction

2 OBJECTIFS A L'INTRODUCTION



CAPTER le lecteur



ANNONCER le sujet de l'écrit



S'appuyer sur les 5 W



1. Débuter par une phrase **D'ACCROCHE** pour capter le lecteur
2. **CONTEXTUALISER** le sujet traité
3. **DÉFINIR** le sujet qui sera traité
4. Annoncer si nécessaire **LE PLAN**

L'introduction, la première impression



LES BONNES PRATIQUES

- Utilisez un **FAIT, UN CHIFFRE**, une statistique
- Rédiger l'introduction **EN DERNIER**
- Utilisez la méthode de **L'ENTONNOIR**
- Faire **COURT !**

La conclusion, la dernière impression

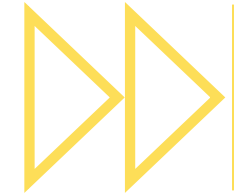
2 OBJECTIFS A LA CONCLUSION



RESUMER l'écrit
Donner un **APERÇU** d'ensemble



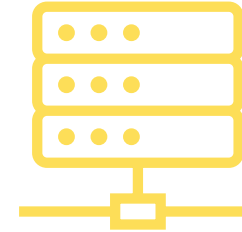
ELARGIR le champ de réflexion



- 1. RECONTEXTUALISER** le thème traité
- Reprendre les **TEMPS FORTS** de l'écrit / rappeler les **ARGUMENTS**
- Exposer la **RÉPONSE** donnée
- 4. FACULTATIF** : Introduire une **OUVERTURE**, une **QUESTION** pour prolonger la réflexion

La conclusion

La recette, c'est une très bonne introduction, une très bonne conclusion, et les deux les plus rapprochés possible !



LES BONNES PRATIQUES

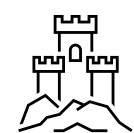
- Bien **RELIRE** tout son texte
- Mettre en valeur **L'ESSENTIEL**
- Ne pas **RÉPÉTER/ COPIER/COLLER** des éléments des paragraphes
- Ne pas rajouter dans la conclusion **D'IDÉE IMPORTANTE**
- Inciter à **L'ACTION**



**DEVELOPPER ET
ADAPTER
SON DISCOURS**



Les types de discours



TYPE

LE TEXTE NARRATIF

OBJECTIF

Raconter une histoire
Relater des faits

CARACTERISTIQUES

Temps du récit
Indices de temps
Acteurs



LE TEXTE DESCRIPTIF

Présenter un cadre, des lieux,
une personne, un objet

Temps de la description
Indices de lieux
Précision des informations
Adjectifs



LE TEXTE INJONCTIF

Donner des ordres, des
instructions

Impératif
Présent ou futur



LE TEXTE EXPLICATIF OU INFORMATIF

Fournir des informations
Expliquer une procédure

Neutralité
Objectivité
Information précise



LE TEXTE ARGUMENTATIF

Convaincre
Persuader

Marque d'énonciation
Arguments
Exemples
Présent

L'argumentation : persuader ou convaincre



CONVAINCRE

Le discours s'adresse à
la **RAISON**

Procédés :

- Arguments
- Preuves
- Faits irréfutables
- Raisonnement logique et cohérent



PERSUADER

Le discours s'adresse à la
SENSIBILITÉ, AUX ÉMOTIONS

Procédés :

- Figures
- Images
- Témoignage
- Implicite



Parce que demain se gagne aujourd'hui

• **B&T ASSOCIES** • **MOTIVE** • **DIGISMART** • **PARMENION** • **MERLANE**