

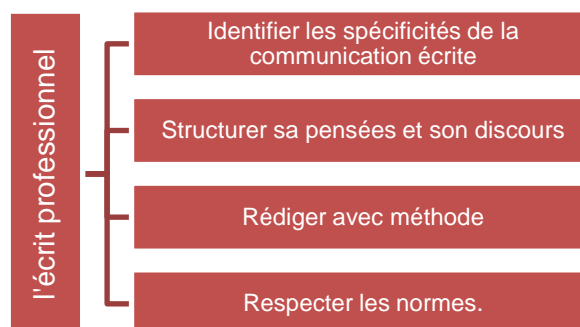
## Chapitre 3

### Construire un message professionnel

#### Introduction

Une communication écrite efficace exige une analyse rigoureuse des causes, des objectifs et des enjeux du message.

Ce travail implique une bonne compréhension préalable des spécificités de la communication écrite. Elle oblige l'émetteur à structurer sa pensée et son discours. Elle contraint à rédiger avec méthode et à respecter les normes admises dans le milieu.



<b>Sommaire</b>		<b>4 h 05'</b>
<b>Problématique</b>	1	10'
<b>Introduction</b>		10'
QCM	2	
Réflexion 1. Jeu des 17 erreurs	3	15'
Réflexion 2. Analyser un argumentaire	4	30'
Réflexion 3. Organiser ses idées et son argumentaire	5	10'
Réflexion 4. Choisir une formule de politesse adaptée	6	10'
<b>Missions professionnelles</b>		
Mission 1. Rédiger un courriel professionnel	<b>7</b>	1 h 10'
Mission 2. Rédiger une lettre commerciale	8	40'
Mission 3. Rédiger une invitation commerciale	8	50'
<b>Ressources</b>		
1. Identifier les spécificités de la communication écrite	9	
2. Structurer sa pensée et son discours	9	
3. Rédiger avec méthode	10	

## Introduction

### QCM – Construire un message professionnel

Questions	Avant	Réponses	Après
<b>Question 1</b> La communication orale est	<input type="checkbox"/>	Indirecte	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Directe	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Interactive	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	En temps réel	<input type="checkbox"/>
<b>Question 2</b> La communication écrite est	<input type="checkbox"/>	Indirecte	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Directe	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Interactive	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	En temps réel	<input type="checkbox"/>
<b>Question 3</b> Le métalangage est	<input type="checkbox"/>	Une métadonnée	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Une information verbale	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Une information verbale sous entendue	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Une information non verbale	<input type="checkbox"/>
<b>Question 4</b> La forme du message constitue la structure...	<input type="checkbox"/>	Psychologie du message	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Logique du message	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Physique du message	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Pratique du message	<input type="checkbox"/>
<b>Question 5</b> Le fond du message constitue la structure...	<input type="checkbox"/>	Psychologie du message	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Logique du message	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Physique du message	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Pratique du message	<input type="checkbox"/>
<b>Question 6</b> Les idées doivent être énoncées de façon	<input type="checkbox"/>	Pratique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Journalistique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Scientifique	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Classique	<input type="checkbox"/>
<b>Question 7</b> Terminer le sigle suivant : QQO	<input type="checkbox"/>	QCP	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	CQP	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	PQC	<input type="checkbox"/>
<b>Question 8</b> Un message doit obligatoirement contenir	<input type="checkbox"/>	Une conclusion	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Un développement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Une introduction	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Une formule de politesse	<input type="checkbox"/>
<b>Question 9</b> Le ton du message doit être adapté	<input type="checkbox"/>	Au personnel	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	À la direction	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	À l'émetteur	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Au destinataire	<input type="checkbox"/>
<b>Question 10</b> La rédaction des idées écrites doit être	<input type="checkbox"/>	Explicite	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Implicite	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Argumentée	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Concise	<input type="checkbox"/>
<b>Question 11</b> Le cycle de vie d'un document correspond aux phases suivantes	<input type="checkbox"/>	Création	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Traitement	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Diffusion	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	Classement	<input type="checkbox"/>

**Réflexion 1 - Jeu des 17 erreurs**

Durée : 15 minutes



Source

**Travail à faire**

Identifiez les 17 erreurs qui se sont glissées dans ce courrier (fond et forme)

Pierre Servaz  
**Société Carmin**

34 rue du Mont – 69008 LYON  
Tél. : 04 78 14 25 36 - Fax : 04 78 14 25 39

**Société Gérard Dorel**  
**34 rue des Remparts d'Ainay**  
**Service commercial**  
**69002 LYON**

Objet :  
Invitation salon des créateurs Lyon Bron

Le : 21/11/201x Lyon

Chèr Monsieur,

Notre entreprise sera présente aux salons des créateurs de Lyon Bron. Ce salon constitue un événement majeur pour tous les créateurs dans les domaines des Arts appliqué est des Arts décoratifs. A cette occasion, nous présenterons nos nouvelles gammes de micros-outils destiné plus particulièrement au travail de précision et à l'aéromodélisme. A l'occasion de leur lancement, nous serons heureux de vous les présenter et de vous faire bénéficier d'un prix promotionnel de lancement faisant l'objet d'une réduction de 20 % sur le prix de ventes HT.

**Le salon aura lieu à Chambéry du 22 au 24 octobre.**

Afin de vous les faire découvrir, nous vous faisons parvenir 2 invitations, pour entrer au salon et venir nous rencontrer dans le **Hall N° 2** sur le **Stand xxx**.

Dans l'attente de vous rencontrer, nous vous adressons la plus haute expression de nos sentiment dévoué.

Salutation

Directeur  
M. Servaz

PJ : 3 invitations

## Réflexion 2 - Analyser un argumentaire

Durée : 30 minutes



Source

### Contexte professionnel

Vous travaillez dans l'entreprise de charpente-zinguerie (Société ACZ), dont l'activité consiste à construire ou rénover des toits d'habitation.

La société intervient actuellement chez un client (M. Fouquet) dans le cadre de la rénovation du toit de sa maison, qui durera tout le mois de février. Le 8 février, la société a fait intervenir deux sous-traitants :

- la société de levage ASL qui a fourni un camion grue pour descendre les tuiles,
- La société Vagnier qui a fourni une benne de transport pour les tuiles.



En fin de journée, le camion grue de la société ASL a accroché un câble téléphonique, qui a entraîné la rupture du poteau téléphonique qui alimentait plusieurs maisons, lesquelles sont dorénavant sans téléphone et sans internet.

M. fouquet a envoyé le courriel suivant à la société ACZ :

**Bonjour,**

**J'ai constaté en rentrant de mon travail que le poteau téléphonique, qui alimente mon domicile et les maison voisines, avait été cassé et que les câbles téléphoniques sont sectionnés. Je n'ai plus de ligne de téléphone, ni internet.**

**Pouvez-vous réparer le poteau et rétablir le téléphone et l'internet le plus rapidement possible.**

**M. Fouquet.**

La Réponse envoyée à M. Fouquet par M. Vernier (directeur de ACZ), a été la suivante :

**Bonjour,**

**Nous ne sommes pas responsables de la rupture du poteau téléphonique qui a été sectionné par la société de levage ASL.**

**Nous ne pouvons apporter de réponses à votre question.**

**M. Vernier (Directeur)**

À la suite de cette réponse, M. Fouquet a téléphoné furieux à M. Vernier en le traitant d'irresponsable.

### Travail à faire

Analysez le contexte et les courriers échangés puis faites part de vos remarques quant à la réponse de M. Vernier à M. Fouquet.

## Réflexion 3 - Organiser ses idées et son argumentaire

Durée : 10'



Source

### Travail à faire

Classez les phrases ou les éléments de phrase dans un ordre logique, dans la colonne de droite, afin de reconstruire un argumentaire pertinent.

	Classement proposé
Nous vous demandons de nous reprendre les étuis téléphones non vendues (180)	
Les étuis nous ont été livrés le 20 décembre avec 3 semaines de retard	
Sans réponses rapide de votre part nous serons contraints d'arrêter toute activité avec votre société	
Le délai de livraison annoncé à la commande était de 3 semaines	
Bloc d'adresse	
Nous vous avons passé une commande le 25 octobre de 200 étuis de téléphone en cuir rouge pour iPhone	
Monsieur,	
Ce retard ne nous a pas permis de les vendre en cette fin d'année	
Signature	
Ces étuis étaient destinés à booster nos ventes de fin d'année.	
Nous vous prions d'agréer, Monsieur, nos salutations distinguées.	
Il va de soi que nous refusons de les payer.	

## Réflexion 4 - Choisir une formule de politesse adaptée

Durée : 10'



Source







### Travail à faire

Indiquez les formules de politesse adaptées aux destinataires.

N°	Formules de politesse
1	Je t'embrasse
2	Je vous prie d'agréer, ..., mes salutations distinguées.
3	Amicalement,
4	Veillez agréer, .... , l'expression de mes cordiales salutations.
5	Cordialement,
6	Salut,
7	Je vous prie d'agréer,..., mes respectueuses salutations

Destinataire	Formule de politesse à utiliser (N°)
Directeur	
Supérieur hiérarchique	
Ami	
Clients	
Collègue de travail	
Fournisseur	
Client fidèle	
Famille	

## Missions professionnelles

<b>Mission 1 : Rédiger un courrier professionnel</b>			
Durée : 1 h + 10'	 ou    	Source	

### Jeux sérieux

- Concevoir des groupes de 4 étudiants,
- Chaque étudiant conçoit ses propres lettres au sein du groupe,
- À l'issue des 30 minutes, le groupe compare et analyse les productions de chacun et retient les lettres qui seront soumises au formateur et/ou aux autres groupes.

### Contexte professionnel

La société a reçu plusieurs plaintes de clients qui ont reçu leurs articles avec du retard. Le problème concerne plus particulièrement la chaîne de magasins Séphori qui est un client important.

Dans un courrier arrivé il y a trois jours, ce client nous menace de changer de fournisseurs, car ces retards répétés, lui posent des problèmes pour réapprovisionner ses différents magasins situés dans toute la France.

Les achats de la société Séphori sont livrés à son centre de logistique qui est situé à Dijon (à 200 km de nos entrepôts d'où partent les livraisons), ces produits sont ensuite réacheminés dans les différentes franchises de la société Séphori par ses propres soins.

Après étude de chaque dossier, il apparaît que l'un de nos transporteurs, la société Bongrand Transport, connaît des difficultés et n'assure plus ses livraisons avec la même régularité qu'auparavant.

Contractuellement la société Bongrand doit réaliser les livraisons sous 48 h, mais il apparaît qu'un transport sur deux est réalisé sous 96 heures, avec deux jours de retard.

Camille Berthod (directrice de la société) a décidé de cesser toute activité avec la société Bongrand Transport et travaillera dorénavant avec la société TransAlpe qui s'engage contractuellement à réaliser les livraisons inférieures à 500 km sous 24 h et les livraisons inférieures à 1000 km sous 48 h.

M<sup>me</sup> Berthod vous demande de rédiger et de mettre en forme les lettres qui seront envoyées à la société Séphori et à la société Bongrand.

### Travail à faire

1. Rédigez et mettez en forme, sur un traitement de texte, le courrier qui sera envoyé ce jour à la société Séphori.
2. Rédigez et mettez en forme, sur un traitement de texte, la lettre qui sera envoyée à la société Bongrand.
3. Sauvegardez les documents dans le dossier **Erbioline**.

Émetteur	Destinataire	Destinataire
Erbioline 11 avenue Palais Grillet 69002 Lyon Tél : 04 78 22 xx xx – Fax : 04 78 22 xx xx Mèl : <a href="mailto:contact@erbioline.com">contact@erbioline.com</a> Site : <a href="http://www.erbioline.com">www.erbioline.com</a>	Séphori 45 Rue Adolphe Villette 21000 DIJON	Société Bongrand 456 ZA des Landier 73000 Chambéry

Mission 2 : Rédiger une demande d'information		
Durée : 30' + 10'		Source



#### Jeux sérieux

- Concevoir des groupes de 4 étudiants,
- Chaque étudiant conçoit ses propres lettres au sein du groupe,
- À l'issue des 30 minutes, le groupe compare et analyse les productions de chacun et retient les lettres qui seront soumises au formateur et/ou aux autres groupes.

### Contexte professionnel

M. Solliet souhaite louer un stand à la foire de Lyon qui se tiendra du 23 mars au 2 avril de l'année prochaine à Eurexpo Lyon.

L'objectif est de faire connaître l'entreprise et ses produits. M. Solliet souhaite soit un stand sur lequel il sera possible de faire déguster et vendre de la bière soit une buvette placée dans ou à côté d'un espace restauration.

Il vous demande préparer la demande d'information sur les modalités d'inscription pour obtenir un espace.

Votre message sera adressé aux organisateurs du salon. Vous trouverez des informations complémentaires sur le site internet de la foire de Lyon.

### Travail à faire

Rédigez la demande d'inscription qui sera adressée aux organisateurs de la foire de Lyon (vous trouverez le formulaire d'inscription sur le site de la foire de Lyon).

Mission 3 : Rédiger une invitation commerciale		
Durée : 30' + 10'		Source



#### Jeux sérieux

- Concevoir des groupes de 4 étudiants,
- Chaque étudiant conçoit ses propres lettres au sein du groupe,
- À l'issue des 30 minutes, le groupe compare et analyse les productions de chacun et retient les lettres qui seront soumises au formateur et/ou aux autres groupes.

### Contexte professionnel

M. Solliet a obtenu un stand à la foire de Lyon qui se tiendra du 23 mars au 2 avril à Eurexpo Lyon – Chassieu. Le stand sera situé dans le hall 4 à l'emplacement 236.

Ce salon sera l'occasion pour l'entreprise de présenter ses bières et sa nouvelle gamme de boissons sans alcool. Des invitations seront envoyées sur demande par courriel à tous nos clients professionnels habituels.

Il vous demande de mettre en forme le mél qui sera envoyé à tous nos clients professionnels.

### Travail à faire

1 – Rédigez et mettez en forme sur un texteur le contenu du mél qui sera envoyé à nos clients professionnels (vous pouvez trouver les informations manquantes sur le site de la foire de Lyon).

2 - Sauvegardez le document dans le dossier **Solliet**.



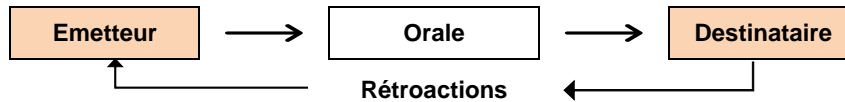
# Ressources

## 1. Identifier les spécificités de la communication écrite

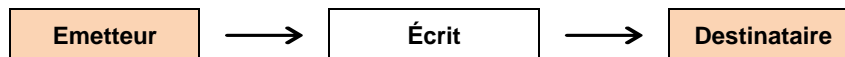
L'entreprise doit véhiculer une image positive et la communication écrite est un support important de l'image et de l'identité de l'entreprise. C'est la raison pour laquelle, elle ne doit pas être négligée.

- **Le cadre géographique et temporel**

Dans la communication orale, l'émetteur et le destinataire communiquent en temps réel. Si un problème survient la rétroaction est immédiate.



Dans la communication écrite le lecteur est « prisonnier » du texte. Le plus souvent, il ne peut pas avoir de rétroactions en temps réel. Ce qui laisse la place aux malentendus, aux interprétations et aux inférences.



Cette « soumission » rend le lecteur plus exigeant et critique. Il supporte mal, la perte de temps, l'approximation, l'erreur, l'ennui. Il est sensible à l'orthographe, au style... Il désire des messages clairs, efficaces et agréables. Tout manquement peut être vécu comme une atteinte à sa personne et un manque de respect...

<b>Conséquence</b>	<b>On ne peut pas écrire comme on parle.</b>
--------------------	----------------------------------------------

- **L'absence de métalangage**

À la différence l'orale, l'écrit n'est enrichi par aucun message non verbal : le ton de la voix, l'expression du visage, la gestuelle, l'élocution, le regard, etc. Seuls les mots et la mise en forme donnent un sens au message.

<b>Conséquences</b>	<b>Les explications doivent être journalistiques</b> (utiliser la méthode du QQQQCPC (Qui, Quand, Où, Quoi, Comment, Pourquoi, Combien)).
	<b>Le message ne doit nécessiter aucune explication ou commentaire complémentaire</b>
	<b>Les mots doivent être justes et précis, le document doit être propre et soigné.</b>

- **Enjeux juridiques**

L'écrit peut constituer une preuve. Il faut donc être vigilant lors de sa rédaction, sur la présence d'informations juridiques clés, telles que la date et le lieu de création, l'indication de l'émetteur et du destinataire, la signature.

Les méls ont la même valeur juridique que les courriers, sous réserve que le destinataire puisse assurer la date, l'origine du message et le contenu entier, avec les pièces jointes s'il y en a. S'il manque un de ces éléments, le mél perd sa valeur légale.

## 2. Structurer sa pensée et son discours

- **La forme du message (structure physique)**

L'écrit doit identifier clairement : l'**émetteur** (qui l'envoie) ; le **destinataire** (à qui il est destiné) ; la **date** ; le **lieu** de création et l'**objet** (la cause) du message, qui doivent être mis en évidence.

La mise en forme doit être au service du message et le rendre facile à lire et à comprendre :

- L'écriture doit être claire, précise et directe et ne doit pas faire perdre de temps à son lecteur ;
- Les fautes d'orthographe perturbent, distraient et détournent le lecteur du fond du message ;
- La mise en page et les paragraphes doivent être aérés, pour aider le lecteur à lire et à respirer.

Enfin, l'écrit doit respecter les règles de mise en pages professionnelles : marge, positionnement du bloc d'adresse, etc. Il est mis en forme avec une police classique de type Arial ou Times New Roman (corps de 10 à 12 pts).

## • Le fond du message (structure logique)

Le contenu du message est organisé en trois parties : une introduction qui prépare et met en place le message, un développement qui formule l'objectif, une conclusion qui met fin au message.

<b>Introduction</b>	<p>Elle justifie l'écrit, le plus souvent, elle rappelle des faits pour situer le document dans son contexte et elle prépare le destinataire à ce qui sera dit dans le développement.</p> <p>⇒ Une lettre sur une erreur de facturation, débute par un rappel concernant la commande et la facturation.</p> <p>⇒ Une lettre de modification de réservation, commence par un rappel de la réservation initiale.</p>
<b>Développement</b>	<p>Il énonce et explique l'objet de l'écrit. Les idées sont hiérarchisées de façon logique et chronologique afin que le destinataire ait toutes les réponses aux questions qu'il peut se poser.</p> <p>Utiliser la méthode du QQQQPC pour être complet et précis, « ce qui doit être dit, est dit, ce qui est inutile est retiré ».</p> <p>⇒ Une lettre concernant une erreur de facturation, explique l'erreur de façon précise.</p> <p>⇒ Une lettre de modification de réservation, explique le souhait et ce qui le justifie.</p>
<b>Conclusion</b>	<p>Elle clôt le message et doit laisser une bonne impression. Une phrase de médiation ou de courtoisie (remerciement par exemple) peut suivre la conclusion (formules de politesse).</p> <p>⇒ La lettre concernant une erreur de facturation, se terminera par une formule de remerciement pour les corrections qui seront réalisées.</p> <p>⇒ La lettre de modification de réservation, se terminera par une formule de remerciement pour la modification qui sera opérée.</p>

## 3. Rédiger avec méthode

<b>Introduction</b>	1	<p><b>Définissez l'objet du document</b></p> <p>⇒ La raison pour laquelle il est écrit.</p>
	2	<p><b>Identifiez le destinataire</b> (client, fournisseur, supérieur hiérarchique, collègue, etc.).</p> <p>⇒ Adaptez le style du texte qui sera plus ou moins soutenu.</p>
	3	<p><b>Rédigez la formule de salutation</b></p> <p>⇒ Elle dépend du degré de proximité et de la nature de la relation avec le destinataire.</p> <p>⇒ Plus la formule est précise et plus le courrier attirera l'attention</p> <p>⇒ Si vous connaissez le destinataire indiquez « Monsieur » ou « Madame », suivi du nom de la personne (ou du prénom si vous connaissez bien le destinataire).</p> <p>⇒ « Madame, Monsieur » uniquement, est une formule impersonnelle à utiliser lorsque vous ne connaissez pas le destinataire.</p> <p>⇒ La civilité peut être remplacé par le poste du destinataire ou le service destination : « Responsable Informatique » ; « Service du personnel ».</p>
	4	<p><b>Rédigez l'introduction</b> (une à 2 phrases maximum).</p> <p>⇒ Rappelez les faits ou précisez rapidement le contexte du courrier.</p>

<b>Développement</b>	<b>1</b>	<p><b>Rédigez de façon claire et concise ce que vous voulez dire</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Soyez bref et professionnel, allez droit au but, en limitant les commentaires.</li> <li>⇒ Bannissez les transitions inutiles, les mots compliqués et les phrases longues.</li> <li>⇒ Utilisez de préférence des verbes d'action et élaguer les explications trop longues.</li> <li>⇒ Structurez votre pensée en paragraphes.</li> <li>⇒ Si vous demandez au destinataire une action ou un résultat, indiquez clairement vos attentes en étant précis, concis et convaincant.</li> <li>⇒ Soyez positif, indiquez ce que vous pouvez faire, plutôt que ce que vous ne pouvez pas faire. (Si un produit est en rupture de stock, ne dites pas que la livraison est impossible. Dites que le produit rencontre un grand succès et que vous avez tout vendu).</li> <li>⇒ Si vous rédigez une lettre compliquée, structurez votre pensée dans un plan.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Listez les idées que vous souhaitez dire et les mots clefs associés à chaque idée,</li> <li>○ Étudiez la pertinence de chaque idée et supprimez tout ce qui n'est pas pertinent,</li> <li>○ Organisez les idées de façon logique et compréhensible.</li> </ul> </li> </ul>
	<b>2</b>	<p><b>Utilisez un ton adapté au destinataire et à la situation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Evitez les lettres types trop impersonnelles.</li> <li>⇒ Utilisez un langage soutenu, professionnel (exclure le langage familier, SMS ou argotique).</li> <li>⇒ Réservez les formules amicales aux destinataires qui vous sont proches.</li> <li>⇒ Soyez réservé, évitez de révéler votre personnalité et maniez l'humour avec de délicatesse (il n'y a pas de rétroaction).</li> </ul>
<b>Conclusion</b>	<b>3</b>	<p><b>Restez courtois et polis</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Lorsque votre courrier concerne une plainte ou un problème, restez courtois. Soyez positif et proposez éventuellement des solutions raisonnables, pour débloquer une situation.</li> </ul>
	<b>4</b>	<p><b>Terminez votre message</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Résumez les points importants et indiquez clairement ce que vous allez faire ou ce que vous attendez du destinataire.</li> <li>⇒ Signalez au destinataire qu'il peut vous contacter en cas de besoin et remerciez-le de son attention.</li> </ul>
<b>Conclusion</b>	<b>1</b>	<p><b>Rédigez la formule de politesse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ La formule de politesse dépend du degré de proximité entre l'émetteur et le destinataire : « <i>Cordialement</i> » ou « <i>...avec mes salutations distinguées</i> » ; « <i>...avec mes respectueuses salutations</i> » sont des formules courantes.</li> <li>⇒ Evitez les formules trop complexes ou flatteuses.</li> </ul>
	<b>2</b>	<p><b>Signez la lettre et indiquez votre nom et vos coordonnées</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Signez la lettre au stylo bleu ou noir (pas de rouge) en laissant quelques lignes vierges après la formule de politesse. Utilisez un stylo de bonne qualité.</li> <li>⇒ Si vous envoyez votre courrier par Mèl, scannez votre signature et collez-la sur le courrier.</li> <li>⇒ Tapez votre nom, votre poste, votre téléphone et mèl en dessous de la signature,</li> <li>⇒ Placez chaque information sur des lignes différentes.</li> </ul>
	<b>3</b>	<p><b>En cas de besoin, incluez des "pièces jointes".</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Si vous joignez des pièces supplémentaires à votre courrier, indiquez-les sous l'objet du courrier en haut de la lettre en précisant leurs natures. (<i>PJ : Brochure, bon de commande</i>).</li> </ul>

Exemple de lettre commerciale normalisée

