

# Bien à vous, bisou, à+... Comment ne pas ruiner la fin d'un mail

Par [Lucile Quillet](#) | Le 16 novembre 2015

Vous pinailliez toujours pour savoir comment finir votre mail professionnel en bonne et due forme ? Petit guide pour terminer en beauté, sans formules déplacées ni signature maladroite.

C'était un vendredi. Vos doigts ont frappé les touches frénétiquement, inscrivant un « zoubi » en bas du mail adressé à Robert D'artillerie, votre plus gros client. L'habitude a eu raison de vous. Vous avez envoyé innocemment le malheureux courrier. Avant d'en envoyer trois autres pour vous excuser... sans savoir s'il fallait user d'un « sincèrement », d'un « bien à vous » ou de « salutations distinguées » pour rattraper tant de familiarité. « La fin du mail peut être une zone glissante, surtout de nos jours où la frontière entre vie pro et vie perso est de plus en plus poreuse », assure la coach en image Aude Roy. Fort heureusement, elle nous redonne les clés pour terminer un mail convenablement en fonction de son destinataire, toujours avec panache et élégance.

## Finissez en regardant vers le futur

Quand vous quittez vos amis, s'ensuit toujours après la bise un « la prochaine fois, chez moi » ou un « mardi, 20h, au bar à cocktail ». Partez du principe que c'est un peu la même chose dans les mails professionnels : il ne suffit pas de poser son information et de partir sèchement.

**On évite** : le néant. « Ne pas mettre de formule de conclusion constitue un manque de politesse ».

**Agrémentez votre mail d'un** « dans l'attente de votre retour » ou « n'hésitez pas à me rappeler au... » ou à ouvrir la conversation sur un autre sujet. « À la fin d'un mail, il faut donner un rendez-vous futur, soit physique soit téléphonique ou via un autre mail. Il faut tendre ce pont vers le futur pour que le mail soit suivi d'une autre action, que la relation continue ». Sauf, évidemment, avec les renégats dont vous souhaitez prendre congé à tout jamais.

## Bannissez le « Bien à vous »

**On évite** : le « bisou ». A-t-on vraiment besoin de le rappeler ?

**S'offrent à vous maintes solutions :**

**Bien à vous** : Aude Roy conseille de tirer un trait sur une des formules classiques de la fin de mail. « Cette traduction du "*sincerely yours*" n'a pas lieu d'être en français. En quoi suis-je à l'autre ? La formule peut être interprétée de façon ambiguë, on l'évitera donc. »

**Cordialement** : plus distancié, « cordialement » est un passe-partout utile. On s'autorise un paresseux « Cdlt » avec les collègues qu'on connaît bien.

**Bien / Très cordialement** : on peut se payer le luxe de renforcer la formule après deux ou trois échanges avec la personne.

**Sincères salutations** : un équivalent de « cordialement » avec un degré de chaleur supplémentaire.

**Sincèrement** : il assure la correction et la distance de « cordialement », avec la noblesse de beaux sentiments. « On peut ajouter "très sincèrement" dans une relation où les contacts sont répétés. »

**Amitiés** : à utiliser seulement pour les contacts professionnels avec lesquels on a une relation très suivie et privilégiée, qui s'inscrit dans la durée. « La formule reste correcte sans être dans l'embrassement. On l'adresse à une personne qui nous a apporté des choses, que l'on connaît depuis quelques années et avec laquelle a eu lieu un échange de service. »

**Chaleureusement** : on se permet de clore d'un « chaleureusement » un mail destiné à des personnes avec une forte différence d'âge, quel que soit le rapport hiérarchique, pour évacuer toute ambiguïté. « De cette façon, on se réfère plus à un lien maternel ou paternel. »

**Salutations** : le strict minimum. À réserver pour vos collègues un peu vaches qui raclent toujours le fond du saladier de guacamole aux [pots d'entreprise](#).

**Salutations distinguées** : très cérémonieux. « On l'utilise pour un mail au PDG. Et encore, c'est un peu trop solennel. »

## Les bourdes du prénom et nom

**On évite** : La seule première lettre du prénom suivie d'un point, type « Q. ». Plus risible qu'énigmatique. À vouloir vous la jouer agent du MI6, vous passez juste pour un Jean Bond.

**À la place, optez donc pour plus de modestie avec :**

**Le prénom et nom** : on respecte l'ordre tel quel plutôt que d'inverser pour obtenir un effrayant « BOUCHER Dolorès ». « Nous ne sommes pas chez les Anglais, ni à l'école », rappelle la coach.

**Le prénom seul** : on se le permet entre collègues proches uniquement. « Mais faites attention, si vous avez un prénom courant, il vaut toujours mieux mettre aussi son nom de famille, conseille Aude Roy. On ne sait jamais, il peut y avoir confusion ».

## Tél., fixe, fax, adresse, Twitter, blog... Faites un choix

Avec la multiplication des innovations technologiques et des réseaux sociaux, vous disposez d'une bonne dizaine de canaux de communication. Mettre la totale vous attirera avec certitude la pitié de votre interlocuteur. « Ce sera pris comme une justification ou une revendication, avec un côté narcissique qui signifie "regardez-moi" ». En la matière, « *less is more* » assure la coach. Moins vous en mettez, plus vous vous rendez désirable.

**On évite** : l'adresse postale (sauf pour fixer un rendez-vous physique). Le fax (nous sommes en 2015, bonjour). Votre [profil Facebook](#) (trop peu de gens l'utilisent de façon professionnelle). Le blog perso «au cas où » ( vous n'avez plus 16 ans).

**En revanche on ajoute** :

**Son numéro de téléphone fixe** : si l'on n'a pas peur d'être harcelé par un client psychopathe.

**Son numéro de portable** : si les déplacements font partie de notre routine de travail. À condition, évidemment, d'avoir un portable professionnel.

**Un lien vers son profil LinkedIn ou Viadeo (faites un choix)** : en mettant évidemment un hyperlien sur « LinkedIn » et non l'URL en entier, précédée d'un gênant « vous trouverez mon [profil LinkedIn](#) sur le lien suivant ».

**Un lien vers son compte Twitter** : si votre usage du réseau social a un sens dans votre profession. Assureur et banquier, vous pouvez circuler.

## **Oubliez le gif géant d'entreprise**

*Come on.* Le prestige de votre carrière ne se mesure pas à la taille du logo de votre entreprise. Pire : si vous optez pour l'énorme gif animé, vous manifestez clairement un problème d'ego et de confiance en vous. Et risquez de filer droit dans la case « courrier indésirable ».