

Comment écrire un mail au président (et être lu) ?

*Comment attirer l'attention d'un interlocuteur ou d'une interlocutrice dans le flot de mails quotidien qui lui sont envoyés ?
Les conseils de Samuel Durand aux jeunes entrepreneur·e·s.*

Temps de lecture : minute

18 novembre 2019

Pour mener à bien le projet Going Freelance, j'ai eu besoin ces derniers mois d'entrer en contact avec des dizaines de personnes très occupées qui reçoivent plusieurs centaines de mails par jour. Lever des fonds, visiter une entreprise, trouver un mentor, autant d'activités qui nécessitent une bonne maîtrise de la première impression : l'email.

Je me suis aperçu qu'il était bien plus facile d'entrer en contact avec un CEO ou un membre du top management que je ne l'imaginais. Contre toute attente, plus le destinataire a d'importantes responsabilités, plus le taux de réponse augmente. Je partage dans cet article les bons outils et la bonne approche pour obtenir un rendez-vous avec le bon interlocuteur grâce aux emails.

Note : Il existe d'autres outils et d'autres techniques pour rédiger d'excellents emails, je ne partage ici que ceux que j'ai eu l'occasion de tester et de peaufiner au cours de mes expériences.

Première étape : Trouver le bon email

Avant de rédiger un message, il faut déjà savoir à qui l'adresser. Tout commence avec l'identité de la personne. Vous cherchez à contacter le DRH d'un groupe du CAC 40, commencez par une simple recherche

LinkedIn, ajoutez-le à votre réseau et peut-être que son email apparaîtra dans ses coordonnées.

Bien souvent ce n'est pas aussi facile et les personnes les plus occupées ne laissent pas leur email à la vue de tous, plusieurs outils nous permettent alors de trouver notre précieux sésame.

Un des plus connus d'entre eux est [Hunter.io](https://hunter.io), en tapant le nom de la personne recherchée sur le site, Hunter.io nous envoie directement son email s'il le trouve. Si ce n'est pas le cas, il nous affiche la suggestion la plus probable compte tenu de la structure des emails du reste de l'entreprise.

[RocketReach](https://rocketreach.co) est également un outil formidable, il est capable à partir du profil LinkedIn d'une personne, d'afficher plusieurs emails potentiels avec des taux de probabilité. Bien souvent l'outil affiche directement le bon email (avec un taux associé de 100%).



À lire aussi

Comment développer le visage et la voix de votre startup... l'art

de la tribune

Le troisième et dernier outil est certainement le plus efficace, il s'agit de LinkedIn Sales Navigator pour Gmail. Comme les deux outils ci-dessus, il s'agit d'une extension Chrome et celle-ci fait le pont entre Gmail et LinkedIn. Si vous n'avez que le nom de la personne ainsi que le nom de domaine associé à son entreprise, vous pouvez deviner la structure de l'email en tapant plusieurs adresses dans Gmail. Vous saurez que vous avez trouvé la bonne lorsqu'au survol de l'une des variantes, l'extension affichera le profil LinkedIn de la personne. Si vous survolez une adresse erronée, l'outil n'affichera rien !

Imaginons que vous recherchiez le profil de Samuel Durand qui travaille chez Going Freelance. Un simple passage sur le site vous informe que le nom de domaine associé est going-freelance.com. Vous recherchez à présent la première partie de l'email qui pourrait bien être :

- samuel.durand@going-freelance.com
- sam.durand@going-freelance.com
- sdurand@going-freelance.com
- s.durand@going-freelance.com
- samuel@going-freelance.com
- sam@going-freelance.com

Au survol de l'une des adresses, le profil LinkedIn s'affichera et vous saurez que c'est à celle-ci qu'il faut écrire.

Excellente nouvelle ! Lorsque vous avez trouvé l'email d'une personne, vous pouvez contacter n'importe qui de la même entreprise. C'est formidable pour deux raisons :

- Si vous ne souhaitez pas entrer en contact avec une personne en particulier mais un service de l'entreprise, il vous suffit de trouver les

noms des autres personnes du service grâce à une simple recherche sur LinkedIn et vous pourrez les solliciter puisque vous connaissez désormais la structure de l'email.

- Si vous avez du mal à trouver directement l'email du CEO de l'entreprise car les outils ci-dessus ne donnent rien, vous pouvez trouver l'email de n'importe quel collaborateur de l'entreprise, découvrir la structure et deviner par correspondance l'email du CEO.

Entre LinkedIn et ces trois outils là, vous êtes à peu près certain de trouver l'email de la personne recherchée. Maintenant que nous savons à quelle adresse nous allons écrire, il est temps de rédiger notre message !

Deuxième étape : Ecrire un message qui sera lu

Au cours des derniers mois j'ai écrit des centaines d'emails pour solliciter des rendez-vous. Quelle que soit la nature du rendez-vous, la structure de l'email est la même. Il s'agit d'être suffisamment percutant afin que le destinataire, qui ne vous connaît pas, ait envie de vous rencontrer après avoir lu votre message.



À lire aussi

Les 6 techniques à maîtriser pour réussir son pitch

Il faut bien garder à l'esprit la séparation de l'objectif de l'email et l'objectif du rendez-vous lui-même. Le but de l'email n'est pas de convaincre le destinataire de vous accorder un financement, d'accepter votre proposition de partenariat, d'acheter votre solution Saas ou que sais-je, gardez vos arguments pour la rencontre. Le but de l'email est simplement d'obtenir un rendez-vous, inutile alors d'entamer l'écriture d'un roman !

L'objet de l'email

Le premier défi est de rédiger un objet d'email qui donne envie au destinataire de l'ouvrir.

Une des techniques est de commencer son mail par " RE: " pour donner l'impression qu'il s'agit d'une discussion déjà entamée. Growth Hacking ou malhonnêteté intellectuelle ? Je ne suis pas fan de cette approche qui

agace.

Deux approches à privilégier :

- Capter l'attention : En posant une question comme " *Qu'en pensez-vous ?* " " *Parlons-en la semaine prochaine ?* ", vous allez capter l'attention et il est possible que l'email soit lu. Jusqu'ici le destinataire ne sait toujours pas de quoi vous parlez, il faudra redoubler d'effort pour que le texte du message soit efficace.
- Être précis sur le contenu : Résumez en une phrase très courte l'objet de votre email afin que le destinataire connaisse le sujet de votre message et ce qu'il doit faire.

Par exemple lorsque je sollicitais des rendez-vous afin de visiter des entreprises impliquées dans la définition de nouvelles façons de travailler, mon approche était la suivante : " *Deux étudiants explorent le travail de demain — rencontrons nous.* "

Maintenant que vous avez l'attention du destinataire, il s'agit de la conserver grâce à un texte percutant !

Le corps du texte

L'accroche

Elle doit permettre au destinataire de comprendre la raison pour laquelle vous le contactez. Il s'agit de lui dire très simplement ce qui vous pousse à lui écrire en se mettant à sa place. C'est le moment d'établir un lien avec lui. Dès le début vous le rassurez en lui montrant que ce n'est pas un énième email de masse mais que c'est bien un message personnalisé.

" *Bonjour Tom, après avoir lu votre dernier article sur LinkedIn, une réflexion m'est venue et j'aimerais vous en faire part.* "

" *Bonjour Tom, je vous écris sur les recommandations de Julie qui m'a fait*

part de votre implication dans le projet [...], j'aimerais vous rencontrer pour en discuter. "

" Bonjour Tom, j'ai découvert que vous aussi étiez étudiant à [...] Il se trouve qu'en ce moment je prépare un projet qui devrait vous plaire tant il concerne votre champ d'action quotidien. Rencontrons-nous ! "

Si vous avez suivi la même formation que la personne, le lien sera facile à établir. Malheureusement ce n'est pas toujours le cas. Vous pourrez toutefois établir un lien à travers une connaissance commune. Si vous n'avez aucune relation avec votre destinataire, vous pouvez toujours établir un lien en suivant ses dernières actualités et en rebondissant sur un événement qui l'a touché dernièrement.

Le message

Une fois l'accroche terminée, présentez-vous rapidement. En deux lignes maximum votre destinataire doit savoir à qui il a affaire.

Nous arrivons au moment le plus important du message, le moment où vous dévoilez au destinataire les raisons pour lesquelles il devrait vous rencontrer. Vous pouvez commencer à dévoiler très succinctement le contenu de l'échange que vous aimeriez avoir lors du rendez-vous avec la personne. Il est essentiel que vous vous placiez du côté du destinataire en veillant à ce que vos phrases lui présentent ce qu'il va pouvoir retirer de cet échange, de votre projet, ce qu'il a à gagner en vous rencontrant. Attention à ne pas rester dans la présentation factuelle de votre point de vue !

La sortie

Le call to action ! Terminez votre email en proposant au destinataire de vous rencontrer.

Demandez-lui quelles sont ses disponibilités et proposez quelques

créneaux pour l'inviter à en faire autant.

Enfin, pour la touche de politesse finale, montrez au destinataire que vous vous projetez à l'aide d'une des formules suivantes :

" Au plaisir de nous rencontrer prochainement "

" J'ai hâte d'entendre votre point de vue sur ce projet "

Exemple d'email

Voici un exemple d'email envoyé lorsque je cherchais des partenaires pour le projet Going Freelance.

Bonjour [xxx],

J'espère que vous allez bien, j'ai lu ce matin votre dernier post LinkedIn présentant l'engagement de [l'entreprise X] dans la définition de nouveaux modes de travail. Cela a fait écho à un projet que je réalise qui devrait vous plaire tant il est proche de votre mission quotidienne.

Je suis étudiant à GEM et je réalise une étude sur le rôle des travailleurs indépendants dans un contexte de guerre des talents. Plusieurs entreprises se sont déjà engagées à mes côtés dans ce projet et je suis convaincu que [l'entreprise X] saurait compléter à merveille les rangs des partenaires. Je me tourne aujourd'hui vers vous en connaissant les intérêts du groupe pour ce nouveau marché des freelances et la confiance que vous savez placer dans les bonnes initiatives.

Les opportunités pour [L'entreprise X] sont multiples à travers nos livrables :

- xxxxxxxxxxxx
- xxxxxxxxxxxx
- xxxxxxxxxxxx

(Présentation de la façon dont les livrables peuvent servir les intérêts de l'entreprise en 2 lignes par bullet point.)

" [L'entreprise X] explore le travail de demain aux côtés de deux étudiants ", peut être est-ce le titre d'un prochain article dans les grands médias français ? Vous trouverez plus d'informations sur le projet dans la plaquette de présentation en pièce jointe et je me tiens à votre disposition pour répondre à la moindre de vos questions.

Je suis convaincu de la pertinence d'une collaboration entre [XXX entreprise] et Going Freelance, ce serait un plaisir de nous rencontrer pour en discuter. Avez-vous des disponibilités dans les prochains jours ? Le mardi 26 à 14h ou le jeudi 18 à 9h30 par exemple ?

Excellente journée,
Samuel Durand

Ce premier mail est déjà conséquent mais il est nécessaire d'expliquer un minimum qui vous êtes et les raisons qui vous poussent à solliciter un rendez-vous. Avec le bon niveau d'information délivrée, le destinataire peut se projeter sur la discussion qu'il aura lors de votre rencontre.

Troisième étape : Relancer efficacement

Malheureusement, bien souvent votre destinataire sera trop occupé et même s'il a lu votre email et s'y est intéressé, il n'y répondra pas forcément. Il s'agit alors de relancer efficacement !

Le mail de relance est envoyé 3 jours ouvrables après le premier et il est très rapide. Ne faites pas remarquer que vous avez déjà envoyé un email et que vous attendez une réponse, envoyez seulement un rappel.

En 4 lignes maximum il doit donner envie au destinataire de vous répondre ou s'il ne l'a pas encore fait, de lire votre premier mail.

Exemple de mail de relance

Bonjour xxx,

Je reviens vers vous concernant la participation de [l'entreprise X] dans le projet Going Freelance, j'aimerais beaucoup vous proposer de rejoindre les rangs de nos partenaires.

Il y a-t-il un moment qui vous convient le mieux pour échanger à ce sujet dans la semaine ? Vous pouvez me rappeler au 06 06 06 06 06.

*Au plaisir de nous rencontrer prochainement,
Samuel Durand*

L'extension Chrome Boomrang permet de programmer ces emails de relance très rapidement et de recevoir un rappel lorsqu'un mail n'a pas reçu de réponse. L'outil présente de nombreux autres avantages, je vous recommande de vous en équiper.

Lors de l'envoi du premier email, j'ajoute la personne sur LinkedIn avec une note très courte pour me présenter et lui dire que je lui ai envoyé un email.

" Bonjour, je m'intéresse également de près au freelancing, je vous ai envoyé un email à ce sujet. A très bientôt, Samuel. "

Si après l'email et la relance je n'ai toujours pas reçu de réponse, je tente un email sur LinkedIn en reprenant presque mot pour mot le premier email envoyé. Il s'agit alors de la 3e relance.

La quatrième et dernière relance se fait par email ! C'est la dernière chance et il s'agit là de reprendre les avantages que le destinataire aurait à vous rencontrer. Dans un email un peu plus long que la deuxième relance, explicitez seulement les raisons pour lesquelles le destinataire

devrait vous rencontrer, ce qu'il aurait à gagner. C'est le moment de dévoiler les meilleurs arguments qu'il vous reste en réserve. Vous pouvez finir ce mail en rassurant le destinataire à l'aide de la formule suivante.

" Je sais combien votre temps est précieux, aussi je souhaite que notre rendez-vous soit le plus efficace possible. Je me tiens à votre disposition pour nous rencontrer au moment qui vous convient le mieux. Pensez-vous pouvoir vous libérer 30 minutes la semaine du 4 par exemple ?

J0 Premier email + ajout sur LinkedIn avec note

J+3 Deuxième email (la relance courte)

J+7 Message LinkedIn en reprenant le texte du premier email

J+11 Troisième email en reprenant les avantages du destinataire à vous rencontrer.

La très grande majorité des personnes répondent à l'issue du premier ou du deuxième email, il n'est généralement pas besoin d'aller plus loin.

Pour *"contacter le président"* il ne faut pas vendre son projet dans l'email mais être humain. Tout l'enjeu est de montrer que l'on s'intéresse véritablement à la personne à qui l'on écrit, qu'on veut vraiment la rencontrer et se projeter dans la relation.

Samuel Durand est le fondateur de Going freelance