**Structurez vos idées et hiérarchisez l'information**

Vous avez presque terminé de préparer votre écrit professionnel ! Pour finir cette préparation, vous devez structurer vos idées et hiérarchiser l’information. En effet, même si vous choisissez le format le plus adapté à votre situation et que vous rédigez parfaitement, un texte décousu ne sera pas efficace pour communiquer.

### Rassemblez les informations

Dans un premier temps, vous devez rassembler toutes les informations concernant le sujet que vous allez évoquer dans votre écrit professionnel.

Gardez bien toutes ces informations au même endroit pour pouvoir y accéder au fur et à mesure de votre rédaction ! C'est également important de garder une trace une fois votre écrit rédigé pour pouvoir y revenir par la suite sans passer du temps à retrouver les informations, par exemple si quelqu'un vous demande des précisions ou la source de vos éléments.

### Sélectionnez les informations utiles au destinataire

Vous connaissez sans doute beaucoup d'éléments sur le sujet de votre écrit, mais votre interlocuteur n'a pas besoin de tous ces éléments. Sélectionnez donc uniquement les informations utiles à votre destinataire. Vous pourrez compléter ensuite si besoin.

Par exemple, si vous travaillez dans un cabinet de conseil, et que vous apprenez qu’une loi a changé et a des conséquences pour votre client, vous devrez être **concis et informatif** dans un premier temps. Si en revanche, votre client a déjà fait appel à vos services et vous demande une précision, vous rentrerez plus dans le détail. Chaque chose en son temps !

Dans un contexte professionnel, chaque interlocuteur reçoit beaucoup d’informations quotidiennement. Vous devez donc trier les informations et ne lui communiquer que ce qui est important pour lui. Rien de plus énervant en effet que de recevoir un email contenant beaucoup d'informations qui ne nous concernent pas directement !

Par exemple, si votre entreprise est implantée sur plusieurs sites, inutile de communiquer à l’ensemble des sites des informations qui ne concernent qu’un site en particulier !

### Adaptez l’information

Vous devez également adopter le style de vocabulaire selon l’expertise de votre interlocuteur. Vous avez sans doute une spécialité, mais ce n’est pas forcément la même que celle de celui à qui vous adressez un écrit !

Adaptez donc votre vocabulaire : **pas de mot technique ni de jargon** si vous vous adressez à la direction ou à un membre d’une autre équipe. Relisez-vous bien en essayant d’expliquer les choses de manière la plus simple possible. Si vous devez passer par un vocabulaire spécifique, expliquez-le bien.

### Organisez l’information

Afin d’être efficace, les informations doivent être **ordonnées** et présentées dans une certaine logique. Vous devez donc réaliser **un plan**. En effet, même si votre écrit est rédigé dans une grammaire et dans un style parfait, l’interlocuteur sera perdu si les idées s’enchaînent sans lien et sans suite logique !

**Plusieurs types de plan existent :**

#### ****Le plan chronologique****

Le plan chronologique peut être utile dans un compte-rendu par exemple car il permet de rapporter la chronologie des faits.

#### ****Le plan thématique****

Le plan thématique est utile lorsque vous devez examiner différents angles d’un sujet.

Exemple :

« L’entreprise BUTEX a décidé de renouveler l’ensemble de son parc informatique sur le site de Colombes.

D’un point de vue organisationnel, le renouvellement du parc entrainera une perte de productivité le temps de la mise en route, puis s’accompagnera d’une nette amélioration.

D’un point de vue trésorerie, la réalisation de l’investissement engendrera une sortie de cash sur l’année 2018 à hauteur de 50 000 €.

D’un point de vue comptable, le matériel informatique nouvellement acquis sera amorti sur 5 ans, entrainant (…) »

#### ****Le plan argumentatif****

Le plan argumentatif sera utile par exemple lorsque votre interlocuteur ne partage pas votre solution préconisée.

Le plan sera la suivant :

1. **Thèse** : vous indiquez votre opinion
2. **Antithèse** ou **concession** : vous montrez que vous êtes ouvert à l’opinion de votre interlocuteur et que avez saisi la situation dans sa globalité, que vous comprenez les raisons qui le poussent à promouvoir cette solution.
3. **Synthèse** : vous proposez une solution proposée, qui pourra être la vôtre, si vous démontrez que les arguments mentionnés dans l’antithèse ne sont pas pertinents, ou bien le fruit d’un consensus entre votre position et celle de votre interlocuteur.

**Exemple** :

 [Thèse] Ce prestataire ne me semble pas être la solution à notre problème.

[Antithèse ou concession] J'ai bien compris que le prix qu'il propose n'est pas élevé et que nous avons des contraintes financières importantes en ce moment.

[Synthèse] Cependant, même à petit prix, si le travail n'est pas fait correctement, nous n'aurons rien réglé. Je vous propose donc de demander une réduction de 10 % à l'autre prestataire pour que nous puissions combiner qualité et prix abordable.

Pour marquer les différentes étapes de votre plan, pensez à utiliser des mots de liaison !