

# La qualité formelle et rédactionnelle, complément nécessaire de la pertinence de vos offres

**Construire des offres pertinentes est nécessaire, mais loin d'être suffisant. Pour améliorer les chances de gains dans un environnement économique toujours plus exigeant, les offres doivent être particulièrement soignées, sur les plans formel et rédactionnel.**



L'environnement concurrentiel rend le gain des affaires sans cesse plus difficile. Les clients, publics et privés, sont toujours plus pointus dans la formulation de leurs EXIGENCES. Ce terme moderne recouvre plusieurs réalités : attentes, demandes, contraintes, points sensibles, etc.

Pour gagner des affaires dans ce contexte, enfonçons une porte grande ouverte : vos offres doivent être PER-TI-NEN-DES. Derrière cette évidence, deux aspects majeurs ; le prix : compétitif, lié à la valeur créée, structuré, etc. ; la « bonne » réponse au client : respect de ses exigences, sentiment d'être écouté, réassurance, etc. Faute de pertinence, vos offres ont toutes les chances d'être écartées.

Cela posé, les entreprises qui sont « encore dans le business » produisent, en règle générale, des offres pertinentes. Il est donc nécessaire de donner un second souffle à vos offres commerciales : la qualité formelle et rédactionnelle, autrement dit « la forme et le fond » !

« La forme, c'est le fond qui remonte à la surface » (Victor Hugo). Pour de nombreuses raisons, démontrées en particulier par les neurosciences, la forme est indissociable du fond. Une forme malencontreuse peut, dans certaines situations, inverser la compréhension normale du contenu et donc induire un contresens<sup>(1)</sup>.

Pour soigner la forme, ces aspects particulièrement importants sont à prendre en compte :

1) donner envie de lire,

2) transmettre une image positive et cohérente, 3) être reconnu « au premier coup d'œil », 4) se différencier.

« On n'a qu'une seule chance de produire une première impression ». Ce truisme cache quelque chose de plus profond : l'aspect de votre offre a un impact direct et immédiat sur l'envie de lire de vos lecteurs. Et s'ils n'ont pas envie de vous lire...

La forme impacte aussi la façon dont votre entreprise est perçue : compétence, sérieux, rigueur, technicité, professionnalisme, etc. L'auteur de ces lignes a observé, dans des entreprises de très haute technologie, des offres d'une pauvreté formelle et rédactionnelle incohérente avec les qualités réelles de ces entreprises. Or, en marketing, « perception vaut réalité »...

Vous voulez que vos offres soient IMMÉDIATEMENT identifiées. Elles doivent prolonger l'identité graphique corporate pour laquelle vous investissez argent et énergie.

Enfin, la différenciation n'est pas à négliger. Nous ne parlons pas ici de tomber dans le « tout marketing », avec le risque de tape-à-l'œil. Simplement, votre offre doit être perçue comme différente du reste. Si elle l'est, elle instille l'idée que son contenu est probablement différent, lui aussi.

Quelles techniques mettre en œuvre pour obtenir ces effets ? Quels que soient vos choix graphiques,

deux éléments prédominant : l'harmonie de la mise en forme et de la mise en page, l'élimination des « pavés de texte ».

Nicolas Boileau, dans *l'Art Poétique* (1674), a formulé cette phrase pleine de bon sens : « *Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement. Et les mots pour le dire arrivent aisément* ». Notre poète serait bien horrifié par le Volapük qui inonde les écrits professionnels d'aujourd'hui : jargon, sigles, pédanterie, phrases à rallonge, etc.

Visez la clarté et la lisibilité ! Quelle que soit sa technicité, votre offre doit être simple et facile à comprendre<sup>(2)</sup>, dans sa logique, sa structure, son sens. L'organisation des idées et le texte évitent les lourdeurs, rendent la lecture fluide.

Mettre en œuvre ces recommandations contribue à limiter la « résistance à la lecture » qui nuit à l'évaluation de votre offre. Casser cette résistance est un pas essentiel pour le gain des affaires.

Sylvain Corneloup

*Ingénieur Sup'Aéro 85, Sylvain Corneloup dirige Artecomm depuis 10 ans. Cette PME est spécialisée dans l'amélioration en profondeur des écrits professionnels, sur la base d'une méthode de rédaction structurée.*

**Artecomm**  
Au service de l'écrit professionnel

Infos & contact :  
[www.artecomm.fr](http://www.artecomm.fr)  
[infos@artecomm.fr](mailto:infos@artecomm.fr)

(1) Voir à ce sujet un article sur la contribution d'une documentation inadéquate au tragique accident de la Gare de Lyon en 1988 : [http://cahiers.gutenberg.eu.org/cg-bin/article/CG\\_1989\\_1\\_21\\_0.pdf](http://cahiers.gutenberg.eu.org/cg-bin/article/CG_1989_1_21_0.pdf)

(2) Pour un lecteur à qui elle est destinée, bien sûr.

# Vivez-vous cela aujourd'hui dans la production de vos offres commerciales ?

## Rédacteur d'offres



Je n'ai pas le temps, je boucle « à l'arrache »

Mon document est « moche », il ne donne pas envie de lire

J'ai l'impression que je ne suis pas lu. Parce que ma rédaction est « lourde » ?

Je perds beaucoup de temps à mettre en forme, ça m'épuise

Je mets trop d'informations et pas forcément les bonnes

Je « galère » avec Word, « ça ne fait pas ce que je veux », « ça ne marche pas »

## Directeur commercial



Les offres produites sont hétérogènes

Notre offre est banale, elle ne se distingue pas des autres

On ne produit pas assez d'offres avec nos moyens actuels, on rate des opportunités

Nos documents ne sont pas chartés

Les arguments commerciaux ne se voient pas

L'offre ne valorise pas l'entreprise, elle n'est pas le reflet de notre technicité, de notre savoir-faire

Ce n'est pas une fatalité ! il est possible de faire **MIEUX** et plus **VITE**...



✓ La pertinence de l'offre

Création de valeur  
Prix compétitif  
Satisfaction des exigences clients

**VOTRE** savoir-faire



✓ La qualité de l'offre

### FOND

Clarté  
Facilité de compréhension  
Structuration  
Logique

### FORME

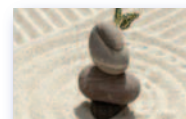
Identification immédiate  
Différenciation graphique  
Envie de lire  
Image transmise

**NOTRE** savoir-faire

Des offres **LIMPIDES**...



... pour une lecture **ZEN**



**AIOC (améliorer et industrialiser les offres commerciales), notre solution 100% Microsoft Office® vous aide à atteindre vos objectifs !**

Des modèles d'offres affûtés et un « accélérateur » de Word  
 Vos contenus récurrents dans les blocs réutilisables et personnalisés

Fin de la corvée de mise en forme (effort - 95%) pour des documents chartés par construction



Des offres plus claires, qui donnent vraiment envie de lire



Au moins 10% d'offres en plus avec les mêmes moyens humains



Amélioration du taux de transformation et travail collaboratif simplifié



Contact

Ils nous font confiance ...

**Offralia**  
La compagnie des offres

www.offralia.fr  
Tél. : 04 73 64 83 31  
infos@offralia.fr

arismore  
digital transformation

EDF

EIFFAGE  
CONSTRUCTION

ATEXO

Cegelec

egis

cmcbc

EIFFAGE

TECHNOLOGIES  
RJ45