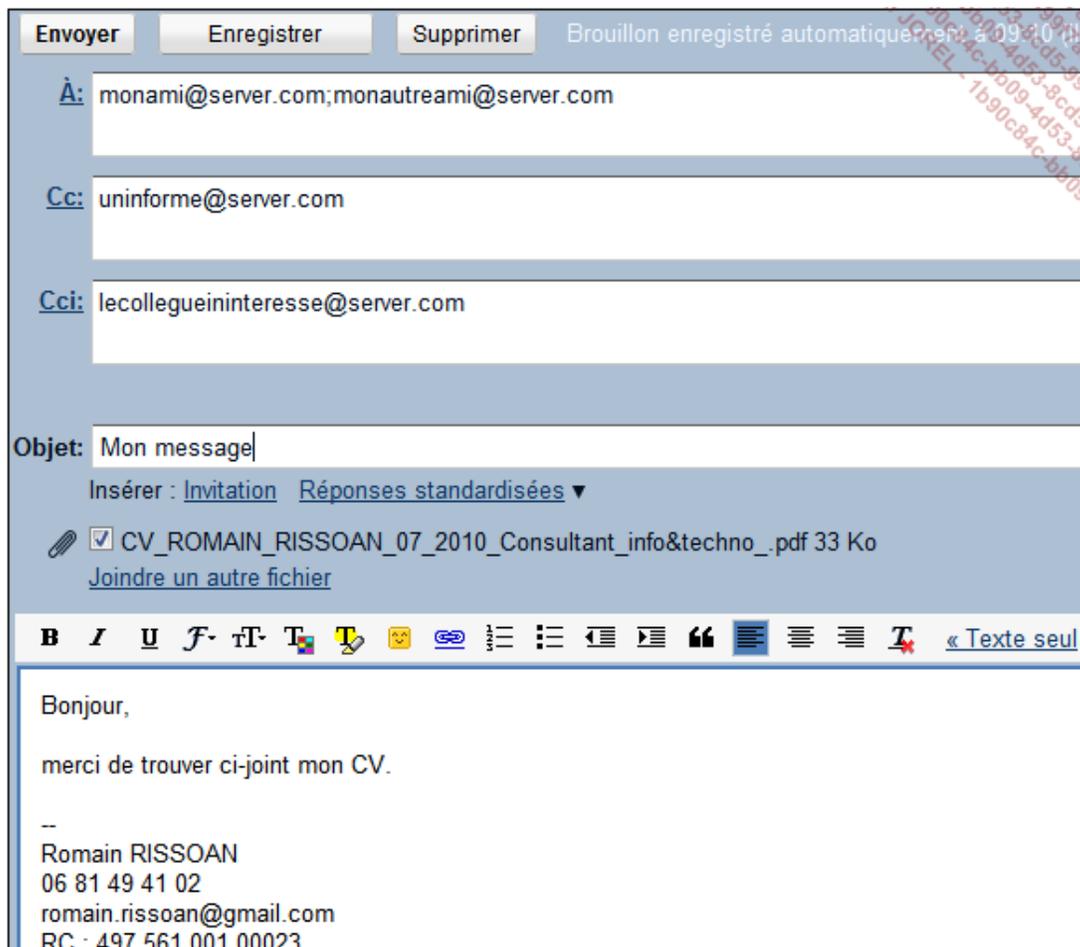


# L'e-mail (e-mailing) : le média social le plus connu et le plus utilisé

## 1. Pour le créateur de mails

- **Diffuser un message** : créez un texte avec un titre dans le champ **Objet**, ajoutez-y éventuellement une ou plusieurs pièces jointes (attention à ne pas dépasser 10 Mo).
- **L'envoyer à une ou plusieurs personnes** : mettez le ou les destinataires immédiats dans le champ **A** de votre e-mail. Les personnes qui doivent éventuellement être informées de ce message sans être les destinataires immédiats devront être insérées dans le champ **Cc (Copie Carbone)**. Parfois, nous avons besoin d'informer un collaborateur qui n'est pas officiellement concerné par le message ou de mettre en copie un destinataire sans que les destinataires immédiats ou secondaires aient accès à l'adresse mail de celui-ci ; dans ce cas, ce destinataire doit être ajouté au champ **Cci (Copie Carbone Invisible)**.



## 2. Pour la consultation, l'organisation et le tri des mails

- **Ne plus supprimer, rechercher** : les webmails actuels proposent désormais des tailles de boîtes mail supérieures à 5 Gigaoctets. Il est donc possible de stocker plus de 15 000 mails (avec ou sans pièce jointe) sans être limité par des contraintes de taille mémoire et en ayant la possibilité de trier ou classer vos mails. Un moteur de recherche permet de retrouver un mail en précisant quelques critères. Les e-mails traités peuvent être archivés ou stockés dans un répertoire sur votre boîte mail.
- **Ne plus classer, taguer** : il n'est pas toujours facile de savoir où classer certains mails (un collègue de travail qui vous envoie une photo de vacances, par exemple) dans quel dossier (« Perso » ou « Professionnel »), car toute information peut avoir plusieurs finalités. En taguant un mail à l'aide de mots clés, ces mots clés pourront être assimilés à des dossiers de classement et permettront d'effectuer des recherches efficaces sur les tags.

- **Filtrer et régler** : tout le monde se plaint de l'excès d'e-mails reçus. L'importance de chaque mail est relative à son contenu et à l'instant auquel nous le recevons. Afin de gérer au mieux ces excès de mails, prenez régulièrement le temps de définir des expéditeurs comme indésirables, pensez à taguer automatiquement certains mails en « Perso » et définissez des règles automatiques de classement.

**Créer un filtre**

Major et les autres, le filtrer

Sélection des critères de recherche Indiquez les critères à utiliser pour définir l'action à effectuer lors de la réception d'un message. L'option "Tester le filtre" vous permet de voir les messages qui seront filtrés si vous appliquez ces critères. Les recherches ne porteront pas sur les messages figurant dans les dossiers Spam ou Corbeille.

De :

À :

Objet :

Contenant les mots :

Ne contenant pas :

Contient une pièce jointe

[Afficher les filtres actuels](#)

**Créer un filtre**

**Choix d'une action** - Sélectionnez à présent l'action à appliquer aux messages qui correspondent aux critères définis. Quand un message reçu correspond à la recherche : publicité, effectuer l'action suivante :

Passer la boîte de réception (Archiver)

Marquer comme lu

Activer le suivi

Appliquer le libellé :

Transférer à :  [Gérer vos adresses de transfert](#)

Supprimer

Ne jamais envoyer dans le dossier Spam

Envoyer une réponse standardisée :

Toujours marquer comme important

Ne jamais marquer comme important

[Afficher les filtres actuels](#)     Appliquer également le filtre aux 300 conversations ci-dessous