

DES LOGEMENTS DE QUALITÉ

pour les PREMIÈRES NATIONS



Conseils à la clientèle
MANUEL DU PARTICIPANT

12-09-07

LA SCHL : AU CŒUR DE L'HABITATION

La Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL) est l'organisme national responsable de l'habitation au Canada, et ce depuis plus de 60 ans.

En collaboration avec d'autres intervenants du secteur de l'habitation, elle contribue à faire en sorte que le Canada continue de posséder l'un des meilleurs systèmes de logement du monde. La SCHL veille à ce que les Canadiens aient accès à un large éventail de logements de qualité, à coût abordable, et elle favorise la création de collectivités et de villes dynamiques et saines partout au pays.

Pour obtenir des renseignements supplémentaires, veuillez consulter le site Web de la SCHL à l'adresse suivante : www.schl.ca

Vous pouvez aussi communiquer avec nous par téléphone : 1-800-668-2642 ou par télécopieur : 1-800-245-9274.

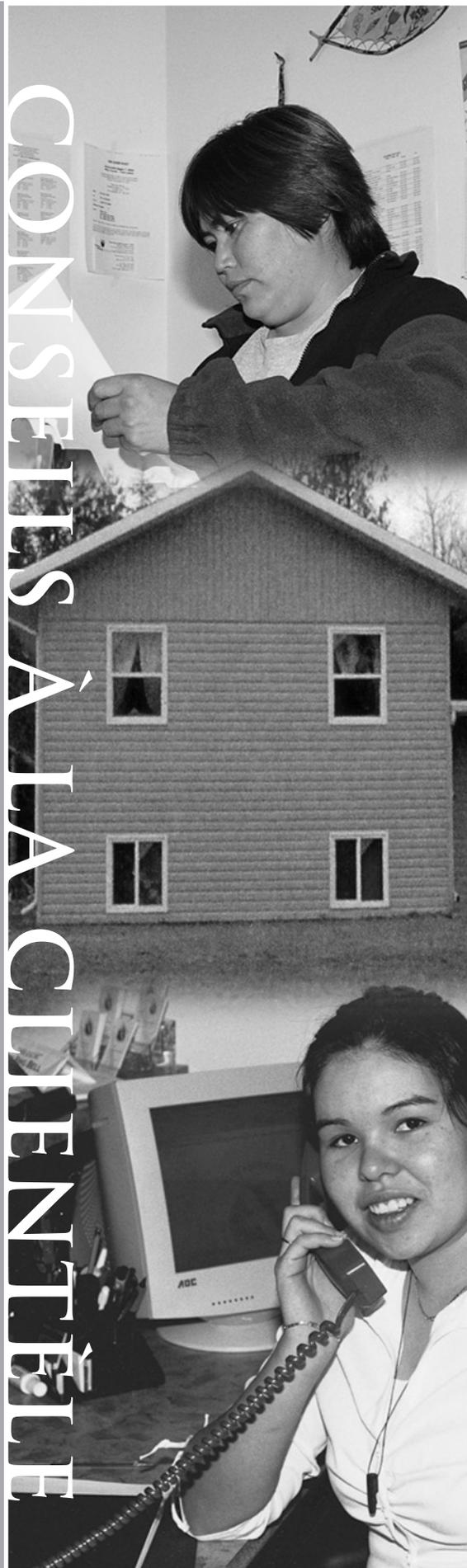
De l'extérieur du Canada : 613-748-2003; télécopieur : 613-748-2016.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement souscrit à la politique du gouvernement fédéral sur l'accès des personnes handicapées à l'information. Si vous désirez obtenir la présente publication sur des supports de substitution, composez le 1-800-668-2642.

CONSEILS À LA CLIENTÈLE

MANUEL DU PARTICIPANT

CONSEILS À LA CLIENTÈLE



notes

La SCHL offre de nombreux renseignements relatifs à l'habitation. Pour plus d'information, veuillez composer le 1-800-668-2642 ou visitez notre site Web : www.schl.ca

This publication is also available in English under the title: *Client Counselling - Participant Manual*, OPIMS # 65173.

©2007, Société canadienne d'hypothèques et de logement.

Tous droits réservés. La reproduction, le stockage dans un système de recherche documentaire ou la transmission d'un extrait quelconque de cet ouvrage, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, par photocopie, enregistrement ou autre moyen sont interdits sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement. Sans que ne soit limitée la généralité de ce qui précède, il est de plus interdit de traduire un extrait de cet ouvrage dans toute autre langue sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

Imprimé au Canada
Réalisation : SCHL
OPIMS # 65174

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	vii
Introduction	viii
Objectifs de l'atelier	1
Programme de l'atelier	2
Questionnaire à l'intention des conseillers de la clientèle	
Le rôle du conseiller de la clientèle	3
L'entrevue-conseil	
Étape 1 – La préparation de la visite	6
Étape 2 – L'entrée en matière	7
Étape 3 – L'entrevue en tant que telle	7
Étape 4 – La conclusion de l'entrevue	9
Types de conseils	
1. Les conseils avant l'emménagement	10
2. Les conseils au moment de l'emménagement	12
3. Les conseils après l'emménagement	14
4. Les conseils en matière d'entretien et de réparations.	15
5. Les conseils financiers	17
6. L'aiguillage de clients vers d'autres organismes	23
Compétences et connaissances	
1. L'écoute active	25
2. Les techniques d'interrogation	28
3. Les techniques d'entrevue téléphonique	29
4. La prise de notes efficaces	30
5. La réalisation de l'entrevue	31

notes

Techniques de présentation

- 1. La préparation 32
- 2. La prestation 34

Ateliers d'information à l'intention de la clientèle

- 1. L'ordre du jour 36
- 2. La préparation de la salle de réunion 37
- 3. La tenue de l'atelier 37
- 4. Conseils et techniques d'animation 38

Problèmes courants en counselling

- 1. Le traitement des plaintes. 40
- 2. Les choses à faire et à ne pas faire en counselling 42

Un dernier mot. 43

Questionnaire 44

Annexe A – Diapositives

- Diapositives n° 1 – 20 45

Annexe B – Documents

- Documents n° 1 – 27 67

Annexe C – Feuille-réponses

- Feuille-réponses 105

REMERCIEMENTS

La SCHL souhaite souligner les contributions précieuses des personnes suivantes :

Roxanne Harper, Turtle Island and Associates
Kim Kremzar, Turtle Island and Associates

La SCHL remercie aussi tous les membres du personnel du Logement des Autochtones pour avoir fait des observations sur la teneur des documents de l'atelier après les avoir passés en revue.

notes

Photographies offertes à titre gracieux par Santé Canada et par Affaires indiennes et du Nord Canada.

notes

INTRODUCTION

Le présent manuel est conçu pour aider le personnel chargé du logement des Premières nations à offrir des services de counselling à leurs clients.

Le terme « conseiller de la clientèle » est générique et peut désigner tout membre du personnel chargé du logement qui a la responsabilité de fournir de l'information sur le logement aux clients ou aux membres de la collectivité. Le conseiller de la clientèle travaille pour la bande, le conseil tribal ou l'organisme responsable de l'habitation. Il leur incombe de conseiller les clients nouveaux et actuels de leur collectivité.

Les conseils à la clientèle sont des services offerts par le personnel du logement. On peut dire qu'il s'agit du moyen employé pour aider les clients à résoudre leurs problèmes de logement.

Le présent manuel a été conçu pour servir d'outil de référence aux conseillers de la clientèle. Il les aidera à améliorer leurs compétences en counselling. Pour obtenir de l'information sur l'application ou l'administration des programmes de logement de la SCHL, veuillez consulter le Manuel des directives et méthodes ou communiquer avec le bureau de la SCHL le plus près. Vous trouverez dans le présent manuel de l'information sur les préoccupations particulières des clients nouveaux et actuels au sujet du logement, des conseils et des techniques que les conseillers de la clientèle peuvent utiliser pour améliorer leurs compétences et des suggestions de démarches à suivre pour traiter de situations particulières.

Remarque

Le manuel adopte une perspective nationale, et il est possible d'y ajouter des initiatives locales de counselling.

OBJECTIFS DE L'ATELIER

À l'issue de l'atelier, les participants :

- comprendront l'importance des conseils à la clientèle;
- seront en mesure de communiquer plus efficacement;
- auront acquis des compétences et des techniques de base en counselling et les auront mises en pratique grâce à des mises en situation typiques.

notes

notes

PROGRAMME DE L'ATELIER

Jour un	Sujet	Durée
	A Mot de bienvenue et présentations	20 min
	B Initiation aux conseils à la clientèle	60 min
	C Savoir écouter	90 min
	D Savoir interroger	90 min
	<i>Lunch</i>	
	E L'entrevue-conseil	90 min
 Jour deux		
	F Conseils financiers	90 min (135 min avec les jeux de rôles)
	<i>Lunch</i>	
	G Conseils en cas d'arriérés	60 min (100 min avec les jeux de rôles)
	H Conseils en matière d'entretien et de réparations	2h 1/2
	I Récapitulation	20 min

Le programme est souple et permet les pauses, les dépassements de temps, les retards, etc.

QUESTIONNAIRE À L'INTENTION DES CONSEILLERS DE LA CLIENTÈLE

notes

Avant d'entamer la lecture du manuel, consacrez quelques minutes à ce questionnaire. Vous n'avez pas à montrer vos réponses à quiconque.

Vous trouverez le même questionnaire à la page 44. Après avoir lu le manuel, répondez de nouveau au questionnaire et voyez si vos réponses sont différentes de la première fois. Les réponses sont données à la page 107.

Lisez chaque question et répondez vrai ou faux en cochant la case appropriée.

Question	Vrai	Faux
1. Les visites de counselling doivent toujours avoir lieu à la maison.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Il est préférable de poser des questions fermées aux clients bavards.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Les meilleurs conseillers sont des professionnels qualifiés ayant reçu de la formation sur le travail avec des clients.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Vous devez toujours conclure une entente écrite avec les clients s'il est question de recouvrement de paiements en souffrance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tous les clients doivent établir un plan de dépenses personnalisé avant d'emménager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Un conseiller de la clientèle doit en tout temps faire de l'écoute active.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Conseiller les clients, c'est aider les clients à tirer au clair et à résoudre leur problème.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. On estime qu'il est improductif de conseiller des clients au téléphone.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

notes

LE RÔLE DU CONSEILLER DE LA CLIENTÈLE

Le conseiller de la clientèle a la responsabilité d'aider les clients à déceler et à résoudre les problèmes qui peuvent les empêcher de s'acquitter entièrement de leurs responsabilités en matière de logement. Le conseiller de la clientèle travaille avec les clients actuels et nouveaux et, parfois, avec les personnes qui font une demande d'aide au logement.

Selon les exigences du programme ou les politiques de logement de la collectivité, le conseiller de la clientèle peut devoir donner des conseils ou des éclaircissements et, notamment :

- déterminer si les demandeurs sont admissibles à l'aide au logement et s'ils sont capables d'assumer les responsabilités connexes;
- expliquer au besoin aux demandeurs les raisons pour lesquelles ils ne sont pas admissibles et les renseigner sur les autres options de logement qui s'offrent;
- offrir aux nouveaux clients, avant leur emménagement, des conseils au sujet d'aspects comme l'entretien et la réparation des logements et les droits d'occupation, et leur expliquer le bail ou le contrat de location;
- offrir au besoin aux clients qui sont déjà installés des conseils sur les responsabilités relatives au logement, par exemple, au sujet des droits d'occupation, de l'entretien et de la réparation et des questions de santé et de sécurité;
- informer les clients des responsabilités du conseiller de la clientèle, de la bande, du conseil tribal ou de l'organisme d'habitation chargé de dispenser les services de logement.

En plus d'expliquer les aspects relatifs au logement, le conseiller de la clientèle doit aussi pouvoir :

- offrir conseils et assistance aux clients, de sorte qu'ils puissent prendre des décisions éclairées ou résoudre des problèmes;
- trouver des solutions avantageuses pour les clients et pour le fournisseur de logements;
- mener des entrevues efficaces pour recueillir l'information nécessaire à la résolution des problèmes;
- traiter tous les clients équitablement et reconnaître que chaque client est différent;
- connaître les autres organismes et services communautaires qui peuvent être utiles aux clients et savoir quand et comment diriger les clients vers de tels services.

notes

notes

L'ENTREVUE-CONSEIL

Une entrevue-conseil efficace comporte quatre étapes. Le temps qu'il faut pour réaliser l'entrevue varie d'un client à l'autre, selon la relation qui existe entre le client et le conseiller et les problèmes et préoccupations abordés. Il se peut aussi que le conseiller ne franchisse pas les quatre étapes en une seule visite.

Le conseiller accroît ses chances de mener une entrevue fructueuse s'il passe préalablement en revue ces étapes.

Étape 1 – La préparation de la visite

Le client et vous tirerez le maximum de l'entrevue-conseil si vous vous préparez à la visite. Posez-vous les questions suivantes, en guise de préparation à l'entrevue :

- Avez-vous une idée claire du but de la visite? Que souhaitez-vous accomplir?
- Avez-vous examiné le dossier du client pour déterminer s'il s'agit d'un problème nouveau ou d'un problème dont vous avez discuté antérieurement?
- Avez-vous préparé les questions que vous voudrez peut-être poser au client, et anticipé sa réponse?
- Avez-vous anticipé les questions que le client voudra peut-être vous poser? Êtes-vous satisfait des réponses que vous donnerez?
- Emportez-vous vos outils de counselling, comme des ouvrages de référence, une copie du bail du client, des formules de demande, une calculatrice, etc.?
- Avez-vous précisé au client l'information qu'il lui faut pour la rencontre, par exemple, sa liste de préoccupations, une preuve de revenu, etc.?
- Avez-vous confirmé le moment et le lieu de la rencontre avec le client?

Étape 2 – L'entrée en matière

À cette étape, il importe avant tout d'établir un bon rapport avec le client. Prenez le temps qu'il faut pour qu'il se sente à l'aise de parler avec vous.

Vous trouverez peut-être utile de prononcer son nom de temps en temps afin de donner une dimension plus personnelle à l'entrevue.

Montrez au client que vous vous intéressez à lui. Soyez attentif à ses propos, mais aussi au non-dit. S'il sent que vous ne l'écoutez pas, il se découragera de parler et sera probablement insatisfait de la rencontre. Assurez le client que l'information demeurera confidentielle.

Si vous devez prendre des notes pendant l'entrevue, dites-le au client et montrez-lui vos notes. Pour vous renseigner sur la prise de notes efficaces, consultez la page 28 de votre manuel.

Étape 3 – L'entrevue en tant que telle

À cette étape, vous devez préciser le but principal de l'entrevue. Il s'agit peut-être tout simplement d'expliquer le programme à une personne souhaitant faire une demande ou à un nouveau client. Dans un tel cas, la tâche n'est pas principalement de dispenser des conseils, mais plutôt de fournir de l'information de base.



Dans bien des cas, vous aborderez un aspect particulier soulevé par vous-même ou par le client. Par exemple, il pourrait être question d'entretien et de réparations, ou de paiement en retard des frais de logement.

Quel que soit le sujet, vous devez aider le client à chercher au-delà des symptômes et à trouver le vrai problème. Par exemple, en cas de défaut de paiement, vous pourriez conclure que le défaut de paiement constitue le problème. Cependant, un défaut de paiement n'est habituellement que le symptôme d'un problème réel. Il se peut que le client ait cessé de faire ses paiements mensuels parce que le logement a besoin d'être réparé et que le client estime que la bande, le conseil tribal ou l'organisme d'habitation ne fait rien. En pareilles circonstances, vous devez séparer les problèmes, aborder chacun d'eux et aider le client à trouver une solution pour chacun.

notes

notes

Une fois le problème cerné, il est important que le client en assume la responsabilité. Si le client est responsable du problème, vous devez l'amener à le constater et à reconnaître sa responsabilité. Si la responsabilité du problème incombe à quelqu'un d'autre, communiquez avec cette autre personne pour qu'elle se charge de le résoudre.

On peut habituellement déterminer qui est responsable du problème en parlant avec le client des aspects du problème et en répondant à ses questions. Le client peut ainsi en venir à mieux comprendre la situation.

Discutez avec le client de la façon dont le problème ou la situation produit un effet sur d'autres personnes, les conséquences que lui-même subira si le problème n'est pas résolu, et les avantages qu'il constatera quand la situation aura été corrigée. Le problème ne peut être résolu que si le client le comprend bien.

Une fois que le client et vous-même vous entendez sur le problème, vous pouvez travailler ensemble à trouver des solutions. Vous pouvez suggérer des idées, mais vous devez aussi encourager le client à faire des suggestions et à proposer des solutions pour corriger la situation. Assurez-vous de discuter des avantages et des inconvénients de chaque solution possible. Respectez les solutions que le client propose. Si vous lui dites quoi faire, vous ne le conseillez pas.

À la fin de cette étape de l'entrevue, le client et vous devriez avoir convenu de la solution au problème et d'un plan d'action visant la mise en œuvre de la solution.

Rappelez-vous que le plan d'action ne portera fruits que si le client et vous-même en avez convenu.

Étape 4 – La conclusion de l’entrevue

Confirmez la solution et les mesures que doivent prendre toutes les parties intéressées. Vous devez aussi déterminer s’il faut consigner par écrit l’entente conclue avec le client ou le plan d’action établi. Si le problème s’est déjà produit dans le passé, vous devez envisager de faire signer au client une entente qui expose en détail le plan d’action établi.



Rappelez-vous de planifier votre suivi auprès du client. Il peut tout simplement prendre la forme d’un appel téléphonique, d’une visite ou d’un examen du dossier.

Partez toujours sur une note amicale, de sorte que la visite suivante soit tout aussi efficace.

Remarque : À la fin de l’entrevue, assurez-vous de donner au client une copie de vos notes et du plan d’action, s’il y a lieu, et d’en verser des copies dans le dossier du client.

En plus de suivre les quatre étapes de l’entrevue-conseil, vous devez aussi :

- établir des liens et une relation de confiance avec le client;
- écouter activement ses questions et ses préoccupations, et répondre convenablement;
- donner au client l’occasion de parler de ses problèmes et de ses préoccupations;
- fournir de l’information claire et concise qui aidera le client à prendre des décisions;
- discuter de plans d’action possibles, mais laisser le client prendre lui-même ses décisions;
- discuter des problèmes qui ne sont pas liés au logement et diriger le client vers les organismes compétents s’il y a lieu;
- planifier le suivi après la visite.

notes

TYPES DE CONSEILS

Les prochaines pages contiennent de l'information sur les différents types de conseils que vous pourriez avoir à dispenser.

1. Les conseils avant l'emménagement

Les nouveaux clients devraient bénéficier de conseils avant leur emménagement. Vous devriez les rencontrer pour leur expliquer leurs responsabilités concernant le logement. Discutez des politiques de logement locales qui s'appliquent à votre collectivité en ce qui concerne l'entretien et les réparations, les dommages causés par les locataires, les droits d'occupation, etc.

Certains clients devront peut-être acquérir de nouvelles aptitudes pour s'acquitter de ces nouvelles responsabilités. Par exemple, les clients pourraient ne pas savoir comment fonctionne un système de chauffage à air pulsé. N'oubliez pas qu'ils pourraient être réticents à poser des questions ou à exprimer leurs préoccupations. En tant que conseiller de la clientèle, vous devez en être conscient et mettre en pratique des techniques de communication efficace tout au long de l'entrevue. Assurez-vous d'écouter attentivement et de recourir à de bonnes techniques d'interrogation. Consultez « Compétences et connaissances », à la page 25.

La liste suivante vous aidera à vous préparer à une visite de counselling antérieur à l'emménagement.

- Passez en revue les exigences du programme et les responsabilités continues des clients et de l'organisme de logement.
- Examinez le dossier du client et repérez les responsabilités qui pourraient lui être nouvelles, notamment, les responsabilités d'entretien et de réparation et les droits d'occupation.
- Informez le client de l'équipement et des outils dont il pourrait avoir besoin pour entretenir le logement (par exemple, tondeuse à gazon, râtaux, aspirateur). Il appréciera probablement de savoir à l'avance qu'il doit acheter ces articles.
- Si votre collectivité exige des droits d'occupation, informez le client du montant, de la façon dont ils sont établis et de la méthode de paiement privilégiée.

Droits d'occupation

Si votre collectivité exige des droits d'occupation ou un loyer, vous devrez discuter avec le client des modes de paiement possibles.

Il y a quatre modes de paiement courants. Si votre collectivité les accepte tous, votre client doit choisir celui qui lui convient le mieux :

1. Si le client reçoit des prestations d'aide sociale, voyez s'il est possible d'obtenir que le paiement soit envoyé directement à l'organisme de logement. Ainsi, le client ne risque pas de manquer à ses obligations de paiement.
2. Le client peut souhaiter payer par chèques. Veillez à ce qu'il écrive son numéro de compte et son nom complet sur le chèque. Les chèques postdatés sont acceptés, et le client peut en rédiger pour plusieurs mois à l'avance.
3. Le client peut vouloir payer comptant. Soulignez qu'il doit le faire au plus tard le premier jour de chaque mois. Le client doit toujours obtenir un reçu.
4. Le client peut opter pour les prélèvements bancaires automatiques, auquel cas les paiements sont tirés automatiquement sur son compte de banque à la date d'échéance. Demandez au client de vous donner un chèque nul, de sorte que vous puissiez entrer son numéro de compte au dossier.

Rappelez au client qu'il doit immédiatement communiquer avec le bureau s'il éprouve un problème relativement à son paiement.

Chaque famille a des besoins différents, sur les plans du logement et du style de vie. Vous devez tenir compte des aspects suivants.

- Le client souhaite-il un endroit particulier, par exemple, près des membres de sa famille, du travail, des écoles, des hôpitaux et des systèmes de soutien?
- La taille et le modèle de la maison conviennent-ils aux activités quotidiennes du ménage? Restreignent-ils inutilement son style de vie?
- Y a-t-il parmi les membres du ménage une personne souffrant de handicaps dont il faut tenir compte?
- S'il incombe au client d'entretenir et de réparer le logement, possède-t-il les ressources nécessaires pour bien le faire?

Ces éléments peuvent sembler insignifiants, mais si on les ignore, le client pourrait ne pas tirer le maximum de l'aide au logement qui lui est offerte.

notes

2. Les conseils au moment de l’emménagement

Quand le client est prêt à occuper le logement, vous devez lui rendre une autre visite de counselling. Envisagez d’emmener un représentant des services de soutien technique. À cette occasion, vous aborderez de nombreux aspects dont certains ont été traités précédemment. Rappelez-vous qu’il peut être profitable pour le client d’entendre de nouveau des renseignements qui lui ont déjà été donnés.

Voici certaines des tâches que vous devriez prévoir.

- Passer en revue le bail ou la convention de location pour vous assurer que le client connaît et comprend ses responsabilités et les conséquences de la violation du bail.
- Rédiger un rapport d’inspection du logement à l’arrivée des locataires confirmant l’état du logement avant l’emménagement. Le client devrait vous accompagner et vous aider à repérer les défauts. Remettre une copie du rapport au client et en verser une au dossier.
- Expliquer l’utilité et le fonctionnement d’éléments comme l’échangeur d’air, le système de chauffage, les ventilateurs d’extraction, les disjoncteurs et les détecteurs de fumée, et souligner l’importance de les utiliser et de les entretenir convenablement.
- Vérifier les appareils ménagers ou éléments qui sont couverts par une garantie (par exemple, les échangeurs d’air et les générateurs de chaleur). Passer en revue les garanties avec le client et lui expliquer l’importance de signaler les problèmes. Remplir les cartes de garantie et les envoyer immédiatement au fabricant, puis faire des copies à verser à vos dossiers.

- Discuter des travaux d'entretien à exécuter, à l'intérieur et à l'extérieur, et fournir au besoin au client de l'information sur l'entretien de l'habitation.
- Rappeler au client l'importance de la sécurité à la maison. Lui suggérer de planifier une sortie de secours et de mettre à l'essai un plan d'évacuation.
- Suggérer au client de préparer, en prévision des pannes d'électricité, une trousse d'urgence qui contiendrait une lampe de poche (et des piles), des bougies et des allumettes. Lui préciser qu'il est aussi bon d'avoir des réserves d'eau et une trousse de premiers soins de base dans la maison.
- Fournir au client une liste de numéros de téléphone d'urgence à conserver près du téléphone (pompiers, police, hôpital, ambulance).
- Préparer pour le client une « trousse de bienvenue » contenant de l'information que le client pourra lire ultérieurement. Y mettre, par exemple, des conseils sur la conservation de l'énergie et les moyens de réduire ses coûts de services publics, ainsi que des conseils utiles sur l'établissement de plans de dépenses personnalisés. Obtenez auprès des marchands et des fournisseurs de services locaux des renseignements qui pourraient être utiles à votre client, par exemple, des offres spéciales ou des coupons relatifs à des articles ménagers.

Rappelez-vous que vous ne prodiguez pas toujours autant de conseils. Faites preuve de jugement au moment de déterminer la quantité d'information à fournir.

notes

notes

3. Les conseils après l’emménagement

Le counselling après l’emménagement offre l’occasion de visiter les clients chez eux et de discuter des préoccupations ou des problèmes. Une visite de suivi devrait avoir lieu environ six mois après l’emménagement. Certains clients auront besoin de visites supplémentaires. Faites preuve de jugement au moment de planifier des visites ultérieures à l’emménagement.

Rappelez-vous que la préparation est la clé d’une entrevue-conseil réussie. Votre visite commence avant que vous arriviez au logement du client. Faites ce qui suit :

- Prenez rendez-vous avec le client.
- Suggérez au client de préparer une liste de ses questions ou préoccupations au sujet du logement.
- Passez en revue le dossier du client pour déterminer s’il y a eu des problèmes.

Pendant la visite à la maison, faites ce qui suit :

- Passez en revue les responsabilités du client et de l’organisme de logement. Demeurez patient, même si vous avez déjà discuté de ces points avec le client. Se faire répéter les points importants ne peut qu’être profitable au client.
- Faites le tour de la maison pour déterminer s’il y a défaut d’entretien ou de réparation. S’il le faut, établissez un plan d’action qui permettra de résoudre le problème.
- Assurez-vous de surveiller la situation et de tenir un registre des défauts. Si des mesures sont nécessaires, prévoyez un suivi auprès du client.
- Repérez les risques pour la santé et la sécurité dans la maison, notamment, les articles rangés trop près du poêle à bois ou du générateur de chaleur, les allumettes et produits dangereux à la portée des enfants. Expliquez le danger au client et dites-lui de placer ces articles ailleurs.
- Ne présumez jamais que votre client n’aura plus aucun problème de logement une fois que vous lui aurez donné des conseils avant l’emménagement, au moment de l’emménagement et après l’emménagement.

Les clients auront toujours besoin de conseils sur divers sujets.

4. Les conseils en matière d'entretien et de réparations

Toutes les habitations finissent par avoir besoin d'entretien ou de réparations pour demeurer en bon état de fonctionner. Si le client est responsable de l'entretien et des réparations, il doit bien comprendre ses responsabilités. Si le client n'est pas sûr de ce qu'on attend de lui, ou de la façon et du moment d'exécuter les travaux, il ne les fera probablement jamais.

Certains organismes de logement traitent de ces exigences dans le bail, alors que d'autres ont peut-être adopté une politique du logement. En tant que conseiller de la clientèle, vous devez vous assurer que les clients savent où trouver l'énoncé de ces responsabilités et leur fournir une copie de l'information.

Quand vous prodiguez des conseils sur l'entretien et les réparations, il est important de vous rappeler que le client n'a pas nécessairement été informé de ses responsabilités. Il se peut que le client n'entretienne pas son logement parce qu'il ne possède pas les compétences, l'équipement ou l'argent nécessaires pour exécuter le travail, ou simplement parce que l'entretien et les réparations ne sont pas prioritaires à ses yeux.

Quand vous expliquez les responsabilités relatives à l'entretien et aux réparations, soulignez les bienfaits de vivre dans une maison bien entretenue. Voici certains des avantages les plus évidents de l'entretien :

- prévention de réparations coûteuses;
- réduction des risques pour la santé et la sécurité;
- prolongation de la durée utile d'une habitation;
- maintien de l'apparence de la propriété.

Si le client est responsable de l'entretien et des réparations, il faut le lui rappeler. Soyez prêt à lui donner des conseils et des techniques en matière d'entretien. Il pourrait être utile de préparer une trousse d'information contenant des livres, des brochures et des vidéos sur l'entretien d'une maison. Vous pouvez aussi communiquer avec le bureau de la SCHL de votre localité pour vous enquérir de l'atelier *Introduction à l'entretien des maisons*, qui s'adresse aux occupants, ou pour obtenir une liste de publications qui pourraient aider vos clients.

notes

notes

Si un client vous demande conseil, mais que vous ne connaissez pas la réponse avec certitude, communiquez avec un spécialiste, comme un inspecteur en bâtiment.

Une fois qu'un problème est réglé, dites au client comment empêcher qu'il resurgisse.

Si l'entretien et les réparations incombent à l'organisme de logement, informez le client du processus de résolution des problèmes.

Si vous remarquez que la propriété a subi des dommages attribuables à de la négligence, cherchez à savoir ce qui a causé les dommages et ce que le client compte faire pour les réparer. Expliquez au client que les dommages représentent une violation de son bail et pressez-le de corriger le problème sans tarder.

Assurez-vous de surveiller les dommages et de les consigner au dossier du client. Celui-ci prendra probablement les choses plus au sérieux s'il sait que vous tenez un registre des dommages et des réparations et si vous communiquez avec lui tant que le problème n'est pas réglé.

Il se peut que des clients souhaitent rénover ou modifier l'habitation. Revoyez ce que prévoient à ce sujet le bail et la politique de l'organisme de logement, et dites au client s'il peut exécuter les travaux.

Il est plus efficace de donner des conseils en matière d'entretien et de réparations s'il existe une politique du logement qui précise les responsabilités du client et prévoit des mesures pour les cas où le client ne les respecte pas.

5. Les conseils financiers

notes

Recouvrement des paiements en retard

Si votre collectivité exige un loyer ou des frais d'occupation, vous devrez tôt ou tard prodiguer des conseils à la suite d'arriérés. Vous devrez à cette fin déterminer pourquoi le client a manqué des paiements et suggérer des solutions de paiement possibles.

Rappelez-vous toujours que les retards de paiement sont un symptôme, et non le vrai problème. Votre travail est de déterminer pourquoi le client a manqué des paiements ou a cessé de faire ses paiements.

Voici certaines des raisons courantes pour lesquelles le client ne fait pas ses paiements :

- il est insatisfait du logement;
- il a constaté des défauts dans l'habitation;
- il a d'autres priorités financières;
- le logement n'est pas prioritaire à ses yeux;
- il ne comprend pas ses responsabilités;
- il constate que d'autres clients ne faisant pas leurs paiements ne subissent aucune conséquence.

notes

Votre entrevue-conseil en cas d'arriérés sera efficace si vous suivez simplement les trois étapes suivantes.

1. Déterminez pourquoi le client ne paie pas.

- Quand les retards de paiement ont-ils commencé?
- Pourquoi le client n'a-t-il pas payé?
- Le revenu du client a-t-il changé?
- Est-ce un problème qui se répète? Dans l'affirmative, à quelle fréquence?

2. Aidez le client à établir un calendrier de remboursement réaliste que toutes les parties trouvent acceptable.

- Vous pouvez lui offrir des conseils financiers de base visant un plan de dépenses ou diriger le client vers un organisme professionnel de conseils en crédit ou de conseils financiers.
- Si le client a cessé de payer en raison des défauts de l'habitation et non pour des raisons financières, donnez-lui les conseils qui conviennent.
- Rappelez au client l'importance de faire ses paiements et soulignez les conséquences des défauts de paiement.

3. Assurez le suivi auprès du client.

- Comme pour tous les types de conseils, vous devez planifier et assurer le suivi. Conservez des copies des ententes écrites ou un résumé de toute entente verbale avec le client. Examinez le compte pour vérifier si le paiement a été fait.
- À l'occasion, vous pourriez devoir offrir des conseils financiers de base à des clients dont les paiements sont en retard ou à des clients qui veulent exercer plus de contrôle sur leur argent. Vous trouverez dans les pages suivantes de l'information sur l'établissement de plans de dépenses de base et sur l'aiguillage de clients vers des services professionnels de conseils financiers.

L'établissement de plans de dépenses

Certains clients ont besoin de conseils financiers pour s'adapter à de nouvelles responsabilités financières, comme des frais de logement ou d'entretien. L'information suivante vous aidera à prodiguer des conseils financiers aux clients qui doivent, ou qui souhaitent mieux contrôler leurs dépenses.

Commencez par expliquer le plan de dépenses et son fonctionnement.

Un plan de dépenses est une projection de la façon dont vous dépenserez votre argent sur une période donnée. On l'appelle aussi un budget.

Soulignez au client que tout le monde peut profiter d'un plan de dépenses. On vous suggère d'utiliser le terme « plan de dépenses » plutôt que « budget ». Pour la plupart des gens, le « budget » évoque des restrictions sévères et déplaisantes de leurs dépenses, ce qu'il faut éviter.

Il se peut que certains clients soutiennent ne pas avoir besoin d'un plan de dépenses, ou affirment avoir déjà essayé sans succès d'établir un budget. Ce n'est pas inhabituel, car nombreux sont ceux qui ne reconnaissent pas les avantages du plan de dépenses.

Voici certains des avantages du plan de dépenses dont vous voudrez peut-être faire part au client. Grâce au plan de dépenses :

- on sait où va son argent et comment on le dépense;
- on s'inquiète moins et on se dispute moins à propos de l'argent;
- il nous aide à mettre de l'argent de côté pour une occasion ou un achat spécial.

Certains clients diront qu'ils ont déjà essayé sans succès de faire un budget. Le plan de dépenses échouera s'il n'est pas personnalisé et réaliste, et si on ne s'efforce pas de le faire fonctionner.

Expliquez au client qu'un plan de dépenses doit être personnalisé et, donc, qu'il doit se fonder sur le revenu, les coûts de la vie et les dépenses prioritaires du client. Le plan dit exactement au client la somme d'argent dont il dispose, le montant de ses dépenses fixes et l'argent qu'il lui reste.

À la page 20 du manuel, vous trouverez un exemple de plan de dépenses mensuel. Utilisez cette formule et les quatre étapes simples qui sont données pour l'établissement d'un plan de dépenses personnalisé.

notes

Les quatre étapes de l'établissement du plan de dépenses

1. Établissez le revenu net du ménage.

Le revenu net est ce qu'il reste à dépenser chaque mois, une fois les déductions faites. Dressez ensuite la liste de toutes les dépenses du ménage, comme le loyer, l'épicerie, les frais de garde des enfants, les divertissements et le transport. Au début, le client devra peut-être estimer certaines dépenses. Veillez à ce que les estimations soient réalistes. Rappelez au client les dépenses annuelles comme l'assurance habitation et les permis de conduire. Il faut diviser en douze ces frais annuels et les inclure dans la liste des dépenses mensuelles.

2. Passez en revue la liste des dépenses et discutez des façons de réduire les dépenses ou, peut-être, d'augmenter le revenu.

Vous pouvez peut-être suggérer au client des façons de réduire ses frais de subsistance ou les coûts des services publics. Quand vous en parlez avec le client, assurez-vous d'aborder la différence entre les désirs et les besoins.

Un besoin s'entend de quelque chose qui est nécessaire, comme le logement, le chauffage, la nourriture et les vêtements. Un désir décrit quelque chose qu'on aimerait avoir, mais qui n'est pas vraiment nécessaire, comme un nouveau vélo, une soirée au bingo, etc.

Nous avons tous des désirs et des besoins. Un bon plan de dépenses aide à contrôler et à reconnaître les désirs.

Vous pouvez suggérer des façons de prendre davantage conscience des dépenses liées aux désirs, même à l'épicerie. Vous pouvez suggérer au client de dresser une liste d'épicerie pour prévenir les achats impulsifs. Soulignez l'importance de comparer pour trouver les meilleurs prix et les meilleures valeurs.

Traitez de l'importance de consacrer de l'argent à l'épargne et à une réserve en cas d'urgences financières. Tout le monde est exposé à des situations imprévues, par exemple, des réparations de l'automobile, la perte d'un emploi ou un membre qui s'ajoute à la famille.

3. **Veillez à la mise en œuvre et au suivi du plan de dépenses.**

Il est nécessaire de tenir compte de toutes les dépenses. Le plan de dépenses mensuel qui se trouve dans le présent manuel comprend une catégorie pour les dépenses mensuelles planifiées et les dépenses mensuelles réelles. Le plus souvent, pour tenir compte des dépenses, on note tous les achats au comptant dans un carnet ou on conserve tous les reçus, et on prend note de tous les achats payés par chèque.

4. **Faites des redressements.**

À la fin du premier mois (ainsi que des deux ou trois mois suivants), le client devrait dresser une liste de ses dépenses réelles dans chaque catégorie. Le client constatera peut-être qu'il a sous-estimé ses dépenses dans certaines catégories et qu'il doit redresser son plan de dépenses.

Faites un suivi auprès du client à la fin du mois pour voir comment a fonctionné le plan et discuter des problèmes qui ont surgi. Le plan de dépenses était-il réaliste? Les dépenses dans certaines catégories avaient-elles été sous-estimées ou surestimées? Le client a-t-il été en mesure de tenir un bon registre des dépenses? A-t-il appris des choses surprenantes à propos de ses dépenses?

Si le client éprouve des difficultés, pressez-le de continuer à essayer. Soyez encourageant, et non critique. Rappelez-lui qu'avec le temps il devient plus facile de respecter un plan de dépenses et que, s'il le faut, il peut modifier certaines catégories à condition de donner la priorité aux besoins essentiels de la famille et à ses obligations financières.

Remarque

Si le client a besoin de conseils financiers qui dépassent ceux que vous pouvez lui offrir, encouragez-le à obtenir une aide professionnelle. Vous pouvez le diriger vers des organismes comme des banques, des coopératives de crédit, le Bureau d'éthique commerciale du Canada, Industrie Canada (Bureau du surintendant des faillites Canada) et Debtors Anonymous.

notes

Plan de dépenses mensuel

Mois				
Type de dépenses	Montant prévu	Montant dépensé	Montant prévu	Montant dépensé
Paiement du logement				
Éclairage				
Eau				
Chauffage				
Téléphone				
Épicerie				
Paiement de crédit ou de prêt (liste)* _____				
Total _____				
Assurance				
Transport				
Entretien et réparations				
Vêtements				
Provisions				
Épargne				
Divertissements				
Autres				
Dépenses totales				
Revenu mensuel total				
Différence entre le revenu et les dépenses				

* Par exemple : carte de crédit de magasins, prêt auto, etc.

6. L'aiguillage de clients vers d'autres organismes

Un bon conseiller connaît ses limites et sait quand son client a besoin d'une aide professionnelle.

Il est possible que vous constatiez chez un client un problème qui n'a rien à voir avec le logement et pour lequel vous n'avez pas les compétences nécessaires (comme l'alcoolisme). Ce problème peut empêcher le client de s'acquitter de ses responsabilités. En pareilles circonstances, dirigez toujours le client vers l'organisme compétent. Assurez-vous de connaître les organismes vers lesquels vous risquez de devoir diriger des clients. Soyez au fait des types d'organismes et de services de soutien qui existent et dressez une liste de numéros de téléphone et de noms de personnes-ressources. N'hésitez pas à ajouter des ressources locales à votre liste, y compris tous les services communautaires qui pourraient aider vos clients.

Votre rôle est de discuter de la situation avec le client et de l'encourager à obtenir une aide professionnelle. La plupart du temps, le client n'est pas au courant de l'aide disponible.

Si vous estimez qu'il serait utile de diriger un client vers un autre organisme, traitez la situation avec délicatesse. Le client pourrait devenir hostile ou considérer que vous l'avez trahi si vous ne faites pas preuve de tact et de discrétion.

Pour que l'aiguillage ait un effet positif, il faut que le client veuille obtenir de l'aide.

Les directives suivantes vous aideront à aiguiller vos clients vers d'autres organismes.

1. Parlez au client.

- Vous devez toujours discuter de la situation avec le client avant de faire intervenir un autre conseiller ou un autre organisme. Dites au client pourquoi vous trouvez nécessaire de faire appel à l'organisme en question. Expliquez-lui que, contrairement à vous, l'autre conseiller possède les compétences requises pour traiter de certains problèmes.

notes

notes

- Informez le client du moment où aura lieu la rencontre et des personnes qui seront présentes. Il se peut que le client souhaite votre présence à la première rencontre. Si vous y assistez, c'est pour lui offrir un soutien moral et non pour intervenir directement dans les discussions.

2. Adressez-vous en personne à l'organisme compétent.

- Expliquez les antécédents de la famille avant qu'une rencontre soit organisée avec le client. Apportez les notes que vous avez versées au dossier du client.
- Soyez honnête au sujet de la famille et du type d'aide requis, mais ne parlez pas d'aspects confidentiels ou n'ayant rien à voir avec le problème.
- Renseignez-vous à l'avance de ce que le conseiller compte faire. Si le conseiller propose des changements (par exemple, le retrait d'un membre de la famille), assurez-vous d'en être au fait pour pouvoir traiter des questions touchant le logement.
- Veillez à ce que le conseiller ne compromette pas les liens que vous avez tissés avec le client.
- Vous pouvez demander au conseiller de vous faire part de la façon dont le client aura réagi à ses recommandations ou à l'aide offerte.

Ce n'est que si vous soupçonnez qu'un membre de la famille est victime de violence physique, psychologique ou sexuelle que vous ne devez pas discuter avec le client du renvoi de son cas à un autre organisme.

Signalez sans tarder tout cas de violence que vous soupçonnez à l'organisme compétent de votre secteur. N'en discutez pas préalablement avec le client car cela pourrait empirer la situation. L'organisme mènera sa propre enquête, et la confidentialité s'impose en pareils cas.

Si vous recourez à un autre organisme pour aider votre client, assurez le suivi auprès de la personne-ressource. Pour ce faire, téléphonez ou écrivez au client ou au conseiller pour vous enquérir de la façon dont les choses se sont passées. Si c'est possible, rendez visite au client pour voir si la situation s'améliore.

Violence faite aux enfants

Si vous soupçonnez qu'un enfant est victime de violence physique, psychologique ou sexuelle, vous devez le signaler au service de protection de l'enfance de votre secteur. En vertu des lois visant la protection des enfants, vous pourriez être tenu juridiquement responsable si vous négligez de signaler aux autorités compétentes les cas de violence que vous soupçonnez. Le service de protection de l'enfance mènera sa propre enquête et ne dévoilera pas à la famille le nom de la personne qui a signalé le cas.

COMPÉTENCES ET CONNAISSANCES

Introduction

La présente section se concentre sur les différentes compétences à utiliser pour mener des entrevues-conseils plus efficaces. L'information donnée n'est pas liée au logement et ne s'applique pas à un programme ou à des services particuliers.

Voici les aspects traités dans cette section :

- L'écoute active
- Les techniques d'interrogation
- Les techniques d'entrevue téléphonique
- La prise de notes efficaces
- La réalisation de l'entrevue

1. L'écoute active

L'écoute active est l'habileté la plus importante pour le conseiller qui recueille de l'information, analyse des solutions et conçoit des plans d'action pour venir en aide aux clients.

Pour la plupart des gens, l'écoute est une habileté difficile à acquérir et à mettre en pratique. Plusieurs études démontrent que la plupart des gens n'écoutent pas bien du tout. En moyenne, les gens ne retiennent que la moitié de ce qu'on leur a dit, immédiatement après l'avoir entendu. Un conseiller de la clientèle doit absolument acquérir et mettre en pratique de solides habiletés d'écoute.

notes

Divers facteurs entravent l'écoute, par exemple :

- penser aux arguments ou à la réponse qu'on donnera alors que l'interlocuteur n'a pas fini de parler;
- chercher des intentions cachées;
- évaluer l'interlocuteur;
- se laisser distraire par des messages non verbaux contradictoires;
- penser simplement à autre chose.

Quand vous rencontrez un client en entrevue ou que vous discutez de quelque sujet que ce soit avec un client, soyez totalement attentif à ce qu'il dit.

Paraphraser ou exprimez en d'autres termes ce que le client vous a dit pour vous assurer de bien vous comprendre.

L'écoute active en dix points

1. Cessez de parler.
2. Mettez le client à l'aise.
3. Montrez au client que vous l'écoutez et concentrez votre attention sur lui. Ne manifestez pas d'impatience et ne faites rien qui puisse laisser croire que vous n'êtes pas attentif.
4. Concentrez-vous entièrement sur ce que le client dit. Ne vous laissez pas distraire en préparant votre réponse alors que le client s'explique encore.
5. Mettez-vous à la place du client et cherchez à comprendre ce qu'il pense et ressent.
6. Soyez patient. Donnez au client le temps de s'exprimer et ne l'interrompez pas.
7. Gardez votre calme.
8. Ne débattiez pas, ne critiquez pas, ne portez pas de jugements et ne soyez pas sarcastique.
9. Posez des questions.
10. Cessez de parler.

La communication non verbale

notes

On dit souvent que le langage corporel en dit plus long que des mots. Edward T. Hall, un anthropologue des sociétés, prétend que la communication est non verbale dans une proportion de soixante pour cent. D'autres maintiennent que la part non verbale de la communication peut atteindre quatre-vingt-deux pour cent. Peu importe le pourcentage réel, rappelez-vous que toute communication, émise ou reçue, est surtout non verbale.

Sachez que la communication non verbale peut contredire la communication verbale. Par exemple, si une personne dit que tout va bien, mais qu'elle a l'air triste, ou si une personne se disant ouverte à la communication a les bras et les jambes croisés (langage corporel révélant la fermeture), les messages qui parviennent au récepteur sont contradictoires et lui signalent un problème en ce qui concerne les propos tenus.

Sachez reconnaître les signes non verbaux comme ceux qui ont été donnés plus haut et cherchez à en savoir davantage en posant des questions : « Est-ce vraiment ce que vous ressentez par rapport à ...? » Vous encouragerez ainsi le client à s'ouvrir et pourrez ainsi déceler et résoudre les problèmes.

Soyez toujours conscient des différences culturelles, quand vous réalisez une entrevue-conseil. Certaines techniques de communication non verbale peuvent être jugées offensantes. Par exemple, le contact visuel n'est pas encouragé dans toutes les cultures et peut être intimidant pour les clients qui n'y sont pas habitués.

Évitez de transmettre des messages verbaux et non verbaux contradictoires en demeurant toujours sincère et honnête avec le client.

Apprenez à manifester votre appui au client en prenant conscience des messages verbaux et non verbaux que vous transmettez. Certains gestes (comme fouiller dans ses papiers, taper des doigts sur le bureau) peuvent distraire le client et l'empêcher de bien écouter ce que vous dites.

notes

La communication non verbale qui encourage les personnes à s'ouvrir :

- Établir le contact visuel.
- Hocher la tête et se pencher en avant.
- Être conscient de l'espace qui vous sépare du client.
- Sourire et avoir l'air intéressé à ce qu'il dit.
- Faire des gestes qui vous sont naturels.
- Adopter une posture détendue.

La communication non verbale qui décourage ou entrave la communication :

- Faire des gestes menaçants (pointer du doigt, frapper sur la table).
- Croiser les bras, poser les pieds sur le bureau ou placer les mains derrière la tête.
- Mâcher de la gomme.
- Soupirer ou bâiller.
- Fixer du regard.
- Fouiller dans des papiers ou des dossiers.



2. Les techniques d'interrogation

La meilleure façon d'obtenir l'information qu'il vous faut est de vous préparer de manière à poser les bonnes questions.

Vous utiliserez deux types de questions de base : les questions ouvertes et les questions fermées.

Les questions ouvertes

Les questions ouvertes encouragent le client à expliquer ce qu'il veut dire ou à donner des précisions. Quand il vous faut de l'information supplémentaire, posez des questions ouvertes, par exemple : « Pourquoi trouvez-vous que c'est difficile? »

Les questions fermées

S'il vous faut des renseignements précis ou que vous souhaitiez limiter la quantité d'information, posez des questions fermées. Une question fermée mène à une réponse très précise, à un oui ou à un non. Par exemple :
« Savez-vous comment remplacer le filtre du système de chauffage? »

3. Les techniques d'entrevue téléphonique

Vous pouvez appliquer vos techniques de counselling au téléphone. Si le client vous appelle pour discuter d'un problème, il veut peut-être que des mesures soient prises immédiatement. Il se peut aussi que vous puissiez résoudre la question immédiatement, plutôt que de fixer un rendez-vous.



Quand vous parlez au téléphone avec un client, gardez à l'esprit les règles simples qui suivent :

- Au téléphone, vous devez toujours être professionnel, courtois et amical.
- Appliquez vos techniques d'interrogation pour obtenir l'information qu'il vous faut.
- Si le client est en colère, essayez de le calmer. Dites-lui que vous l'écoutez et que vous voulez l'aider à résoudre le problème. Si le client ne se calme pas assez pour que vous puissiez vous renseigner sur les faits, dites-lui que vous le rappellerez plus tard ou suggérez-lui de vous rappeler quand il se sera calmé. Si le client refuse, passez l'appel à quelqu'un d'autre, par exemple, votre superviseur ou une personne qui a l'expérience de telles situations.
- Vérifiez toujours si l'information est exacte.
- Faites part au client des étapes suivantes. S'il faut le diriger vers quelqu'un d'autre, dites-le au client et donnez-lui le nom et le numéro de téléphone de la personne-ressource.
- Si vous dites au client que vous allez agir, tenez parole.
- Prenez des notes détaillées de votre conversation.

notes

notes

4. La prise de notes efficaces



Soyez prêt à prendre des notes sommaires de la discussion et à noter les détails de tout plan établi pendant l'entrevue-conseil.

Ce n'est pas nécessairement compliqué. Voyez cette tâche comme une façon simple de consigner les problèmes et les préoccupations du client.

Vos notes doivent être claires et précises. Ne notez pas tout mot à mot pendant l'entrevue. Relevez les principaux points de la discussion.

Dites au client pourquoi vous prenez des notes, car ne pas savoir pourrait l'intimider.

Avant la fin de la rencontre, revoyez vos notes avec le client de sorte que toutes les personnes présentes comprennent ce qui a été dit et soient d'accord.

Vos notes doivent décrire la situation avec précision. Rappelez-vous que cette information pourrait être utile plus tard, pour vous-même ou pour un autre conseiller.

5. La réalisation de l'entrevue

Pour que l'entrevue soit fructueuse, vous devez établir un lien avec le client. Encouragez-le à vous parler ouvertement.

Outre les quatre étapes de l'entrevue-conseil, vous pouvez utiliser les moyens suivants pour encourager le client à parler.

- Posez des questions ouvertes.
- Donnez au client le temps de répondre. N'exercez pas de pression sur lui. Il n'est peut-être pas à l'aise d'aborder certains sujets, surtout au début. Ne laissez pas le silence vous incommoder, alors que le client prépare sa réponse.
- Soulignez au client que ce qui se dit pendant l'entrevue demeure confidentiel. Renforcez vos propos en ne divulguant jamais des renseignements au sujet d'autres personnes.
- Ne faites jamais preuve de sarcasme ou de condescendance, et ne portez jamais de jugements. Si le client sent que vous portez des jugements de valeur, il pourrait ne pas vous faire confiance.
- Recourrez à une communication non verbale positive. Ne fouillez pas dans vos papiers, ne regardez pas dehors et ne jetez pas de coups d'œil à votre montre.
- Concentrez votre attention sur le client. ... Vérifiez votre compréhension des propos du client en les exprimant en d'autres termes : « D'après ce que vous dites, je comprends que ... »
- Soyez chaleureux et compréhensif, et démontrez ainsi votre appui et votre intérêt.
- Évitez le type de propos suivants :
 - Je suis surpris que vous vous sentiez ainsi.
 - Tout le monde sait que...
 - Vous travaillez toujours à régler ce même vieux problème?
 - Souriez et prenez-en votre parti.
 - La vie n'est pas facile.
 - Prenez donc une décision. Ce n'est pas si compliqué.

notes



notes

TECHNIQUES DE PRÉSENTATION

La présentation est parfois la façon la plus efficace de transmettre de l'information. Vous pouvez ainsi communiquer le même message à plus d'une personne.

Que vous vous adressiez à un seul client, à un petit groupe de collègues ou à un groupe nombreux, vous serez plus efficace et convaincant si vous acquérez de meilleures techniques de présentation.

L'information relative aux techniques de présentation se divise en deux parties :

1. La préparation
2. La prestation

Quand vous devez faire une présentation, consultez d'abord les conseils utiles qui suivent.

1. La préparation

La préparation est essentielle à une présentation réussie. Vous devez avoir une idée très précise de votre sujet, de ce que vous voulez accomplir et du temps dont vous disposez.

Déterminez l'objectif de votre présentation. Sachez ce que vous voulez dire.

Faites une analyse de votre auditoire. Renseignez-vous sur ce qu'il sait ou veut savoir sur le sujet. Déterminez son degré d'engagement par rapport au sujet. Obtenez le nombre de participants et renseignez-vous sur leur expérience et leurs attentes.

Votre présentation doit comporter trois parties : l'introduction, le corps et la conclusion.

L'introduction

- L'introduction ne doit pas représenter plus de cinq à dix pour cent de la présentation. Pendant l'introduction, présentez-vous et dites quel organisme vous représentez, combien de temps durera votre présentation et la façon dont vous répondrez aux questions.
- Certains conférenciers amorcent leur présentation avec une histoire, des statistiques ou une blague. Si c'est ce que vous voulez faire, vérifiez l'exactitude de votre histoire ou de vos statistiques, ou veillez à utiliser un humour de bon goût qui ne risque d'offenser personne.

Le corps de la présentation

- Pour le corps de la présentation, commencez par noter tous les principaux points à traiter. Ensuite, passez vos notes en revue et regroupez vos idées sous deux à quatre points principaux.
- Vous pouvez organiser vos points principaux de façon séquentielle, chronologique ou selon les connaissances nécessaires. Vous pouvez recourir, entre autres, à des exemples, des témoignages, des citations, ou des moyens visuels pour étayer vos points.

La conclusion

- Terminez votre présentation en résumant ce que vous avez dit, en informant l'auditoire de la façon de vous joindre et en le remerciant de vous avoir accordé du temps.

notes

Conseils utiles

Répétez votre présentation devant un miroir ou un petit groupe de collègues, d'amis ou de parents, et faites-le avec les accessoires et les outils visuels que vous comptez utiliser.

En répétant, vous serez de plus en plus à l'aise avec la matière et semblerez plus détendu et assuré.

notes

2. La prestation

Les gens seront plus réceptifs si vous semblez sûr de ce que vous dites.

Les conseils suivants vous aideront à réussir votre présentation.

- **Posture :** Tenez-vous toujours droit (mais essayez d'être détendu). N'ayez jamais le dos voûté et ne vous appuyez pas sur une hanche. De telles postures peuvent distraire l'auditoire, en plus d'accroître votre tension corporelle.
- **Mouvements :** Les mouvements contribuent à relâcher la tension, mais ne doivent pas être exagérés. Vous pourriez distraire votre auditoire en vous déplaçant partout dans la salle, mais il se désintéressera peut-être si vous restez toujours au même endroit.
- **Gestes :** La plupart des gens bougent les mains naturellement dans leurs conversations de tous les jours. Les gestes vous aident à transmettre votre message et retiennent l'attention de l'auditoire. Évitez les gestes qui distraient l'attention de ce que vous dites. Faites aussi attention aux bijoux qui tintent quand vous bougez, et ne faites pas cliqueter les pièces de monnaie dans vos poches de pantalon.
- **Voix :** Votre voix doit refléter votre intérêt et votre enthousiasme pour le sujet. Évitez d'adopter un ton monocorde et d'utiliser des phrases longues et du jargon. Vous pourriez perdre l'intérêt de votre auditoire.
- **Contact visuel :** Quand vous vous adressez à l'auditoire, assurez-vous de regarder l'ensemble du groupe. Évitez de prolonger le contact visuel avec une ou deux personnes en particulier. Quand vous répondez aux questions, regardez l'auditoire dans son ensemble pour inclure tout le monde.

Les questions de l'auditoire

Si vous prévoyez une période de questions, informez l'auditoire du moment où vous répondrez aux questions dès le début de votre présentation.

Répétez toute question qui vous est posée avant d'y répondre pour que toutes les personnes présentes l'entendent au complet.

Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, ne faites pas semblant de savoir. La plupart des participants le sauront, et vous risquez de fournir des renseignements erronés que vous devrez ultérieurement corriger. Il vaut toujours mieux être honnête. Dites à l'auditoire que vous obtiendrez la réponse et la lui transmettez plus tard.

ATELIERS D'INFORMATION À L'INTENTION DE LA CLIENTÈLE

notes

Si plusieurs clients peuvent profiter de la même information, envisagez d'organiser un atelier. En plus de renseigner, l'atelier vous permet de communiquer les responsabilités du client et de l'organisme de logement, ainsi que de l'information sur la planification financière, l'entretien et les réparations, et la sécurité à la maison.

L'atelier vous permet d'utiliser votre temps efficacement, favorise la discussion de groupe et donne aux clients l'occasion de se communiquer des idées et des renseignements et de parler à d'autres clients qui ont les mêmes préoccupations qu'eux.

Le succès d'une réunion ou d'un atelier dépend dans une grande mesure du degré de préparation et de planification.

La première étape est de définir les buts et objectifs de l'atelier, ce qui détermine les résultats de l'atelier.

Les objectifs de l'atelier doivent être clairs et précis. Énoncez-les au début de l'atelier pour veiller à ce que tous les participants les connaissent.

Déterminez qui doit participer et le nombre de participants. Le choix des participants dépend du but de l'atelier. Par exemple, un atelier organisé pour résoudre un problème particulier doit s'adresser aux personnes que le sujet touche directement et faire intervenir les personnes-ressources qui peuvent fournir de l'information à l'appui.

Une fois que vous savez qui inviter, essayez d'en savoir le plus possible à leur sujet. Vous pourrez ainsi planifier et présenter votre matière plus efficacement. Posez-vous les questions suivantes :

- Combien de personnes seront présentes?
- Que savent-elles déjà sur le sujet de l'atelier?
- Comment réagiront-elles à l'information?
- Est-ce que certains participants ont des besoins spéciaux?

Conseils utiles pour la planification d'un atelier à l'intention d'un groupe de clients

- Déterminez le but de l'atelier.
- Déterminez les personnes à inviter.
- Déterminez le meilleur moment et le meilleur endroit.
- Dressez une liste de tous les détails de routine à régler avant l'atelier.
- Décidez de la façon dont vous évaluerez l'atelier.

1. L'ordre du jour

Quand c'est possible, transmettez l'ordre du jour à l'avance aux participants. Ils sauront ainsi à quoi s'attendre. L'ordre du jour doit comporter l'information suivante :

- le but de l'atelier (énoncez clairement les objectifs);
- la date, le lieu, l'heure à laquelle l'atelier commence et finit et, si les participants ne connaissent pas l'endroit, un plan et des indications;
- le nom et le numéro de téléphone de la personne-ressource (pour poser des questions ou confirmer la participation);
- la liste des personnes invitées;
- le temps qui sera consacré aux questions des participants.



Accompagnez l'ordre du jour d'une lettre donnant des précisions sur ce qu'ils doivent apporter, sur la disponibilité de services de garde d'enfants, sur le remboursement des dépenses, etc.

2. La préparation de la salle de réunion

Vous devrez décider de l'endroit où se tiendra la réunion et de la façon d'aménager la salle. Gardez ce qui suit à l'esprit au moment d'organiser la réunion :

- La pièce doit être tranquille. Prenez des dispositions pour réduire au minimum ou supprimer entièrement les interruptions de l'extérieur au cours de l'atelier.
- Si l'atelier a lieu dans un bureau, informez la ou le secrétaire ou réceptionniste de l'heure de l'atelier et des personnes qui y participeront, de sorte qu'il ou elle prenne les messages pour ces personnes, qui ne sont pas disponibles.
- La taille de la salle doit convenir au nombre de participants.
- L'éclairage de la salle doit permettre la lecture et la prise de notes.
- Il doit y avoir suffisamment de prises électriques pour brancher des appareils comme une cafetière, des microphones, un projecteur, etc.
- On doit pouvoir y installer les outils audiovisuels de sorte que tous les participants puissent bien voir. Essayez l'équipement avant l'atelier.
- Il faut assez de tables et de chaises pour tous les participants. Chaque participant doit être capable de voir le présentateur et avoir assez de place pour travailler.

3. La tenue de l'atelier

En tant qu'organisateur de l'atelier, votre rôle est de veiller à ce que tout se déroule bien et à ce que les participants soient aussi à l'aise que possible. Les points suivants vous aideront à réussir votre atelier :

- Soyez attentif aux coutumes locales. Voyez si vous devez organiser une cérémonie d'ouverture ou une prière, inviter un conférencier, etc.

notes

- L'introduction doit être positive et stimuler la participation.
- Si vous distribuez des documents, assurez-vous d'en avoir assez pour tous.
- Si vous avez des conférenciers invités, assurez-vous de prendre des notes pour relever les principales idées. Soyez prêt à résumer les points saillants de l'atelier à sa conclusion.
- Assurez-vous de respecter l'horaire et de terminer l'atelier à temps. Si vous avez un emploi du temps très chargé, envisagez de reporter la présentation d'un ou de plusieurs points moins importants à l'atelier suivant.

4. Conseils et techniques d'animation

Si c'est vous qui animez l'atelier, il vous incombe de faire ce qui suit :

- Empêchez les digressions en rappelant le sujet discuté aux participants qui s'en éloignent, afin qu'on y revienne.
- Gérez les interventions de manière que personne ne domine la discussion.
- Faites en sorte que l'atelier soit animé, car c'est vous qui devez veiller à maintenir l'intérêt. Encouragez la participation de toutes les personnes présentes et tenez-vous-en à l'ordre du jour. Si les participants semblent s'impatienter, faites une courte pause.
- Si vous devez mettre fin à une discussion, enchaînez avec un énoncé qui résume la discussion pour faire le lien avec les propos de la personne qui parlait.
- Demeurez neutre. Veillez à ne pas influencer la discussion ou critiquer les commentaires d'un participant. Une attitude critique ou catégorique entrave l'ouverture dans la discussion et la communication.
- Résumez les principaux points pour vous assurer que les participants ont compris le message.

PROBLÈMES COURANTS EN COUNSELLING

notes

La tâche de dispenser des conseils à la clientèle peut être très exigeante et stressante par moments. Le conseiller doit prendre des mesures pour éviter l'épuisement professionnel. Vous devrez parfois travailler avec des clients dont vous trouverez les problèmes difficiles à traiter.

Rappelez-vous que votre santé mentale passe avant tout, sans quoi vous ne pourrez conseiller efficacement vos clients. Si vous vous sentez stressé, ou fatigué d'écouter les clients, il est peut-être temps de vous arrêter un peu.

Pour atténuer la tension, soyez conscient des pièges suivants et essayez de les éviter.

■ Liens trop étroits avec les clients

Vous travaillez peut-être avec des gens qui estiment n'avoir personne d'autre vers qui se tourner, ou personne d'autre qui se préoccupe d'eux. Veillez à ce que les efforts que vous déployez pour les aider ne les portent pas à dépendre trop de vous.

Votre travail consiste à aider les clients à comprendre la situation et à les aiguiller vers une aide extérieure au besoin. Encouragez-les à obtenir une aide professionnelle ou le soutien de leur famille. Entretenez en tout temps avec les clients des rapports professionnels.

■ Partialité

Certains problèmes touchent plus d'une personne et vous pourriez devoir travailler avec les deux parties à un problème. Chacune aura une perception différente du problème et un point de vue bien arrêté sur celui-ci.

Quand vous travaillez avec deux clients ou plus, demeurez neutre et assurez-vous de bien connaître tous les aspects de la situation avant de recommander des mesures. Rappelez-vous que vous continuerez de travailler avec ces personnes par la suite.

notes

■ **Conseils à des parents ou amis**

Vous pourriez devoir dispenser des conseils à des parents ou amis. Ces personnes pourraient s'attendre à bénéficier d'un traitement différent ou spécial. S'il le faut, soyez ferme et dites-leur qu'ils ne bénéficieront pas d'un traitement spécial.

Traitez tous les clients de la même façon pour que personne ne pense que vous traitez vos parents et amis différemment. Suivez les politiques ou les directives énoncées par l'organisme de logement. Il vous arrivera parfois de devoir déclarer que vous êtes en situation de conflit d'intérêts et confier le dossier à un autre membre du personnel chargé du logement. En pareil cas, respectez les décisions de l'autre conseiller.

1. Le traitement des plaintes

Vous devrez peut-être traiter des plaintes de clients ou d'autres membres de la collectivité qui communiquent avec vous au sujet de bruits excessifs ou de visiteurs nocturnes, de cours malpropres, de véhicules non munis de plaques, de résidents supplémentaires, de chiens en liberté, d'enfants du voisinage qui viennent jouer dans leur cour ou de clients qui laissent leur maison inhabitée pendant de longues périodes.

Quand une plainte vous parvient, déterminez s'il s'agit d'un problème de logement ou d'une situation que quelqu'un d'autre devrait régler. Les problèmes qui ne sont pas liés au logement doivent être renvoyés à l'organisme compétent. Quand c'est possible, faites en sorte que votre interlocuteur communique lui-même avec l'organisme en question.

S'il s'agit d'un problème de logement, dites à votre interlocuteur que vous examinerez la situation. Votre interlocuteur pourrait vous suggérer des moyens de résoudre le problème. Veillez à ne pas vous lancer dans une conversation détaillée au sujet de vos clients. Assurez toujours la confidentialité à vos clients. Rappelez-vous que vous devez parler à vos clients pour tirer la situation au clair.

Voici quelques exemples de plaintes et des façons de les traiter :

notes

- Il y a chez un client des fêtes qui durent toute la nuit et qui dérangent les voisins. Vous avez deux options :
 - Si un bail a été signé, vérifiez si le bruit excessif et les fêtes nocturnes constituent une violation du bail.
 - Dites aux voisins de communiquer avec les autorités si la situation se répète.
- Une voisine se plaint d'un chien en liberté qui fait du dégât dans sa cour et son jardin.
 - Rencontrez le propriétaire du chien et expliquez-lui la situation. Suggérez-lui de maintenir le chien en laisse ou de le placer dans un enclos. Si votre collectivité a un règlement visant les animaux de compagnie, fournissez une copie du bail au client et expliquez-lui la clause qui s'applique. Dans certains cas, la voisine qui a subi des dommages pourrait s'attendre à un dédommagement. Laissez le client s'entendre avec la plaignante.
- Des membres de la collectivité se plaignent d'un client qui part souvent et laisse la maison vide pendant de longues périodes. Ils estiment que le client ne devrait pas bénéficier d'une aide au logement.
 - Rappelez à votre interlocuteur que l'on attend des clients qu'il respectent les modalités de la politique de logement (ou de leur bail) et que vous ne pouvez agir qu'en cas de violation du bail. Vérifiez si le client quitte vraiment la maison pour de longues périodes. Donnez au client des conseils sur ce qu'il doit faire pour s'assurer, avant son départ, qu'on s'occupera convenablement de la maison pendant son absence. Si un bail a été signé, passez en revue les dispositions relatives à l'inoccupation pour savoir ce qui constitue une violation et informez-en le client.

2. Les choses à faire et à ne pas faire en counselling

Vous devez :

- Mettre le client à l'aise.
- Être courtois et amical.
- Traiter le client avec respect.
- Être honnête, objectif et flexible, et ne pas porter de jugements.
- Garantir la confidentialité au client.
- Rappeler le client rapidement.
- Connaître les capacités de lecture et d'écriture du client.
- Parler clairement et lentement et passer en revue les principes importants pour veiller à ce que le client les comprenne.
- Encourager le client à parler, à exprimer ses préoccupations et à poser des questions
- Écouter activement et garder à l'esprit que l'information doit circuler dans les deux sens.
- Essayer de comprendre le point de vue du client.
- Être patient, compréhensif et encourageant, et se montrer intéressé.
- Prendre des notes à consulter ultérieurement.
- Faire des suggestions au client : lui proposer des choix et le laisser prendre les décisions.
- Informer le client de tout suivi à venir et du moment.
- Faire intervenir des personnes-ressources de l'extérieur au besoin.
- Veiller à ce que le client comprenne le programme et ses responsabilités, ainsi que celles de la bande.

- Garder à l'esprit qu'il n'y a pas qu'une bonne façon de prodiguer des conseils à la clientèle.

Vous ne devez pas :

- Présumer que le client comprend (il faut vérifier)
- Commérer avec des clients au sujet d'autres clients ou d'autres problèmes : il s'agit d'une relation d'aide qui doit demeurer professionnelle.
- Discréditer d'autres travailleurs ou organismes étant intervenus auprès du client.
- Abuser du pouvoir pour intimider le client.
- Traiter le client avec condescendance ou porter des jugements de valeur à son sujet.
- Porter des vêtements trop élégants ou donner l'impression d'être supérieur au client.
- Employer du jargon.
- Induire le client en erreur : il faut donner les faits à la demande du client.
- Établir des objectifs ou des attentes irréalistes pour le client.
- Vous rapprocher du client en parlant de vos problèmes personnels : ils veulent parler de leurs problèmes et non des vôtres.
- Vous présenter en retard aux rendez-vous.

UN DERNIER MOT

Il peut parfois être très exigeant et stressant de dispenser des conseils à la clientèle. Vous devrez travailler avec des personnes que vous n'aimerez pas nécessairement, ou dont vous n'approuverez pas le comportement, ou encore avec des gens que vous connaissez personnellement. Vous pourriez devoir conseiller des clients ayant des problèmes que vous trouvez difficiles à traiter.

Vous devez donner la priorité à votre santé mentale, sans quoi vous ne pourrez aider vos clients. Les conseils suivants pourraient vous aider à faire face au stress de tous les jours et à éviter l'épuisement professionnel.

- Connaissez vos limites en tant que conseiller. Voyez avec réalisme ce que vous pouvez faire pour vos clients.
- Quand un client a besoin d'aide professionnelle, aiguillez-le vers l'organisme compétent.
- Reconnaissez que vous ne pouvez aider un client qui refuse de s'aider lui-même.
- Organisez votre emploi du temps de manière à établir un juste équilibre entre votre vie personnelle et votre vie professionnelle.
- Tissez des liens avec d'autres conseillers. Vous pouvez leur demander conseils et soutien.
- Sachez quand vous arrêter.

notes

notes

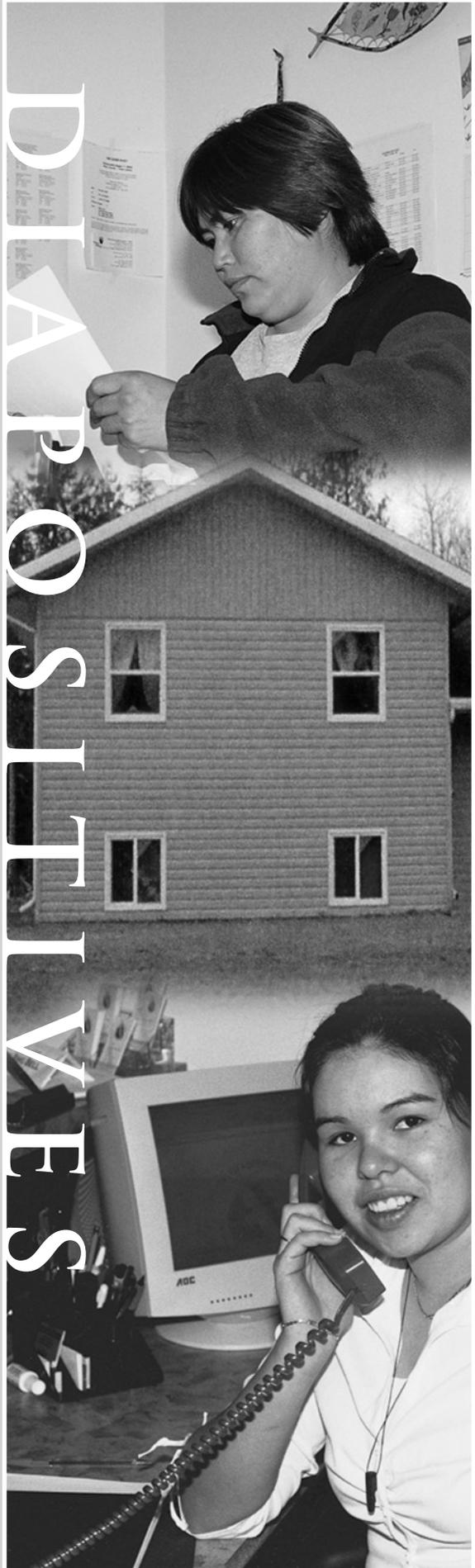
QUESTIONNAIRE À L'INTENTION DES CONSEILLERS DE LA CLIENTÈLE

Directives : Lisez chaque question et répondez vrai ou faux en cochant la case appropriée.

Question	Vrai	Faux
1. Les visites de counselling doivent toujours avoir lieu à la maison.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Il est préférable de poser des questions fermées aux clients bavards.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Les meilleurs conseillers sont des professionnels qualifiés ayant reçu de la formation sur le travail avec des clients.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Vous devez toujours conclure une entente écrite avec les clients s'il est question de recouvrement de paiements en souffrance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tous les clients doivent établir un plan de dépenses personnalisé avant d'emménager.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Un conseiller de la clientèle doit en tout temps faire de l'écoute active.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Conseiller les clients, c'est aider les clients à tirer au clair et à résoudre leur problème.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. On estime qu'il est improductif de conseiller des clients au téléphone.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANNEXE A

DIAPYLOSITIVES



notes



DIAPOSITIVE N° 6

CONSEILS À LA CLIENTÈLE

Obtenir des renseignements valables

Objectif :

Employer des techniques d'interrogation qui vous permettront d'en savoir le plus possible sur les passe-temps ou les intérêts particuliers de votre partenaire.

- Vous devez poser **deux** questions **ouvertes** et **deux** questions **fermées**.
- Temps prévu – 15 minutes :
 - cinq minutes pour préparer les questions;
 - cinq minutes pour réaliser l'entrevue;
 - cinq minutes pour faire le bilan avec le partenaire.

Société canadienne d'hypothèques et de logement

6



DIAPOSITIVE N° 9

notes

CONSEILS À LA CLIENTÈLE

Types de clients :

- M. Dépensier
- M. Économe
- M. de la Nouvelle Paye
- M. Endetté
- M. Malchance
- M. Saisonnier
- M. L'Oubli

Société canadienne d'hypothèques et de logement 9



DIAPOSITIVE N° 11

notes

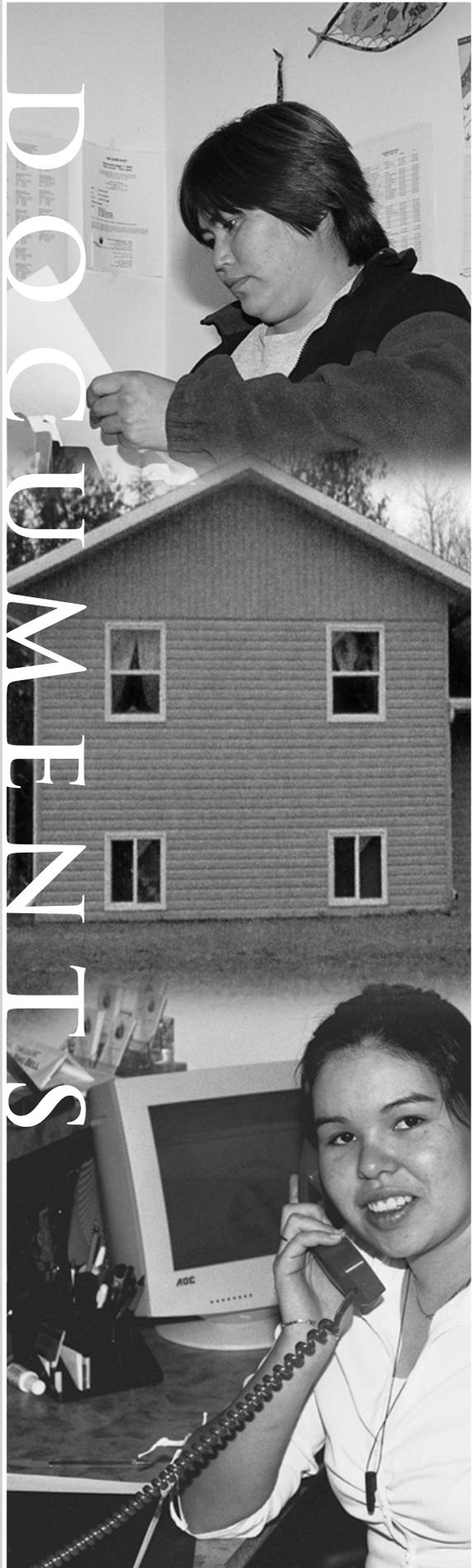
CONSEILS À LA CLIENTÈLE

Étape 1
Calculer le revenu et les dépenses

Société canadienne d'hypothèques et de logement 11

ANNEXE B

DOCUMENTS





DOCUMENT N° 1

HABITUDES D'ÉCOUTE INEFFICACE

Feuille ABC

Ne permettez pas à votre partenaire de lire cette feuille.

Pendant que votre partenaire parle, comptez le nombre de mots commençant par « a », « b » ou « c » qu'il utilise. Ne dites pas à votre partenaire ce que vous faites.

Vous pouvez converser avec votre partenaire, mais assurez-vous de bien compter les mots pendant que votre partenaire parle.

« A »

« B »

« C »



DOCUMENT N° 2

HABITUDES D'ÉCOUTE INEFFICACE

Feuille « écoute absente » (EA)

Ne permettez pas à votre partenaire de lire cette feuille.

Pendant que votre partenaire parle, votre tâche est de ne pas écouter. Faites tout ce que vous voulez pour vous empêcher d'écouter, mais ne quittez pas votre siège. Vous pouvez à l'occasion dire quelque chose, mais il n'est pas nécessaire que ce soit lié à ce que votre partenaire dit. Il se peut que votre partenaire se rende compte que vous n'êtes pas attentif, mais ne lui dites pas que vous faites exprès de ne pas écouter.



DOCUMENT N° 3

HABITUDES D'ÉCOUTE INEFFICACE – THÉORIE

La plupart des gens passent plus de temps à écouter qu'à s'adonner à toute autre activité de communication. Malgré cela, un fort pourcentage de gens n'apprennent jamais à bien écouter. L'une des raisons de cet état de fait est qu'ils acquièrent de mauvaises habitudes d'écoute et qu'ils les conservent toute leur vie. La liste suivante contient certaines des habitudes d'écoute inefficace les plus courantes.

1. **Être inattentif.** Il se peut que l'interlocuteur se laisse distraire ou pense à autre chose. Le fait de ne pas vouloir écouter contribue aussi à l'inattention.
2. **Faire semblant d'écouter.** Il arrive souvent que les personnes qui pensent à autre chose cherchent délibérément à avoir l'air d'écouter. Ainsi, feindre l'écoute peut donner à l'émetteur l'impression que son interlocuteur a bien entendu une information ou des directives importantes qu'il vient de lui transmettre.
3. **Écouter sans entendre.** Parfois, la personne n'écoute que les faits ou les détails, ou ne s'arrête qu'à la façon dont ils ont été présentés, et passe à côté du sens véritable.
4. **Préparer la réponse.** Certaines personnes écoutent jusqu'à ce qu'elles se mettent à vouloir dire quelque chose. Elles cessent alors d'écouter et préparent ce qu'elles diront en attendant d'avoir l'occasion de répondre.
5. **Interrompre.** L'interlocuteur n'attend pas de pouvoir déterminer le sens complet de ce qui est dit, mais interrompt avec une telle vigueur que l'émetteur s'arrête au beau milieu de sa phrase.
6. **Entendre ce que l'on veut entendre.** Il arrive souvent que des personnes croient avoir entendu l'émetteur dire quelque chose qu'elles s'attendaient à entendre. Également, elles refuseront d'entendre ce qu'elles ne veulent pas entendre.
7. **Adopter une attitude défensive.** La personne qui écoute est persuadée qu'elle connaît les intentions de l'émetteur ou qu'elle sait pourquoi il a dit quelque chose, ou encore s'attend à subir une attaque pour diverses raisons.
8. **Rechercher un sujet de dispute.** Certains personnes semblent attendre que se présente l'occasion d'attaquer quelqu'un. Elles cherchent les sujets sur lesquels elles peuvent exprimer leur désaccord.



DOCUMENT N° 4

HABITUDES D'ÉCOUTE EFFICACE

Les gens peuvent apprendre à mieux écouter en décelant leurs propres habitudes d'écoute inefficace et en cherchant à s'en débarrasser. La liste du document « Habitudes d'écoute inefficace – Théorie » aidera les personnes à reconnaître certaines de leurs habitudes d'écoute. Les personnes qui prêtent une attention particulière aux circonstances qui semblent provoquer un tel comportement peuvent consciemment chercher à modifier leurs habitudes. Par exemple, une femme qui s'aperçoit qu'elle fait semblant d'écouter son mari peut l'interrompre et lui demander de répéter la dernière idée qu'il a exprimée. Elle peut même lui dire que son esprit était ailleurs et qu'elle en est désolée. Plus elle prendra conscience de la faiblesse de son écoute, plus elle pourra se défaire de ses mauvaises habitudes d'écoute.

En plus de se défaire de mauvaises habitudes d'écoute, on peut acquérir des habitudes d'écoute positive. Voici quelques descriptions de comportements qui peuvent mener à une écoute efficace :

1. **Être attentif** – Pour vraiment bien écouter, il faut à l'occasion se forcer à prêter attention à l'émetteur. Quand la personne qui nous parle est ennuyeuse, il faut parfois faire des efforts pour éviter de se laisser distraire par autre chose. Non seulement faut-il se concentrer sur la personne, mais aussi recourir à des messages non verbaux (contact visuel, hochements de tête et sourires) afin de lui faire voir qu'on l'écoute.
2. **Écouter le message en entier** – Cela comprend la recherche du sens et de la cohérence ou de la congruence, tant dans les messages verbaux que non verbaux, ainsi que l'écoute des idées, des sentiments et des intentions, en plus des faits. Cela signifie aussi que l'on saisit les choses qui sont déplaisantes ou qui ne sont pas bienvenues.
3. **Entendre avant d'évaluer** – Écouter ce qu'une personne dit sans tirer de conclusions prématurées contribue à bien écouter. En interrogeant l'émetteur sans porter d'accusations, plutôt que de lui donner des conseils ou de le juger, on peut souvent découvrir ce que l'émetteur a vraiment à l'esprit; dans bien des cas, c'est très différent de ce qu'on avait présumé.
4. **Paraphraser ce que l'on a entendu** – Si on paraphrase sans porter de jugement sur les propos de l'émetteur et qu'on lui demande ce qu'il a voulu dire, on peut éviter bien des malentendus et des méprises.



DOCUMENT N° 5

L'ÉCOUTE EFFICACE EN DIX POINTS

1. Cessez de parler.
2. Mettez le client à l'aise.
3. Montrez au client que vous l'écoutez et concentrez votre attention sur lui. Ne manifestez pas d'impatience et ne faites rien qui puisse laisser croire que vous n'êtes pas attentif.
4. Concentrez-vous entièrement sur ce que le client dit. Ne vous laissez pas distraire en préparant votre réponse alors que le client s'explique encore.
5. Mettez-vous à la place du client et cherchez à comprendre ce qu'il pense et ressent.
6. Soyez patient. Donnez au client le temps de s'exprimer et ne l'interrompez pas.
7. Gardez votre calme.
8. Ne débattiez pas, ne critiquez pas, ne portez pas de jugements et ne soyez pas sarcastique.
9. Posez des questions.
10. Cessez de parler.



DOCUMENT N° 6

TECHNIQUES D'INTERROGATION

Orientez la discussion

Posez les questions qui donneront l'information qu'il vous faut. Si vous orientez la discussion, le client vous donnera plus facilement l'information dont vous avez besoin, et vous utiliserez votre temps plus judicieusement.

Posez des questions ouvertes

De telles questions encouragent l'autre personne à fournir des explications, des descriptions ou des précisions. Par des questions ouvertes, vous pouvez vous enquérir des sentiments, des opinions et des attitudes de votre interlocuteur. On y recourt quand il faut de l'information détaillée. Par exemple : Quelles sont vos préoccupations au sujet de ce programme?

Posez des questions fermées

Ces questions mènent à des réponses précises, habituellement en un mot (oui ou non). Les questions fermées vous donnent des renseignements restreints et vous sont le plus utiles quand vous devez recueillir de l'information rapidement.

Mettez en pratique les techniques d'écoute active

Assurez-vous de comprendre les réponses qu'on vous donne. Paraphrasez ou reformulez les réponses. Vous confirmerez ainsi de nouveau votre intérêt au client.

Conseil : Lorsque vous interviewez un client, il est utile de préparer d'avance vos questions et de prévoir les réactions possibles. Vous pourriez également trouver utile de penser aux questions que le client pourrait vous poser, vous aurez ainsi des réponses prêtes.



DOCUMENT N° 7

TECHNIQUES D'INTERROGATION – EXERCICE

Tous les jours, nous recueillons de l'information qui nous sert à prendre des décisions et à comprendre des problèmes. Pour obtenir de l'information valable, il faut poser les bonnes questions.

Il existe essentiellement deux types de questions, généralement appelées :

1. **questions ouvertes** (exemple : Quelles sont vos préoccupations au sujet de ce programme?)
2. **questions fermées** (exemple : Possédez-vous un permis de conduire?)

Examinez les questions suivantes et indiquez pour chacune s'il s'agit d'une question ouverte ou fermée.

	Ouverte ou fermée?
1. Cette politique fonctionnera-t-elle?	_____
2. Pourquoi pensez-vous que cette politique ne fonctionnera pas?	_____
3. Voulez-vous du Coke ou du Pepsi?	_____
4. Êtes-vous d'accord avec cet énoncé?	_____
5. Pourquoi trouvez-vous le counselling important?	_____
6. Pensez-vous avoir de la difficulté à faire fonctionner le système de chauffage?	_____
7. Pourquoi êtes-vous d'accord, ou en désaccord, avec cet énoncé?	_____
8. Que suggérez-vous pour améliorer le système?	_____
9. Quand irez-vous au magasin?	_____
10. Comment arrivez-vous à finir le travail avant l'échéance?	_____



DOCUMENT N° 8

COMMENT OBTENIR DE L'INFORMATION VALABLE	
<i>Techniques à repérer :</i>	<i>Exemples de l'utilisation des techniques ou de phrases particulières :</i>
Faire porter la discussion sur l'information requise.	
Poser des questions ouvertes pour stimuler la discussion.	
Poser des questions fermées pour obtenir des renseignements précis.	
Employer des techniques d'écoute active.	
Forces :	
Suggestions :	



DOCUMENT N° 9

LES QUATRE QUESTIONS DE L'ENTREVUE-CONSEIL

POURQUOI?

La bonne raison. Prodiguer des conseils est un moyen d'aider à la résolution de problèmes qui ne peuvent être résolus autrement. Quand il est utile de parler de la situation, il est justifié de donner des conseils.

QUAND?

Le bon moment. Il est souvent délicat de donner des conseils. Si le moment convient aux deux parties, l'entrevue sera fructueuse. Ne tardez pas trop à aborder un problème. Si on tarde trop, le problème peut prendre une ampleur telle que le counselling ne suffira pas.

OÙ?

Le bon endroit. Que ce soit dans un salon, dans un bureau ou à l'extérieur, le lieu choisi doit être relaxant, tranquille et privé, sans risque d'interruptions (dont le téléphone).

QUOI?

La bonne démarche. Le sérieux du counselling peut mettre les deux parties mal à l'aise au début. Il est important d'adopter une démarche non menaçante et rassurante.



DOCUMENT N° 10

LES QUATRE ÉTAPES DE L'ENTREVUE-CONSEIL (page 1 de 2)

Étape 1 – La préparation

Vous préparer à l'avance à l'entrevue-conseil vous aidera à établir et à maintenir une bonne relation entre le client et vous.

Posez-vous les questions suivantes, en guise de préparation à l'entrevue :

- Avez-vous une idée précise du but de la visite?
- Si vous connaissez la raison de la visite, avez-vous préparé les questions à poser au client et essayé de prévoir certaines de ses préoccupations ou questions?
- Avez-vous déjà rencontré ce client? Dans l'affirmative, avez-vous consulté son dossier pour savoir de quoi vous avez discuté à l'occasion des autres visites?
- Avez-vous préparé ou rassemblé toute l'information qu'il vous faudra (formules, calculatrice, dépliants)?
- Avez-vous confirmé le lieu et le moment de l'entrevue-conseil avec le client? S'il vous faut de l'information de la part du client, lui avez-vous dit ce qu'il doit apporter (par exemple, une confirmation de revenu)?
- Avez-vous prévu assez de temps pour que l'entrevue se déroule sans précipitation?

Étape 2 – L'entrée en matière

Le plus important, à cette étape, est d'essayer d'établir un lien avec le client et de faire en sorte qu'il se sente à l'aise de parler avec vous. Soyez prêt à bien écouter. Pour que l'entrevue soit réussie, c'est le client qui doit principalement parler!

- Avant d'amorcer l'entrevue, consacrez quelques minutes à causer de tout et de rien avec le client afin d'établir un lien avec lui.
- Rassurez le client sur la confidentialité de votre entretien.
- Pratiquez l'écoute active. Si le client sent que vous ne l'écoutez pas, il se découragera de parler et ne participera pas entièrement à la discussion.

Avertissement : Si vous prenez des notes au cours de l'entrevue, expliquez au client ce que vous faites et pourquoi.



DOCUMENT N° 10 (suite)

LES QUATRE ÉTAPES DE L'ENTREVUE-CONSEIL (page 2 de 2)

Étape 3 – L'entrevue en tant que telle

Pendant l'entrevue, vous devez utiliser de bonnes techniques d'écoute et d'interrogation pour obtenir de l'information utile du client. Souvent, vous vous attendez à répondre à une préoccupation particulière. Il se peut que le client ait d'autres problèmes que vous ne connaissez pas (p. ex. : entretien, finances). Pendant cette étape, vous devez travailler avec le client à préciser le problème. Déterminez si le problème que le client énonce est un symptôme ou une cause. Par exemple, si le client fait ses paiements en retard, le défaut de paiement est un symptôme. La cause fondamentale pourrait être que le système de chauffage ne fonctionne pas convenablement et que les coûts de chauffage sont plus élevés que prévu.

Préciser le problème signifie déterminer la responsabilité du problème. Si le client est responsable, vous devez faire en sorte qu'il le constate. On peut généralement faire en sorte que le client assume la responsabilité du problème en parlant des préoccupations et en répondant aux questions. Cela aide à préciser le problème, et ça peut aider le client à comprendre et à accepter la situation.

Une fois que vous avez ensemble précisé le problème, vous devez trouver des solutions. Le client doit participer à cette partie de la discussion et explorer les avantages et les inconvénients de chaque solution possible. Pour que la solution et le plan d'action soient efficaces, il faut que le client soit d'accord.

Étape 4 – La conclusion de l'entrevue

Confirmez la solution et le plan d'action (et tout échéancier) avec le client. Il est important de faire le suivi afin de déterminer si le plan d'action fonctionne ou si les problèmes persistent. Vous pouvez assurer le suivi par écrit ou par téléphone; il n'est pas toujours nécessaire de retourner visiter le client. Si vous comptez faire une visite de suivi chez le client, faites-le savoir au client (et dites-lui quand vous irez). Rappelez-vous qu'il est aussi important d'assurer le suivi que de préciser le problème et d'établir le plan d'action.

Terminez toujours la rencontre sur une note positive, de sorte que l'entrevue-conseil suivante soit tout aussi efficace.

Assurez-vous de prendre des notes au sujet de la visite et de verser les détails du plan d'action dans le dossier du client.



DOCUMENT N° 11

COMMENT TRAITER AVEC LES CLIENTS DIFFICILES (page 1 de 3)

Voici des exemples de clients difficiles que vous pourriez rencontrer, et de démarches de counselling applicables à chaque type de clients. Ces techniques sont des suggestions et ne fonctionneront pas nécessairement dans toutes les situations. Utilisez votre jugement et votre bon sens quand vous conseillez des clients.

Le sceptique

Il est probable que, dans le passé, le sceptique ait été déçu et abandonné par des gens ou des organismes. Il ne croit peut-être pas que vous pouvez l'aider. Il vous surveillera probablement pour voir si vous dites la vérité.

Démarche de counselling :

- Expliquez-lui les étapes que comporte la résolution du problème. Assurez-vous que le client comprend le temps qu'il faudra.
- Vous voudrez peut-être fournir une preuve matérielle à l'appui du problème. Traitez honnêtement avec le client et tenez-le régulièrement au courant de l'évolution du dossier.

Le client dépendant

Il veut que vous fassiez tout pour lui. Il est peu disposé à participer et perçoit les petites choses comme des obstacles majeurs qu'il ne peut surmonter. Il hésite généralement à accepter des responsabilités parce qu'il doit ainsi travailler et participer.

Démarche de counselling :

- N'encouragez pas sa dépendance. Incitez-le fermement à faire preuve d'indépendance dès le début et accroissez graduellement sa participation.
- Offrez-lui assurance et conseils au cours du processus. Essayez de faire en sorte qu'il gagne en assurance dans ses propres habiletés. Rappelez-vous que votre rôle est d'aider, et non de tout donner.



DOCUMENT N° 11 (suite)

COMMENT TRAITER AVEC LES CLIENTS DIFFICILES (page 2 de 3)

Le client auquel on doit tout

Ce client estime que la société lui manque d'égards et croit peut-être qu'il peut obtenir votre aide en vous intimidant. Il sera vraisemblablement impatient et rejettera la responsabilité de tout problème sur les autres, se croyant lui-même innocent. Il ne veut généralement pas faire d'effort parce qu'il n'assume la responsabilité d'aucun problème.

Démarche de counselling :

- Soyez extrêmement patient, mais demeurez ferme. Ayez à portée de la main les documents à l'appui avant de lui faire des suggestions, car il vous demandera probablement de lui donner une preuve des résultats.
- Ne lui permettez pas de vous intimider avec des histoires sur ce qu'il a fait à d'autres conseillers, et ne prenez pas sa part s'il critique le travail d'autres organismes-ressources; vous pourriez compromettre vos relations avec ces organismes.
- Soyez absolument certain que le client sait ce que vous allez faire ou ce que vous attendez de lui, car il dira vraisemblablement plus tard qu'il n'a pas été bien informé. Envisagez de lui envoyer une copie des notes que vous avez prises au cours de vos rencontres avec lui.

Le client qui dit toujours oui

Ce type de client est plus courant qu'on pourrait le croire. Il donne l'impression de tout comprendre, ou d'être toujours d'accord, peu importe vos propos, alors qu'en fait il n'a rien compris de ce que vous avez dit. Il a peur de poser des questions parce qu'il ne veut pas sembler ignorant. Il est possible qu'il soit intimidé par tout symbole d'autorité.

Démarche de counselling :

- Ne présumez pas qu'il comprend parce qu'il ne pose pas de questions, ou parce qu'il est toujours d'accord. Reprenez les éléments importants plusieurs fois afin de vous assurer qu'il comprend. Vérifiez s'il comprend en lui demandant de répéter les points importants. Appuyez la discussion de renseignements écrits.
- Encouragez toujours le client à parler de ses préoccupations. Posez des questions ouvertes qui l'encouragent à vous donner de l'information.



DOCUMENT N° 11 (suite)

COMMENT TRAITER AVEC LES CLIENTS DIFFICILES (page 3 de 3)

Le client qui ne connaît pas bien la langue ou ne sait pas lire

Vous pourriez rencontrer un client qui ne sait pas lire ou qui a de la difficulté à comprendre la langue parlée ou écrite. Il sera peut-être gêné ou hésitant à vous le dire. Recherchez les signes de tels problèmes.

Attention : ces clients sont souvent des clients qui disent toujours oui.

Le client analphabète

Vous pourriez rencontrer un client qui ne peut lire ou comprendre l'information relative au programme. Il cherchera vraisemblablement à vous cacher cette lacune qu'il trouve gênante. Recherchez les signes avertisseurs de ces problèmes chez le client (il peut aussi être le type de client qui dit toujours oui).



DOCUMENT N° 12

JEU DE RÔLES – CONSEILS À LA CLIENTÈLE

Directives aux participants

But	Donner aux participants l'occasion de reconnaître les obstacles à la prestation de conseils, de mettre en pratique les techniques d'entrevue et de préparer des plans d'action.
Objectif	À l'intérieur de la période allouée, vous devez établir un plan d'action convenable à utiliser dans une entrevue-conseil.
Début	Déterminez qui sera le conseiller, et qui sera le client.
Étape 1 Durée	Prenez connaissance de votre rôle, pour le jeu de rôles. 2 minutes
Étape 2 Durée	Conseiller – préparez vos questions. 2 minutes
Étape 3 Durée	Faites l'entrevue. 10 minutes
Étape 4 Durée	Faites vos commentaires. 10 minutes
Étape 5 Durée	Inversez les rôles (demandez le deuxième jeu de rôles au formateur). Vous avez 24 minutes pour faire l'exercice.



DOCUMENT N° 13a

JEU DE RÔLES N° 1

Rôle du conseiller

Des membres de la collectivité ont déposé des plaintes à votre bureau au sujet d'une maison, propriété de la bande, dont une porte et plusieurs fenêtres sont brisées. La cour est aussi dans un état pitoyable et représente un danger pour les jeunes enfants du quartier. La maison est située sur la route qui traverse la réserve.

Ce problème fait périodiquement surface. Selon le dossier du client, des fenêtres et des portes ont déjà été remplacées deux fois. La dernière fois (il y a environ huit mois), l'administrateur des logements a indiqué au client que la bande n'assumerait pas la responsabilité de réparer les dommages causés par le client.

Vous connaissez ce client, mais vous ne l'avez jamais conseillé. Un examen rapide des dossiers vous amène à croire qu'il ne prend pas le problème au sérieux. Afin de vous préparer à la rencontre avec le client, vous devez déterminer les problèmes à résoudre et prévoir un plan d'action afin de régler la question.

Rôle du client

Le conseiller de la clientèle a pris rendez-vous avec vous. Il semble que des plaintes aient été déposées au sujet de l'état de votre maison, et vous croyez que quelqu'un s'est plaint de votre collection de pièces d'automobiles, dans votre cour. En fait, vous êtes content qu'il passe vous voir car vous avez quelques fenêtres et une porte à faire réparer. Vous êtes une personne occupée et quelqu'un doit assumer la responsabilité d'entretenir les lieux.



DOCUMENT N° 13b

JEU DE RÔLES N° 2

Rôle du conseiller

Mme Barabé, une cliente de la collectivité, vous téléphone. Elle vous dit que vous devez faire quelque chose à propos de son voisin, M. Cabot. Il semble qu'il laisse courir partout ses huit chiens.

Elle affirme qu'il a toujours eu des chiens dans le passé, mais qu'ils étaient attachés. Maintenant, il les laisse courir autour des maisons, et ils viennent souvent sur son terrain. Elle se plaint car les chiens endommagent sa cour et ont récemment démoli ses massifs de fleurs. Elle croit qu'il doit construire un enclos s'il veut garder ses chiens.

Vous joignez M. Cabot au téléphone, et il soutient que ses chiens ne quittent jamais sa cour et qu'ils sont toujours attachés. Il dit que Mme Barabé fait des plaintes pour s'écouter parler.

Pour résoudre cette situation, précisez quels sont les problèmes à aborder et proposez un plan d'action.

Rôle du client

Le conseiller de la clientèle vous a parlé au téléphone. Il semble bien que la vieille bonne femme Barabé se plaint encore à cause de vos chiens (vous en avez huit). Elle accuse les chiens d'avoir démoli ses massifs de fleurs et dit qu'ils courent librement partout.

Vous avez expliqué au conseiller que les chiens ne quittent jamais la cour et qu'ils sont toujours attachés (bien que vous les laissiez libres une fois par jour pour qu'ils puissent se dégourdir un peu). À votre point de vue, ils ne causent pas de problèmes, et Mme Barabé ne fait des plaintes que pour s'écouter parler.

Quoiqu'il en soit, le conseiller va passer vous voir pour discuter de cette plainte.



DOCUMENT N° 14

L'ÉTABLISSEMENT D'UN PLAN DE DÉPENSES

Bien des gens repoussent l'idée de recourir à un plan de dépenses parce qu'ils croient qu'un tel plan leur imposera des restrictions financières et les empêchera d'acheter ce qu'ils veulent. Il est important de se rappeler qu'un bon plan de dépenses vous permet de prendre votre situation financière en main, peut atténuer vos soucis financiers et vous permet d'épargner en vue d'achats spéciaux.

Un plan de dépenses est un système personnalisé qui vous montre comment vous dépensez votre argent sur une période donnée. On l'appelle aussi « budget ». Les quatre étapes suivantes vous aideront à établir un plan répondant aux besoins de votre ménage.

1. Calculez toutes les dépenses et tous les revenus

Commencez par dresser une liste de toutes les dépenses quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles et annuelles. Rappelez-vous que certaines dépenses annuelles sont échelonnées sur une période de douze mois (primes d'assurance, par exemple). Déterminez ensuite votre revenu net de toutes provenances.

2. Passez en revue la liste des dépenses

Les dépenses relèvent de deux catégories : les dépenses fixes et les dépenses variables. Les dépenses fixes sont celles qui ne changent pas pour une période donnée. Les paiements de maison, les paiements de prêts, notamment de prêts-auto et les paiements de primes d'assurance en sont des exemples. Les dépenses variables sont celles qui changent continuellement. Elles comprennent la nourriture, les vêtements, le téléphone, les divertissements. Si vous cherchez des moyens de payer des factures ou d'épargner pour des achats spéciaux, il faut regarder du côté des montants des dépenses variables, car les dépenses fixes, elles, ne peuvent être réduites.

3. Prenez note des montants dépensés et des achats

Cela vous aidera à connaître vos habitudes de dépenses et à déceler les améliorations possibles. On peut faire le suivi des dépenses, par exemple, en gardant tous les reçus, en notant les achats dans un calepin ou en consignait les montants de tous les chèques que vous faites. La plupart des gens trouvent que de suivre leurs dépenses sur une période donnée les aide à connaître, et à changer, leurs habitudes de dépenses.

4. Faites des redressements au plan de dépenses

Passez vos dépenses en revue à la fin du premier mois pour les comparer à votre plan de dépenses. Vous devrez peut-être faire des redressements à votre plan de dépenses au cours des trois premiers mois pour vous assurer qu'il répond aux besoins de votre ménage.



DOCUMENT N° 15

Mois					
Type de dépenses	Montant prévu	Montant dépensé	Montant prévu	Montant dépensé	
Logement					
Éclairage					
Eau					
Chauffage					
Téléphone					
Épicerie					
Paiement de crédit ou de prêt (liste)* _____ _____					
Total _____					
Assurance					
Transport					
Entretien et réparations					
Vêtements					
Provisions					
Épargne					
Divertissements					
Autres					

Dépenses totales					
Revenu mensuel total					
Différence entre le revenu et les dépenses					



DOCUMENT N° 16

CONSEILS UTILES POUR L'ÉTABLISSEMENT DE PLANS DE DÉPENSES

- N'imposez jamais vos valeurs au client.
- Veillez à ce que le plan de dépenses du client soit réaliste.
- Aidez le client à comprendre qu'il pourra mieux gérer son argent s'il sait comment il le dépense.
- Amenez le client à réfléchir à ses attentes, sur le plan de ses buts et de ses récompenses.
- Travaillez avec tous les membres de la famille à l'établissement des buts familiaux.
- Établissez des buts réalisables à court terme qui mèneront à des résultats rapides.
- Une fois qu'une dette prévue au plan de dépenses du client est remboursée, encouragez le client à consacrer cet argent à une autre dette. Il atteindra ainsi plus rapidement son but.
- Encouragez le client qui a réussi à rembourser une dette à éviter de s'imposer de nouvelles obligations financières.
- Dirigez le client vers une aide professionnelle s'il le faut.



DOCUMENT N° 17a

JEU DE RÔLES N° 3

Rôle du conseiller

Vous allez rencontrer Béatrice, laquelle s'installera bientôt dans un nouveau logement. En ce moment, Béatrice vit chez ses parents, mais elle y était temporairement, en attendant qu'un logement se libère. Elle a trois enfants : deux garçons de 8 ans et 10 ans, et une fille de 12 ans. Béatrice travaille à temps partiel. Son revenu familial net mensuel est de 1 500 \$.

Les parents de Béatrice ont communiqué avec vous pour vous dire que Béatrice ne semble pas comprendre ce que représentent les frais de fonctionnement et d'entretien d'un logement dont elle doit assumer la responsabilité. Ils savent que ce qu'elle leur donne maintenant (chambre avec pension) est nettement inférieur à ce qu'elle paiera une fois installée dans son nouveau logement.

Vous devrez discuter avec Béatrice de son nouveau paiement de 350 \$, soit 200 \$ de plus que ce qu'elle donnait à ses parents. Vous devez discuter de ses nouveaux paiements de loyer et établir avec elle un plan de dépenses.

Rôle de la cliente

Vous vous appelez Béatrice et vous êtes une mère seule qui a trois enfants : deux garçons de 8 et 10 ans, et une fille de 12 ans. Vous vivez chez vos parents depuis votre divorce, qui s'est produit il y a quelques mois. Les enfants et vous déménagerez dans une maison de trois chambres à coucher dont le loyer mensuel est de 350 \$. C'est plus que ce que vous payez maintenant, mais vous croyez pouvoir vous organiser malgré cette différence. Vous travaillez à temps partiel à la clinique et bénéficiez de prestations d'aide sociale, ce qui vous donne un revenu familial net mensuel de 1 500 \$. Vous savez qu'il vous faudra de nouveaux meubles et avez commencé à magasiner.

Le conseiller de la clientèle s'en vient vous voir et vous a demandé de dresser une liste de vos dépenses mensuelles actuelles.

Prêt-auto	150 \$	Divertissements	100 \$
Essence	80 \$	Chambre avec pension	150 \$
Assurance auto	40 \$	Vêtements des enfants, etc.	100 \$
Cartes de crédit (2)	100 \$	Divers	50 \$
		TOTAL	770 \$



DOCUMENT N° 17b

JEU DE RÔLES N° 4

Rôle du conseiller

Vous rencontrerez Diane Durand. Diane et Rodrigue Durand ont quatre enfants, tous âgés de moins de sept ans. Rodrigue travaille à l'épicerie et Diane reçoit des prestations d'invalidité de son ancien employeur. Leur revenu mensuel net est de 1 440 \$. Le paiement mensuel du logement est de 250 \$.

Ils éprouvent des difficultés financières et peinent à faire leurs paiements de maison. Ils ont tout juste réussi à faire leur dernier paiement, à la fin du mois, et leurs remboursements de prêts sont en retard. Ils vous ont téléphoné parce qu'ils savent qu'ils ont besoin d'aide. Malheureusement, Rodrigue ne sera pas à la maison quand vous irez. Avant la visite, vous avez demandé aux Durand de dresser une liste de leurs dépenses mensuelles. Vous devrez passer en revue leurs dépenses et concevoir un plan de dépenses avec la cliente.

Rôle de la cliente

Vous êtes Diane Durand. Votre mari Rodrigue et vous avez quatre enfants, tous âgés de moins de sept ans. Rodrigue travaille à l'épicerie et vous bénéficiez de prestations d'invalidité de votre ancien employeur. Votre revenu mensuel net est de 1 440 \$. Le paiement de maison est de 250 \$. Vous éprouvez des difficultés financières et réussissez difficilement à faire vos paiements de maison. Vous avez tout juste réussi à faire votre paiement à la fin du mois, et vos remboursements de quelques prêts sont en retard. Vous avez téléphoné au conseiller à la clientèle pour qu'il vienne vous aider à organiser vos finances. Le conseiller vous a demandé de vous préparer à la visite en dressant une liste de vos dépenses mensuelles.

Loyer	250 \$	Prêt Avco	50 \$
Nourriture	450 \$	Crédit au magasin	50 \$
Électricité	45 \$	Prêt auto	75 \$
Chauffage	100 \$	Divertissements – bingo	150 \$
Essence et entretien – auto	75 \$	Vêtements des enfants	50 \$
Téléphone	60 \$	Divers	75 \$
		TOTAL	1 430 \$



DOCUMENT N° 18

LISTE DE VÉRIFICATION – CONSEILS EN CAS D'ARRIÉRÉS

(page 1 de 2)

Avant la rencontre	Fait ✓
<ol style="list-style-type: none"> 1. Examiner le dossier en ce qui concerne les paiements et vérifier ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> ■ montant prévu des mensualités ■ habitudes de paiement dans le compte ■ date de révision des paiements ■ total des arriérés 2. Communiquer avec le client : <ul style="list-style-type: none"> ■ lui téléphoner si c'est possible ■ lui envoyer une première lettre ■ lui envoyer une lettre de rappel au besoin ■ convenir d'un plan de remboursement si c'est possible ■ organiser une rencontre sur les arriérés 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>À la rencontre</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Expliquer le but de la visite : <ul style="list-style-type: none"> ■ déterminer la cause des arriérés et en discuter ■ confirmer la source et le montant du revenu ■ faire un examen du revenu s'il le faut 2. Faire un examen de la situation financière ou établir un plan de dépenses : <ul style="list-style-type: none"> ■ discuter des options de remboursement ■ convenir ensemble d'une méthode de remboursement ■ documenter le plan d'action et en laisser une copie au client ■ confirmer la convention de remboursement prévue au bail ■ recommander au client d'obtenir des conseils financiers au besoin ■ expliquer les conséquences d'un défaut de paiement 3. Fournir au client les numéros de téléphone de personnes-ressources : <ul style="list-style-type: none"> ■ discuter au besoin d'autres aspects requérant des conseils 	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



DOCUMENT N° 18 (suite)

LISTE DE VÉRIFICATION – CONSEILS EN CAS D'ARRIÉRÉS
(page 1 de 2)

Après la rencontre	Fait ✓
<ul style="list-style-type: none"> ■ modifier au besoin le dossier du client ■ verser une copie du plan d'action au dossier ■ confirmer la décision avec son superviseur au besoin ■ envoyer une copie du plan d'action au client s'il n'en a pas eu une à la rencontre ■ établir un plan de suivi ■ faire un suivi auprès de services-conseils professionnels s'il y a lieu 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<p>Entente de remboursement non respectée</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ communiquer immédiatement avec le client pour en connaître la raison ■ passer en revue le plan de recouvrement avec le client ■ recommander des changements au plan si c'est possible ■ informer le client des conséquences, s'il ne respecte pas l'entente de remboursement ■ conserver dans le dossier tous les documents relatifs à la situation 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>



DOCUMENT N° 19

PLAN DE RECOUVREMENT DES ARRIÉRÉS	
Nom du client :	Compte n°
Adresse :	
Téléphone : (maison) (travail) (autre)	
Date d'emménagement :	
Date de la dernière révision des paiements :	Paiement mensuel actuel : \$
Montant des arriérés :	\$
Antécédents financiers du compte (méthode de paiement, tendances, habitudes, etc.)	
<p>Plan d'action proposé pour le remboursement du montant impayé :</p> <p>Je, _____, reconnais le montant total impayé du compte et souhaite résoudre cette question. Pour ce faire, je continuerai de verser les paiements mensuels prévus de _____ \$ et j'y ajouterai un montant de _____ \$, ce qui donnera un paiement mensuel total de _____ \$. Le compte devrait être en règle à compter du _____ 20 ____.</p> <p>Un plan de dépenses mensuel a-t-il été établi avec le client? Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/></p> <p>Dans la négative, pourquoi pas?</p> <p>J'autorise par la présente _____ à obtenir en mon nom des services (nom du conseiller en lettres moulées) professionnels pour des conseils financiers ou des conseils en matière de crédit.</p> <p>Client : _____ Date : _____ (signature du client)</p> <p>Témoin : _____ Date : _____ (conseiller)</p>	



DOCUMENT N° 20a

JEU DE RÔLES N° 3

Rôle du conseiller

L'infirmière de la santé publique vous appelle pour vous faire savoir que la maison de votre client, M. Gérard Villeneuve (64 ans), a besoin de réparations.

À l'examen du dossier, vous constatez que M. Villeneuve habite la maison depuis 10 ans. Il est sensé payer un loyer de 37 \$. En général, il omet de faire ses paiements. Ses arriérés sont actuellement de 312 \$.

Pendant la visite, vous remarquez que la maison n'est vraiment pas bien entretenue. M. Villeneuve vous dit qu'il est incapable d'entretenir la maison au quotidien et qu'il trouve difficile de s'en occuper.

Compte tenu de ces circonstances, précisez les problèmes à résoudre et proposez un plan d'action.

Rôle du client

Vous (M. Gérard Villeneuve) avez récemment reçu la visite de l'infirmière de la santé publique. Elle a mentionné que la maison semblait avoir besoin de réparations. Vous lui avez répondu qu'à votre âge (64 ans) il devient plus difficile de faire des travaux de réparation et que de trouver l'argent à cette fin est un tout autre problème.

L'infirmière a probablement parlé au conseiller de la clientèle, parce qu'il vient vous visiter aujourd'hui. Le conseiller a mentionné que vos paiements de maison sont en retard de plusieurs mois. Vous croyez avoir manqué un ou deux paiements, et trouvez difficile de croire que vous êtes si en retard que ça. Vous vous inquiétez un peu d'être obligé de rembourser tout de suite tout ce que vous n'avez pas payé. Avec votre maigre revenu, c'est déjà difficile d'arriver à faire les paiements réguliers.



DOCUMENT N° 20b

JEU DE RÔLES N° 4

Rôle du conseiller

Suzanne et Jean Guay ont quatre enfants (de 12, 11, 8 et 5 ans). Jean travaille pour la bande comme employé de la voirie. Leur revenu familial mensuel est de 2 215,00 \$.

Ils éprouvent depuis quelque temps des difficultés financières et n'arrivent plus à payer le loyer, qui est de 320 \$. Ils ont accumulé un arriéré de 640 \$. Vous allez tenir une entrevue-conseil (avec M. ou Mme Guay) dans le but de prendre des dispositions pour le remboursement de l'arriéré.

Au cours de l'entrevue-conseil, vous apprenez qu'ils accusent aussi des retards dans leurs paiements à d'autres créanciers. Ils ont dressé une liste de leurs dépenses mensuelles et vous ont demandé de les aider à résoudre le problème.

Loyer	320 \$	Essence et entretien de l'auto	125 \$
Nourriture	600 \$	Crédit au magasin	85 \$
Électricité	45 \$	Sports et loisirs	85 \$
Chauffage	150 \$	Cigarettes	175 \$
Assurance auto	45 \$	Prêt d'une société de financement	110 \$
Divertissements	135 \$	Divers	75 \$
Bingo	200 \$		
		TOTAL	2 150 \$

Rôle du client (Suzanne ou Jean Guay)

Vous et vos enfants (12, 11, 8 et 5 ans) vous êtes toujours assez bien débrouillés avec le revenu mensuel de 2 215 \$ que Jean reçoit de la bande en tant qu'employé de la voirie. Cependant, tout récemment, vous vous rendez compte que vous avez de la difficulté à régler vos différentes factures mensuelles. Vous avez deux mois de retard sur votre loyer (640 \$) et vos paiements à quelques autres créanciers sont aussi en retard.

Le conseiller de la clientèle s'en vient vous visiter afin de convenir d'une entente pour le remboursement des arriérés de loyer. Vous lui avez aussi demandé de vous donner des conseils financiers, car vous voulez que tous vos paiements soient à jour.



DOCUMENT N° 21

LE PROBLÈME DE L'ABRI ANTIATOMIQUE (page 1 de 2)

Contexte

Votre groupe fait partie d'un ministère fédéral qui s'occupe de stations expérimentales dans les coins les plus reculés de la civilisation. Tout à coup, la Troisième Guerre mondiale éclate, et des bombes se mettent à tomber. Il y a de la destruction partout sur la terre. Les gens se dirigent vers tous les abris antiatomiques qui existent. Vous recevez un appel au secours d'une de vos stations expérimentales.

À cette station, il y a dix personnes, mais leur abri ne peut offrir assez de place, d'air, de nourriture et d'eau que pour six personnes pendant trois mois, soit la période qu'ils estiment pouvoir passer en sécurité à cet endroit. Ils savent très bien que, s'ils doivent décider entre eux des six personnes qui pourront trouver refuge dans l'abri, ils deviendront vraisemblablement irrationnels et se mettront à se battre. Ils ont donc décidé de faire appel à leurs supérieurs - vous - et vous demandent de trancher. Ils se soumettront à votre décision.

Cependant, vous devez aussi vous préparer rapidement pour vous rendre à votre propre abri. Vous avez donc le temps de n'obtenir que des descriptions superficielles des dix personnes. Vous avez 20 minutes pour prendre votre décision, après quoi vous devez vous rendre à votre abri.

Votre tâche

- En tant que groupe, vous avez maintenant 20 minutes pour décider des quatre personnes qui ne pourront se réfugier dans l'abri.
- Gardez à l'esprit la possibilité que les six personnes que vous choisirez pourraient être les six seules personnes qui resteront sur la terre et assureront la survie du genre humain. Le choix est donc très important.
- Si, en tant que groupe, vous n'arrivez pas à vous entendre en 20 minutes, vous choisiriez de laisser les dix personnes débattre entre elles de la question, et il se pourrait que plus de quatre personnes périssent.
- Ne vous laissez pas influencer par la pression que les autres membres du groupe exercent sur vous. Essayez de faire les meilleurs choix possibles.
- Vous avez exactement 20 minutes.

suite à la page suivante



DOCUMENT N° 21 (suite)

(page 2 de 2)

Voici tout ce que vous savez des dix personnes :

1. Un aide-comptable de 31 ans.
2. Son épouse, enceinte de six mois.
3. Un rabbin de 51 ans.
4. Une fille de 16 ans au QI douteux, décrocheuse et enceinte.
5. Un architecte homosexuel.
6. Une femme médecin de 36 ans, incapable d'avoir des enfants.
7. Une étudiante au collège.
8. Un étudiant en droit de 26 ans.
9. L'épouse de l'étudiant en droit, âgée de 25 ans, qui a passé les neuf derniers mois dans un hôpital psychiatrique et qui prend encore énormément de sédatifs. Ils refusent d'être séparés.
10. Une starlette qui rêve de Hollywood (chanteuse, danseuse).



DOCUMENT N° 22

EXERCICE – TÂCHES LIÉES AUX CONSEILS EN MATIÈRE D'ENTRETIEN

Indiquez, au moyen d'un crochet, le moment qui convient le mieux (avant, pendant ou après l'emménagement) aux tâches liées aux conseils en matière d'entretien qui sont énumérées ci-dessous.

	Tâche relative aux conseils en matière d'entretien	Avant	Pendant	Après
1.	Inspecter le logement avec le client et préparer un rapport sur l'état du logement.			
2.	Examiner le dossier et déterminer les aspects de la maison que le client risque de ne pas bien connaître (p. ex. pompe de puisard).			
3.	Transmettre au client une copie du plan d'action visant les défauts d'entretien et de réparation s'il ne l'a pas fait le jour de la visite.			
4.	Montrer comment fonctionne le système de chauffage et de ventilation et inviter le client à faire lui-même fonctionner les appareils en votre présence.			
5.	Préciser l'équipement qu'il faut au client pour entretenir la maison (p. ex. tondeuse à gazon).			
6.	Revoir avec le client le rapport sur l'état du logement rédigé au moment de l'emménagement.			
7.	Revoir avec le client le bail ou les lignes de conduite visant les dommages.			
8.	Établir au besoin un programme de suivi des problèmes liés à l'entretien et aux réparations.			
9.	Relever tous les problèmes relatifs à l'entretien du logement et discuter des constatations avec le client.			
10.	Si la maison est neuve, expliquer au client à quoi il peut s'attendre au fur et à mesure que la maison s'assoit (p. ex. soulèvement des clous).			
11.	Remplir les cartes de garantie et dire au client de conserver les livrets d'instructions dans un endroit pratique.			
12.	Fournir au client un calendrier d'entretien et le passer en revue avec lui.			
13.	Revoir les responsabilités du client en matière d'entretien et de réparations.			
14.	Fournir au client toutes les sources d'information disponibles sur l'entretien et les réparations.			
15.	Établir avec le client un plan d'action en cas de défaut d'entretien ou de réparation.			
16.	Vérifier que le client comprend le fonctionnement de l'équipement mécanique.			



DOCUMENT N° 23

ÉTUDES DE CAS RELATIVES AUX CONSEILS EN MATIÈRE D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATIONS

But

Donner aux participants l'occasion de reconnaître les obstacles à la prestation de conseils, de mettre en pratique les techniques de counselling et d'établir des plans d'action.

Objectif

À l'intérieur de la période allouée, vous devez établir un plan d'action convenable à utiliser à l'occasion d'une entrevue-conseil.

Directives aux participants

1. Déterminez qui prendra des notes et qui présentera le plan d'action.
2. Prenez connaissance de l'étude de cas.
Durée : 5 minutes
3. Faites l'exercice.
4. Notez sur le tableau-papier les obstacles auxquels vous devez faire face et le plan d'action que vous suivrez pour résoudre le problème.
Durée : 20 minutes
5. Une fois le plan d'action prêt, présentez-le à l'ensemble du groupe.



DOCUMENT N° 24

CONSEILS EN MATIÈRE D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATIONS – ÉTUDE DE CAS N° 1

Une nouvelle locataire vous a téléphoné, se plaignant de ne pouvoir ouvrir ses fenêtres car elles sont gelées. Elle a brisé les manivelles de certaines fenêtres qu'elle essayait d'ouvrir. La locataire vous a aussi indiqué qu'il y a de la moisissure dans les coins des trois chambres à coucher et que les contre-portes à moustiquaire en acier ont aussi quelques fois été gelées au point d'être impossibles à ouvrir, l'empêchant de sortir de la maison!

Vous avez organisé une rencontre chez la cliente afin de discuter avec elle d'une solution (vous avez bien l'impression qu'il s'agit d'un problème de condensation!). D'après le dossier, la cliente a deux jeunes enfants. Le logement est muni d'un échangeur de chaleur air-air.

En guise de préparation à votre rencontre avec la cliente, vous devez préciser les problèmes à aborder et proposer un plan d'action.



DOCUMENT N° 25

CONSEILS EN MATIÈRE D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATIONS – ÉTUDE DE CAS N° 2

Vous inspectez le logement au moment de l'emménagement d'un locataire. Vous savez que le logement qu'occupait antérieurement le locataire n'avait pas l'eau courante et que la maison était chauffée à l'électricité.

Le nouveau logement a un système de chauffage alimenté au gaz propane et un système de plomberie complet.

Le client a très hâte de prendre possession de la maison mais ne sait peut-être pas très bien comment faire fonctionner les différents systèmes de la maison, ni comment les entretenir.



DOCUMENT N° 26

CONSEILS EN MATIÈRE D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATIONS – ÉTUDE DE CAS N° 3

Roland Gravel vous appelle. Il vous dit qu'encore une fois sa maison a besoin de travaux de réparation. Il vous explique que la poignée de la porte avant est brisée, probablement parce que celui qui l'a réparée la dernière fois ne l'a pas fait comme il faut, et que le revêtement de sol de la cuisine doit être remplacé. Il vous indique aussi qu'il faut changer le filtre du système de chauffage car il faudra bientôt chauffer. Il vous rappelle que la personne qui a fait l'entretien du système de chauffage a laissé un paquet de filtres au sous-sol, de sorte que vous n'aurez pas besoin d'en apporter quand vous viendrez.

Un examen rapide du dossier vous indique que la maison a dix ans et que le client y vit depuis environ trois ans. À quatre occasions, la bande a fait faire des réparations mineures. Le coût moyen des réparations était d'environ 250 \$ (matériel et main-d'oeuvre). Le personnel du logement et vous-même devez consacrer beaucoup de temps à répondre à ces demandes de travaux mineurs d'entretien et de réparation.

En guise de préparation à votre rencontre avec le client, vous devez préciser les obstacles ou les problèmes à résoudre et proposer un plan d'action.



DOCUMENT N° 27

CONSEILS EN MATIÈRE D'ENTRETIEN ET DE RÉPARATIONS – ÉTUDE DE CAS N° 4

Joseph Therrien vient vous voir. Il dit que sa maison est surpeuplée et qu'elle doit être agrandie parce qu'il a besoin d'au moins deux autres chambres à coucher. En ce moment, la maison abrite neuf personnes, dont six sont des enfants de moins de 16 ans. La maison compte trois chambres et un sous-sol complet qui n'a pas été aménagé.

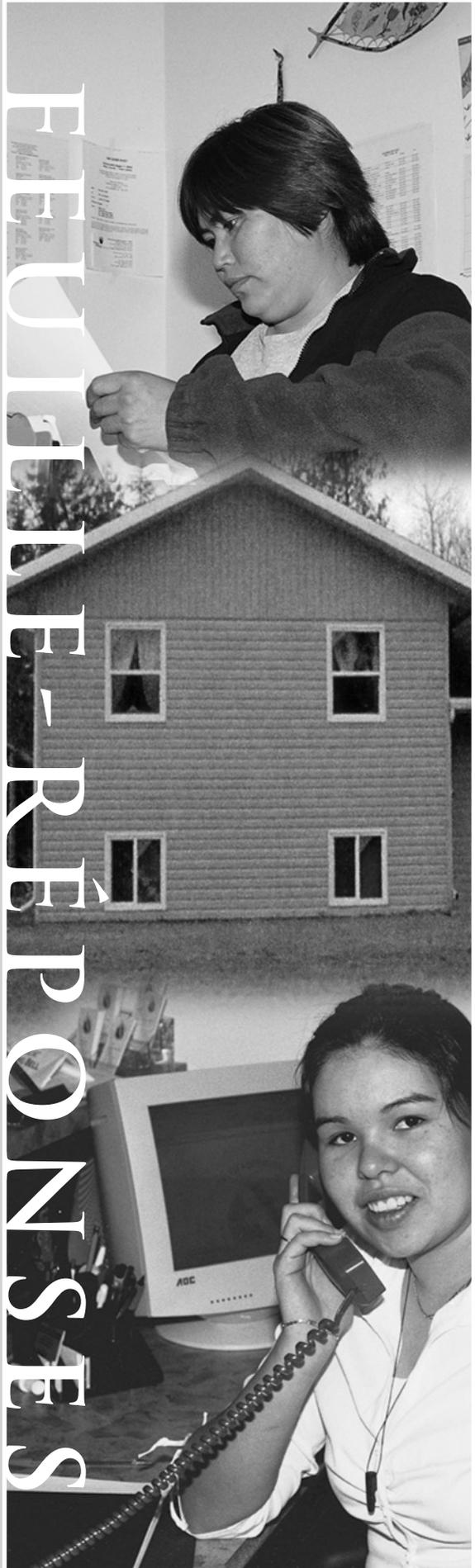
Vous lui dites, encore une fois, que la bande n'a pas l'argent qu'il faut pour agrandir la maison. Joseph considère qu'il peut faire tout le travail lui-même, mais vous savez qu'il n'a pas les compétences nécessaires pour le faire.

Il veut que la bande achète le matériel nécessaire; il fera tout le travail lui-même, gratuitement. De cette façon, ce serait moins coûteux. Vous savez que la maison de Joseph est vraiment surpeuplée et qu'un ajout constituerait la meilleure solution, mais vous ne le croyez pas capable de bien faire le travail.

Vous devez préciser les obstacles et les problèmes à résoudre, et proposer un plan d'action.

ANNEXE C

FAMILY-RESPONSES



QUESTIONNAIRE — FEUILLE -RÉPONSES

notes

1. **Faux** – La visite peut avoir lieu n'importe où, à condition que le conseiller et le client puissent discuter de la situation. L'environnement importe plus que le lieu. Les distractions doivent en être absentes, et la confidentialité doit y être assurée.
2. **Vrai** – Recourez aux questions fermées pour restreindre la quantité d'information. Si votre client est bavard et a tendance à s'éloigner du sujet, les questions fermées l'aideront à se concentrer et vous aideront à recueillir l'information voulue.
3. **Faux** – La formation améliore vos compétences et vos connaissances en matière de counselling, mais ne fait pas nécessairement de vous le meilleur conseiller. Un bon conseiller est aussi véritablement intéressé à ses clients et est déterminé à les aider.
4. **Faux** – C'est la situation qui dicte le besoin d'une entente écrite. Par exemple, une entente verbale suffira probablement avec un client qui n'avait auparavant jamais manqué un paiement. Cependant, il faut envisager sérieusement l'entente écrite avec un client qui a souvent manqué à ses obligations de paiement.
5. **Faux** – Tout le monde peut profiter d'un plan de dépenses, mais le programme ne l'exige habituellement pas. Les conseillers à la clientèle doivent encourager le recours au plan de dépenses et peuvent trouver utile de fournir cette information aux clients avant l'emménagement et par la suite.
6. **Vrai** – La personne qui écoute activement démontre son intérêt pour son interlocuteur par ses contacts visuels, son langage corporel et ses gestes. Le conseiller doit toujours pratiquer l'écoute active pour aider ses clients à résoudre leurs problèmes. Rappelez-vous que la communication non verbale en dit plus long que les mots.
7. **Vrai** – En tant que conseiller, votre travail est d'écouter et d'aider le client à trouver des options ou des solutions à son problème. Ne dites jamais quoi faire au client, même s'il vous le demande. Suggérez des solutions possibles, mais rappelez-vous qu'il doit prendre la décision finale.
8. **Faux** – Il est plus rapide et moins coûteux de prodiguer des conseils au téléphone, et cette méthode convient à la résolution de problèmes mineurs qui ne requièrent pas de visite à domicile. Cependant, efforcez-vous de visiter tous vos clients régulièrement.