

## REMISE EN QUESTION PAR LES COMMUNICATEURS DE LA COMPRÉHENSION DES CLIENTS\*

### AUTEUR

Commission administrative des régimes de retraite et d'assurances (CARRA)

[www.carra.gouv.qc.ca](http://www.carra.gouv.qc.ca)

### DATE D'IMPLANTATION

Été 2000

### DESCRIPTION SOMMAIRE

En 1999, les rédacteurs-réviseurs du Service des communications ont évalué de fond en comble les quelque 20 lettres types les plus souvent envoyées aux clients. Cet exercice visait non seulement à améliorer la qualité de la langue – ce qui avait été fait et se poursuivait –, mais aussi à revoir toutes les communications, incluant les publications de masse, en ayant à l'esprit la compréhension de la moyenne des lecteurs visés. Les éléments à réviser incluaient le niveau des termes utilisés, la longueur des phrases et la pertinence de tous les messages que la CARRA émet habituellement.

À la suite de ce questionnement, des orientations concrètes ont été dégagées et diffusées au personnel sous la forme d'aide-mémoire pour la rédaction, la saisie et la révision des lettres.

### PRINCIPAUX INTERVENANTS

Les rédacteurs-réviseurs du Service des communications et les agents d'information en contact direct avec les clients.

### RÉSULTATS OBTENUS

Ce questionnement a permis une prise de conscience fondamentale du niveau de la langue utilisée dans les communications de la CARRA, ainsi que de la nécessité de le modifier pour qu'il corresponde au niveau d'alphabétisme moyen et aux besoins d'information précis des clients.

### ACTIVITÉS/COÛTS

Sensibilisation – sans frais.

Séances de révision et de remue-méninges – 80 jours/personnes.

### AVANTAGES

Cette activité a permis une prise de conscience chez les professionnels des communications en premier. Elle leur a aussi permis d'accroître leur compréhension du problème. Cela a amené une adhésion graduelle et le développement d'une vision commune. De plus, les communicateurs ont eu à revoir leurs façons de faire avant de poser un jugement sur les communications des autres directions.

## **INCONVÉNIENTS**

Cette démarche est très lourde, exige du temps et elle est difficile pour l'équipe des communicateurs.

## **FACTEURS DE SUCCÈS**

Les communicateurs qui se remettent en question devant des textes qu'ils ont déjà révisés doivent faire preuve d'ouverture, d'humilité et du désir de s'améliorer. Le gestionnaire qui déclenche cette démarche a pour sa part besoin de courage, de ténacité, de vision, de capacité d'écoute et de consultation, ainsi que de diplomatie pour mener à bien le questionnement.

## **MISES EN GARDE**

Lors de ce questionnement en profondeur, le point de vue d'une personne qui ne connaît pas le jargon technique et le contenu est essentiel.

Attention aux réactionnaires et aux personnes qui ont des soucis d'ordre administratif plutôt que le souci du client!

## **POUR INFORMATION**

Contactez le Centre d'expertise des grands organismes :

[info@grandsorganismes.gouv.qc.ca](mailto:info@grandsorganismes.gouv.qc.ca)

*\* Tiré du recueil des exemples de bonnes pratiques au sein des grands organismes, Fiche no 26*