

AMÉLIORER LE SERVICE AUX CLIENTS PRÉSENTANT UN HANDICAP



LA BANQUE, ACCESSIBLE À TOUS



BNP PARIBAS

FORTIS

La banque
d'un monde
qui change

**AMÉLIORER LE SERVICE AUX CLIENTS
PRÉSENTANT UN HANDICAP**

Version 1 - juin 2016

LA BANQUE ACCESSIBLE À TOUS

L'expérience de BNP Paribas Fortis

En recevant le prix « Disability Matters », nous avons compris l'importance de rassembler nos connaissances et nos expériences afin de les partager avec tous ceux que cela pourrait intéresser.

En 2016, Springboard Consulting a décerné à BNP Paribas Fortis le prix européen « Disability Matters » pour son programme « La banque, aussi pour les clients ayant des besoins spécifiques ». BNP Paribas Fortis est la première entreprise belge à recevoir ce prix.

Cette reconnaissance est la raison pour laquelle nous avons décidé de rassembler les connaissances et l'expérience que nous avons acquises dans le domaine de l'accessibilité aux personnes présentant un handicap physique dans un document clair et concis. En ce moment, nous préparons également des informations sur l'organisation du service aux personnes présentant un handicap mental.

Nous souhaitons, par ce biais, permettre aux autres entreprises et organisations de comprendre notre programme « La banque, aussi pour les clients ayant des besoins spécifiques ». Nous vous invitons également à nous transmettre vos suggestions. Ce n'est pas parce que notre entreprise a reçu un prix que nous ne pouvons pas nous améliorer. C'est pourquoi toutes les suggestions sont les bienvenues.

Le prix « Disability Matters » est une reconnaissance de l'implication et de l'engagement de nombreux collaborateurs et clients de BNP Paribas Fortis, mais aussi des nombreuses organisations qui nous ont soutenus. Nous souhaitons d'ailleurs remercier les organisations suivantes: Aghosa, Altéo, Fevlado (Federatie van Vlaamse Doven en Slechthorenden), Inclusie Vlaanderen vzw, Brailleliga/ligue Braille, Passe Muraille, L'Association Socialiste de la Personne Handicapée, Blindenzorg Licht en Liefde, Fédération Francophone des Sourds de Belgique, Fondation I See, KVG- Groep, Les Amis Des Aveugles, Alzheimerliga, ONA, Passe le message à ton voisin, Seniorflex Slechtzienden en Blindenplatform Vlaanderen – SBPV, Tolbo, Unia et De Vlaamse Ouderenraad.

Bonne lecture et n'hésitez pas à nous contacter !

Pascal De Grootte

Customer Experience Manager

customer.satisfaction@bnpparibasfortis.com

POURQUOI CE PROGRAMME ?

RENFORCER L'IMAGE DE MARQUE D'UNE BANQUE SOCIALEMENT ENGAGÉE.



AMÉLIORER LA SATISFACTION DE TOUS NOS CLIENTS, PAS UNIQUEMENT DE CEUX PRÉSENTANT UN HANDICAP.



CRÉER DES OPPORTUNITÉS COMMERCIALES AVEC LE GROUPE CIBLE ET SON ENVIRONNEMENT.



RÉPONDRE À L'ENGAGEMENT DE DIVERSITÉ DE LA BANQUE.



RENFORCER LE RENDEMENT DE NOS INVESTISSEMENTS DÉJÀ RÉALISÉS EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ EN COORDONNANT ET COMMUNIQUANT LES SOLUTIONS EXISTANTES.



RESPECTER LES LOIS ANTI-DISCRIMINATION.

COMMENT AVONS-NOUS LANCÉ CE PROGRAMME ?

CONSTAT

Notre programme « La banque, aussi pour les clients ayant des besoins spécifiques » a débuté en septembre 2014. Avant cela, plusieurs initiatives avaient déjà été prises en faveur de l'accessibilité. Le distributeur de billets avec assistance vocale a ainsi vu le jour en 2010, nous tenons également compte depuis 2010 de l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite lors de la construction ou la transformation de nos agences. Et ce ne sont là que quelques exemples !

Nous avons cependant constaté ce qui suit :

- aucune coordination entre les différentes initiatives ;
- ce sont des initiatives inconnues de nos collaborateurs qui sont directement en contact avec nos clients ;
- ce sont des initiatives inconnues des clients eux-mêmes ;
- trop peu de sensibilisation auprès de nos collaborateurs, tant ceux qui sont directement en contact avec le client que ceux qui élaborent des procédures, développent des services, etc.

DÉFINIR LE GROUPE CIBLE

Par le biais de ce programme, nous nous adressons :

- aux clients présentant un handicap, qui éprouvent des difficultés à effectuer leurs opérations bancaires de façon autonome ou qui en sont incapables ;
- aux clients plus âgés confrontés à des handicaps liés à la vieillesse (souvent sans accès numérique) ;
- aux clients souffrant d'une maladie chronique ;
- à leurs aidants.

FIXER UNE MISSION

Le département Customer Satisfaction a donc décidé de s'attaquer à ce problème. La mission du programme est la suivante :

Nous voulons permettre, dans la mesure du possible, à nos clients présentant un handicap d'effectuer leurs opérations bancaires de la façon la plus autonome et conviviale possible. Évidemment, le coût et la faisabilité technique jouent un rôle à cet égard. Tout n'est pas possible mais, quoi qu'il en soit, le mot clé reste « autonomie ».

Nous voulons permettre à nos clients souffrant d'un handicap de réaliser leurs opérations bancaires avec un maximum d'autonomie et de convivialité.

UNE APPROCHE EN 4 TEMPS

PHASE 1 : ÉCOUTE

Il est primordial de savoir ce que désirent les clients présentant un handicap. Pour comprendre cela le mieux possible, nous avons écouté :

- Les organisations qui représentent les personnes présentant un handicap et les personnes âgées
 - octobre 2014 : conférence avec les associations francophones
 - novembre 2014 : conférence avec les associations néerlandophones
- Les collègues présentant un handicap, donc des experts au sein de l'entreprise
 - bilatéralement
 - input lors des conférences
- Les suggestions et expériences de collègues qui ont des contacts avec les clients
 - sessions de brainstorming internes
 - boîte à suggestions

PHASE 2 : ANALYSE

L'analyse a débuté en décembre 2014 et comprenait les étapes suivantes :

- Rassembler et trier toutes les suggestions des différentes sources (170 suggestions individuelles)
- Classer chaque suggestion dans un stream distinct :
 - lié à la communication
 - lié aux collaborateurs en contact avec les clients (principalement des agences)
 - lié à l'agence
 - liée au distributeur automatique
 - lié aux canaux digitaux
 - lié aux aspects juridiques
 - suggestions générales
- Un groupe de travail a été composé pour chaque stream

PHASE 3 : ÉLABORATION

Chaque groupe de travail a étudié la faisabilité, a établi des priorités et a élaboré des solutions. Chaque groupe de travail est régulièrement réuni pour suivre les progrès réalisés.

PHASE 4 : FEED-BACK

Nous avons informé nos stakeholders externes ainsi que les associations qui représentent les personnes présentant un handicap et les personnes âgées des progrès que nous avons réalisés sur la base des suggestions et des remarques reçues. Nous en avons également profité pour indiquer les recommandations que nous n'avons pas retenues.

Le 18 mars 2016, nous avons organisé notre première séance de feed-back. Nous avons évidemment pu récolter plusieurs nouvelles suggestions au cours de cette rencontre.

Outre les solutions concrètes, la communication autour du programme est également primordiale, tant en interne qu'en externe. En interne, nous nous concentrons sur la sensibilisation aux besoins des clients présentant un handicap moteur.

Pour offrir un meilleur service à nos collaborateurs et à nos clients, nous avons mis en place un helpdesk chargé de répondre aux questions des clients ayant des besoins spécifiques.

Nous avons également créé un corner intranet spécifique pour que nos collaborateurs puissent avoir facilement accès aux informations sur le programme.

Vous trouverez ci-dessous la description de certaines de nos solutions. Regardez également la [vidéo](#) suivante.

Il est très important de comprendre ce que souhaitent les clients présentant un handicap.



**POURQUOI EST-IL IMPORTANT DE PRENDRE EN CONSIDÉRATION
LES PERSONNES PRÉSENTANT UN HANDICAP ?**

BNP Paribas Fortis se veut accessible à tous, donc également aux clients présentant un handicap. Il s'agit d'ailleurs d'un groupe cible important, car 15 % de la population belge souffrent d'un handicap. L'importance que nous accordons à l'accessibilité de ce groupe cible nous permet également de toucher d'autres personnes:

- nous touchons également les clients qui subissent un inconfort passager, un client dans le plâtre suite à un accident de ski, par exemple;
- nous touchons aussi les clients présentant un handicap plus léger, comme les daltoniens, en prêtant attention aux contrastes et combinaisons de couleurs;
- en tenant compte de l'accessibilité, nous améliorons la facilité d'utilisation de nos services pour tous les clients, notamment pour les parents avec une poussette.

Et enfin, nous améliorons la satisfaction générale des clients non seulement auprès du groupe cible, mais également auprès de leurs aidants et proches.

SOLUTIONS

pour améliorer l'accessibilité
de nos agences

OÙ TROUVER LES AGENCES AGRÉÉES ?
Vous retrouverez les agences
accessibles agréées sur
[www.bnpparibasfortis.be/
agencesaccessibles](http://www.bnpparibasfortis.be/agencesaccessibles)

QUEL OBJECTIF SOUHAITONS-NOUS ATTEINDRE ?

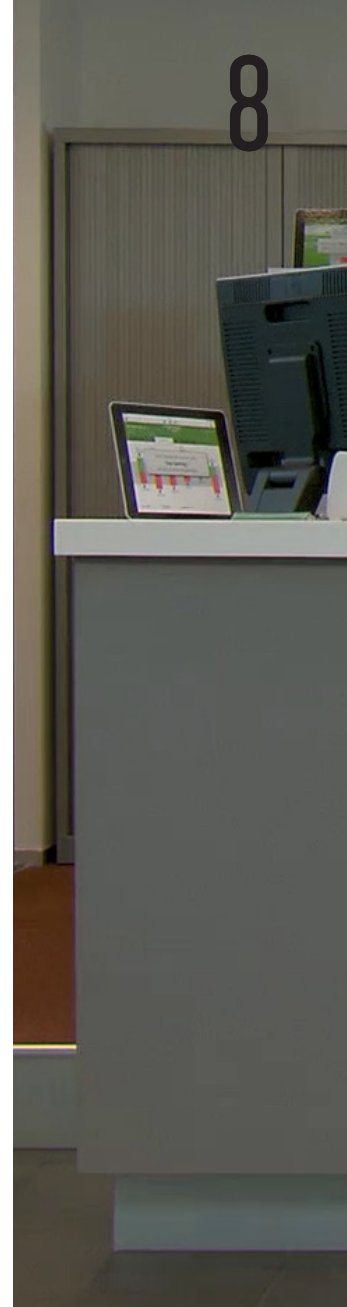
L'objectif est de parvenir à un réseau national d'agences accessibles, de sorte que tout le monde puisse trouver une agence accessible à une distance raisonnable. Nous distinguons plusieurs types d'agences accessibles :

- accessible: agence qui répond à toutes les exigences;
- accessible 9/16: agence accessible entre 9 et 16 heures (p. ex. avec une entrée accessible à l'arrière). Il s'agit d'exceptions car il n'existe que 5 agences de ce type;
- accessible P-: agence accessible mais dont le parking n'est pas accessible. Il s'agit d'exceptions car il n'existe que 5 agences de ce type;

COMMENT PROCÉDER ?

L'accessibilité des agences est étudiée sur la base des critères suivants:

- notre cahier des normes d'accessibilité (une sorte de cahier des charges interne reprenant toutes les règles que nous devons respecter au sein de la banque);
- l'avis du bureau d'études [Plain-Pied](#): chaque projet est examiné dès la phase de conception avec ce bureau indépendant, spécialisé dans les problématiques d'accessibilité et corrigé si nécessaire;
- un avis est également donné pour la conception de nouveau mobilier;
- après les travaux, nous demandons à Plain-Pied d'effectuer une visite sur place afin d'examiner le travail accompli;





- en cas d'avis positif, Plain-Pied nous délivre une fiche d'accessibilité pour l'agence;

Notre politique d'accessibilité est basée sur la méthode S.E.C.U.E. (abréviation de « Stationner », « Entrer », « Circuler », « Utiliser » et « Évacuer »).

Les agences qui ne disposent pas de la reconnaissance d'accessibilité de Plain-Pied ne sont pas pour autant inaccessibles aux personnes à mobilité réduite. Il se peut tout simplement que l'agence n'ait, par exemple, pas encore été évaluée ou n'ait pas répondu entièrement à toutes les règles. Elle n'en reste cependant pas moins relativement accessible.



MÉTHODE S.E.C.U.E

NOTRE POLITIQUE D'ACCESSIBILITÉ EST
BASÉE SUR LA MÉTHODE S.E.C.U.E.

S - Stationner: je dois pouvoir me déplacer jusqu'au bâtiment, le reconnaître et y trouver une place de stationnement;

E - Entrer: je dois pouvoir trouver l'entrée et entrer dans le bâtiment;

C - Circuler: je dois pouvoir circuler à l'intérieur du bâtiment;

U - Utiliser: je dois pouvoir utiliser toutes les fonctions présentes dans le bâtiment;

E - Évacuation: je dois pouvoir sortir du bâtiment en cas de danger.



1. STATIONNER

Si la banque dispose de son propre parking avec au minimum 4 emplacements de parking, un emplacement doit être réservé aux personnes à mobilité réduite.



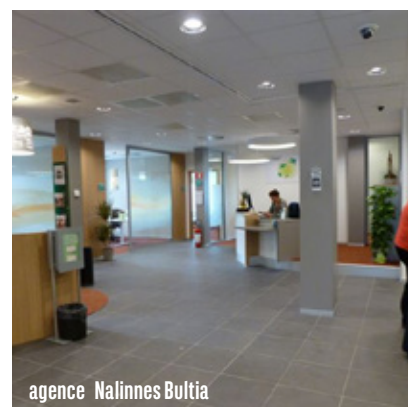
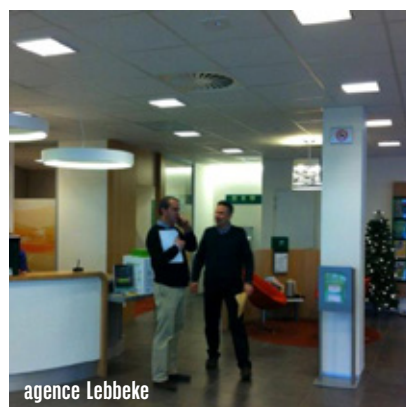
2. ENTRER

Installation de rampes d'accès, de portes d'entrée automatiques ou adaptées, de portes coulissantes automatiques, etc.



3. CIRCULER

Une circulation plus simple dans l'agence grâce au nouveau concept d'« agence ouverte ».



4. UTILISER

Pour pouvoir parler d'une agence accessible, les 4 fonctions de base suivantes doivent être accessibles aux personnes à mobilité réduite: selfbank, accueil, espaces conseils fermés et ouverts si disponibles. Les coffres ne font, par exemple, plus partie des fonctions de base de l'agence et, dans la plupart des cas, ils ne sont pas accessibles aux personnes en fauteuil roulant.

Selfbank:

Le bas des panneaux de discrétion se situe à 85 cm du sol, ce qui

permet à une personne en fauteuil roulant de s'y glisser facilement.

Accueil:

Selon la disposition des lieux, l'accueil est arrondi ou droit (exceptionnellement, uniquement faute de place).

L'accueil est équipé d'une tablette abaissée qui permet à une personne en fauteuil roulant de signer facilement un document. Le bas de la tablette se situe à minimum 75 cm et le haut à minimum 80 cm du sol.

Espaces conseils ouverts et fermés:

Chaque agence accessible doit compter au minimum un espace conseil fermé accessible et, si disponible, au moins un espace conseil ouvert ...

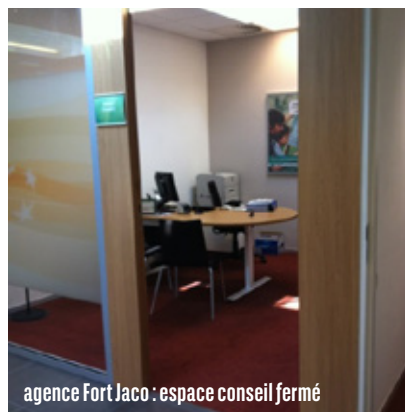
Cela signifie: un couloir d'accès suffisamment large (minimum 90 cm pour les nouvelles parois, minimum 85 cm pour une configuration existante) et un rayon de braquage à l'intérieur de l'espace conseil de 150 cm.



agence Uccle-Centre



agence Antwerpen Haven : nouvel accueil avec tablette abaissée



agence Fort Jaco : espace conseil fermé



agence Temse



agence Oostende Kapellestraat : le guichet d'accueil existant a été équipé d'une tablette abaissée avec un bord supérieur placé à 80 cm du sol.



agence Lebbeke : espace conseil ouvert



agence Oostende Kapellestraat : les panneaux de discrétion existants ont été raccourcis

5. AGENCES ÉGALEMENT ACCESSIBLES AU PERSONNEL PRÉSENTANT UN HANDICAP

Les collègues présentant un handicap ont accès à tous nos bâtiments du siège, mais nous travaillons actuellement sur l'accessibilité d'au moins une agence par région aux collègues présentant un handicap.

Cette agence doit répondre à toutes les exigences d'une agence accessible ainsi qu'à plusieurs exigences supplémentaires :

- accueil accessible
- réfectoire accessible
- toilettes adaptées
- badging et photocopieuse accessibles
- parking supplémentaire pour les personnes à mobilité réduite (si possible)



agence Oostende Kapellestraat : le collègue en fauteuil roulant a accès à l'accueil grâce au placement d'une rampe



agence Oostende Kapellestraat : la photocopieuse a été déplacée afin d'être facilement accessible au collègue en fauteuil roulant

6. CONTRAINTES PRATIQUES AUXQUELLES NOUS SOMMES CONFRONTÉS

Toutes les agences ne peuvent être rendues accessibles, en raison de divers facteurs (contraintes architecturales et/ou géographiques, restrictions communales, etc.). Nous sommes souvent confrontés aux difficultés ou contraintes suivantes :

■ Contraintes architecturales : certains de nos bâtiments sont anciens et il faut tenir compte des rebords de fenêtres, des couloirs et des portes étroite(s), des murs porteurs... Il n'est pas toujours possible de les adapter.

■ Contraintes géographiques : l'environnement n'est parfois pas adapté et l'accès à l'agence pose problème : rue escarpée, trottoir trop étroit, etc.

■ Politique communale : la collaboration de la commune nous pose parfois problème, par exemple concernant l'occupation du domaine public.

La pose d'un seuil rétractable, une solution appliquée en France, a ainsi été refusée



Toutes les agences ne peuvent pas être rendues accessibles.

INTERPRÈTE EN LANGUE DES SIGNES À DISTANCE

DE QUOI S'AGIT-IL ?

L'application «Interprète en langue des signes à distance» permet aux utilisateurs sourds de communiquer grâce à la vidéo avec des personnes par téléphone qui ne sont pas malentendantes. Le signal vidéo de l'utilisateur sourd est transmis à un interprète en langue des signes qui ne se trouve pas physiquement à proximité ni de la personne sourde, ni de la personne entendante. L'interprète traduit oralement les gestes de l'utilisateur sourd à son interlocuteur au téléphone, et inversement.

PENDANT L'ENTRETIEN CONSEIL À L'AGENCE

Les clients sourds disposant de ce type d'application sur leur ordinateur portable, tablette ou smartphone peuvent les utiliser lors d'un entretien de conseil en se connectant gratuitement au réseau wifi de l'agence et en lançant l'application. Le conseiller transmet son numéro de téléphone au client sourd et l'interprète en langue des signes contacte le conseiller par téléphone.

VIDÉO AVEC EXPLICATION EN LANGUE DES SIGNES

Vous pouvez informer votre client sourd de l'existence de cette application en lui montrant la petite vidéo suivante en langue des signes ([Lien Youtube](#))

POUR QUI ?

Pour les clients sourds ayant accès à l'application «Interprète en langue des signes à distance». Ces clients doivent s'inscrire au :

■ CAB Afstandstolken

<http://www.cabvlaanderen.be/afstandstolken>

(service néerlandophone)

■ CENTRE RELAIS VISIOPHONIE

<http://www.relais-signes.be/>

(service francophone)

CONSEIL

La connexion vidéo requiert une connexion Internet performante. Voilà pourquoi nous vous conseillons de mener votre entretien dans un endroit où le signal wifi est puissant.



PHONE BANKING

Phone banking,
composez le
02 762 60 00

DE QUOI S'AGIT-IL ?

De la partie self-service permettant aux clients de réaliser les opérations suivantes 24h/24 et 7j/7 en appuyant sur les touches du téléphone :

- consultation de leur solde
- encodage de virements
- prise de contact téléphonique avec un conseiller de l'Easy banking centre

Numéro de téléphone : 02 762 20 00

POUR QUI ?

La Banque propose cette application, entre autres, aux clients qui n'ont pas accès aux outils digitaux, comme certaines personnes âgées.

ADAPTATION

L'expérience montre que de nombreux utilisateurs, en raison de leur âge par exemple, ont besoin de plus de temps pour introduire un numéro de compte ou un numéro de client. Voilà pourquoi il a été décidé de prévoir un temps d'encodage plus long.





Accueillir des personnes handicapées

INFOS ET CONSEILS PRATIQUES

Quelques règles pratiques générales pour communiquer facilement avec les personnes présentant un handicap:

- vaincre la timidité et mettre la méfiance et la pitié de côté ;
- adopter une attitude ouverte et spontanée;
- faire preuve de respect;
- si votre client est accompagné, s'adresser au client et non à son accompagnateur;
- demander au client comment nous pouvons l'aider au mieux et lui dire qu'il ne doit pas hésiter à demander de l'aide en cas de besoin.

En Belgique,
une personne sur 8
souffre de troubles de l'audition

TROUBLE DE L'AUDITION

Il devient de plus en plus fréquent de souffrir d'un trouble de l'audition : une personne sur 5 âgée de 40 à 60 ans souffre déjà d'une perte de l'audition. Chez les personnes âgées, ce phénomène est bien plus courant. En outre, de plus en plus de jeunes sont également confrontés à une perte de l'audition. À l'heure actuelle, on estime qu'un Belge sur 8 souffre de problèmes d'audition.

Ce handicap n'est pas toujours perceptible ou visible. De plus, un certain nombre de personnes sont honteuses de souffrir de ce handicap

ou peuvent se trouver encore en phase de déni.

Personnes malentendantes

De nombreuses personnes malentendantes utilisent un appareil auditif ou un implant cochléaire. Ces appareils les aident à communiquer mais, dans la plupart des cas, c'est moins facile que pour les personnes qui entendent normalement. Un certain nombre de personnes ne possèdent pas d'appareil auditif et tentent de se débrouiller sans appareil. Le phénomène de perte de l'audition chez les personnes malentendantes peut être très différent et dépend de la fréquence à laquelle il se manifeste.

Conseils pour communiquer avec des personnes malentendantes

- Prévoyez un espace conseil n'étant pas trop exposé au bruit.
- Ne criez pas mais articulez distinctement (sans exagérer).
- Utilisez des phrases courtes et des mots simples. Évitez les termes anglais.
- Ne parlez pas trop vite.
- Assurez-vous que la personne vous a compris et, s'il le faut, répétez votre message patiemment en choisissant d'autres termes.
- N'hésitez pas à demander au client malentendant ce que vous pouvez faire pour améliorer la communication
- Un schéma ou un dessin peut s'avérer très fort utile.

Personnes sourdes

Ce n'est pas parce qu'une personne est sourde qu'elle est idiote. Les personnes sourdes sont capables d'exprimer des sons et, parfois, de parler. Elles utilisent la langue des signes pour communiquer mais sont aussi souvent capables de lire sur les lèvres.

Pour une grande partie d'entre elles, principalement celles qui sont sourdes de naissance, la langue écrite constitue une langue étrangère. En effet, l'écrit est une expression phonétique de ce qui est dit. Par conséquent, la communication écrite ne se déroule pas toujours de façon optimale avec ces personnes.

Proposez à votre client d'avoir éventuellement recours à un interprète en langue des signes à distance.

Conseils pour communiquer avec des clients sourds

- N'hésitez pas à demander au client sourd ce que vous pouvez faire pour améliorer la communication: utiliser l'écrit, des gestes, lire sur les lèvres, etc.
- Proposez à votre client d'avoir éventuellement recours à un interprète en langue des signes à distance. Il peut se connecter au réseau wifi de l'agence avec sa tablette ou son smartphone sur laquelle/lequel est installée l'application. Vous pouvez à cet égard diffuser la [courte vidéo](#) en langue des signes.
- Pour favoriser la lecture sur les lèvres:
 - Assurez-vous que la personne vous regarde.
 - Installez-vous l'un en face de l'autre dans un environnement calme et éclairé.
 - Ne criez pas mais articulez distinctement (sans exagérer).

- Parlez lentement.
- Utilisez des phrases courtes et des mots simples. Évitez les termes anglais.
- Les noms, adresses et nombres sont difficiles à « deviner ». Écrivez-les..
- Assurez-vous que la personne vous a compris et, s'il le faut, répétez votre message patiemment en choisissant d'autres termes.
- Attirez l'attention de la personne sourde à qui vous vous adressez. Par exemple, touchez son bras.
- N'approchez pas une personne sourde par derrière, elle pourrait se sentir menacée.
- Une personne sourde éprouve des difficultés à évaluer le ton de sa voix par rapport au volume sonore environnant. Demandez-lui de parler plus fort ou moins fort lorsque c'est nécessaire.



En Belgique,
1 personne sur 100
souffre de troubles
graves de la vue

TROUBLES DE LA VUE

Le fait d'avoir des troubles de la vue est souvent considéré comme un problème susceptible d'être résolu à l'aide de lunettes. Or, ce n'est pas toujours le cas : il existe de nombreuses affections visuelles auxquelles il n'est pas possible de remédier avec une paire de lunettes.

Ainsi, certaines personnes ont encore une vision centrale presque parfaite mais n'ont aucune vision périphérique. Elles peuvent donc encore lire facilement mais éprouvent des difficultés à se déplacer car elles ont l'impression de regarder à travers un tuyau. Chez d'autres personnes, le problème est inversé. Elles ont moins de difficultés pour se déplacer mais ne peuvent plus lire. Voir peu ou pas du tout dans l'obscurité ou par une lumière trop forte, être moins sensible au contraste et/ou aux perceptions des couleurs constituent des exemples de problèmes de vue.

Les personnes malvoyantes éprouvant des difficultés à se déplacer utiliseront fréquemment une canne blanche. Mais toutes les personnes utilisant une canne blanche ne sont pas forcément aveugles.

Conseils pour communiquer avec des clients malvoyants ou aveugles

- Présentez-vous.
- Si nécessaire, proposez spontanément votre coude ou votre épaule pour que le client puisse vous suivre facilement et éviter les obstacles tels que les portes et les escaliers.
- Souvent, les schémas, les graphiques et autres moyens de support visuels ne peuvent pas être utilisés avec un client souffrant d'un trouble de la vue. Par conséquent, vous devrez tout expliquer.
- Expliquez ce que vous êtes en train de faire, par exemple lorsque vous quittez l'espace conseil.
- Signalez, par l'exemple, l'endroit où vous avez posé la tasse de café ou demandez à la personne si elle souhaite que vous lui indiquiez où se trouve la tasse.

- Donnez une réponse verbale à ses questions au lieu de hocher la tête.
- Pour aider le client à s'asseoir, placez sa main sur le dossier de la chaise qui lui est destinée.
- Regardez le client lorsque vous vous adressez à lui pour lui permettre de savoir où vous vous trouvez et de mieux vous comprendre.
- Ne parlez pas trop fort à un client aveugle ou malvoyant.



HANDICAP MOTEUR

Nous pouvons faire une distinction entre les personnes souffrant d'un handicap moteur influençant directement leur mobilité et les personnes à mobilité réduite.

Personnes à mobilité réduite

Pensons à cet égard aux personnes en fauteuil roulant, aux personnes se déplaçant avec des béquilles, aux personnes âgées qui marchent difficilement, etc. Ces problèmes de mobilité peuvent être de nature permanente ou temporaire, par exemple: un client dans le plâtre après un accident de ski.

Conseils pour communiquer avec des personnes à mobilité réduite

- Offrez une chaise aux clients qui éprouvent des difficultés à rester debout.
- Dans la mesure du possible, tentez de vous placer à la même hauteur que la personne en fauteuil roulant.
- Ne placez aucun objet (plantes, brochures, etc.) sur un guichet d'accueil rabaissé. Ce guichet doit permettre aux personnes en fauteuil roulant de lire et de signer facilement des documents.
- Gardez les passages libres et ne placez aucun obstacle
- Prévoyez un espace conseil facilement accessible.

PERSONNES ÂGÉES

Notre société vieillit, et nous le constatons évidemment dans notre fichier clients. Beaucoup de clients âgés sont confrontés à un ou plusieurs problème(s) lié(s) à leur âge avancé. Pensons aux personnes ayant un trouble de la vue ou de l'audition, aux personnes qui éprouvent des difficultés à rester debout, etc. Vous trouverez de nombreuses astuces dans les rubriques consacrées aux handicaps moteurs.

TROUBLES DU LANGAGE

Cette forme de handicap peut être interprétée largement, allant du manque de maîtrise de la langue au mutisme (ne pas parler).

Le bégaiement et la dysphasie sont des troubles légers que des exercices orthophoniques peuvent corriger (la dysphasie est un trouble du langage qui a pour origine un trouble cérébral et provoque un grave problème de communication).

L'aphasie est une altération du langage (oral/écrit) acquis antérieurement qui peut avoir pour origine un traumatisme crânien ou une lésion cérébrale, alors qu'auparavant, la personne avait un langage normal.

Conseils pour communiquer

- Laissez au client le temps de parler.
- Évitez de lui couper la parole, de compléter automatiquement ses phrases avant qu'il n'ait fini.
- En cas de difficultés de compréhension: résumez ce que vous avez compris afin que la personne puisse compléter ou confirmer.
- Écrire peut être une bonne option si cela ne blesse pas le client.

Laissez au client
le temps de parler.



PLUS D'INFOS OU DES SUGGESTIONS ?

Vous souhaitez de plus amples détails? Vous aimeriez discuter et partager des connaissances ?

Contactez-nous via customer.satisfaction@bnpparibasfortis.com et nous reviendrons vers vous dans les plus brefs délais.

Sources des conseils pratiques

- Guide des civilités - HR Diversity BNP Paribas Fortis
- Leren.nl (<http://www.leren.nl/cursus/sociale-vaardigheden/bijzondere-mensen/>)
- Guide d'aide à la conception d'un logement adaptable - VERSION 2015 - Auteur: région wallonne
- Guide d'aide à la conception d'un bâtiment accessible - VERSION 2013 - Auteur: réalisation par 5 associations du CAWaB

E.R.: A. Moenaert - BNP Paribas Fortis SA, Montagne du Parc 3, 1000 Bruxelles - RPM Bruxelles - TVA BE 403.199.702

Version 1 | 032827346703 | juin 2016



BNP PARIBAS

FORTIS

La banque
d'un monde
qui change