

STRATÉGIES GAGNANTES

POUR SERVIR LES CLIENTS FRANCOPHONES



1 IDENTIFIER UN OU DES CHAMPIONS/PERSONNES RESSOURCES

Meilleure pratique :

- Identifier une personne en position de leadership comme responsable de la mise en oeuvre de pratiques organisationnelles qui favorisent une culture sensible aux besoins des francophones et qui améliorent l'offre active des services en français (ex : les stratégies gagnantes).

Rôles du/des champion(s) :

- Élaborer un plan d'action pour réaliser la mise en oeuvre des stratégies gagnantes au sein de l'organisation.
- Être conscient de la relation directe entre l'offre active des services de santé en français, la qualité des services et la sécurité des clients.
- Être sensible aux réalités, défis et droits des communautés francophones en situation minoritaire.

Indicateur clé : nombre de champions/personnes ressources

2 FORMER LES MEMBRES DU PERSONNEL SUR L'OFFRE ACTIVE DES SERVICES DE SANTÉ EN FRANÇAIS

Meilleures pratiques :

- Tout le personnel, incluant les membres du conseil d'administration complètent la formationoffreactive.ca en ligne du Réseau du mieux-être francophone du Nord de l'Ontario.
- Intégrer la formationoffreactive.ca aux formations à compléter lors de la période d'orientation des nouveaux employés et membres du conseil d'administration de l'organisme.

Indicateur clé : pourcentage des membres du personnel qui ont complété la formationoffreactive.ca

3 IDENTIFIER LES MEMBRES DU PERSONNEL QUI ONT DES COMPÉTENCES LINGUISTIQUES EN FRANÇAIS

Meilleures pratiques :

- Tous les membres du personnel complètent une auto-évaluation de leurs compétences linguistiques en français.
- Créer et maintenir à jour un répertoire des membres du personnel qui ont des compétences linguistiques en français.
- Tous les membres du personnel qui ont des compétences linguistiques en français portent une identification « Je parle français » sur les lieux de travail.
- Tous les membres du personnel qui ont des compétences linguistiques en français ont une signature électronique bilingue.

Indicateur clé : pourcentage des membres du personnel qui ont des compétences linguistiques en français

4 IDENTIFIER LES CLIENTS FRANCOPHONES

Meilleures pratiques :

- Accueillir, en tout temps, les clients dans les deux langues officielles : « Hello!, Bonjour! ».
- Dès le premier contact, recueillir verbalement ou par l'entremise d'un formulaire les informations sur la langue maternelle et la langue dans laquelle le client est le plus à l'aise de recevoir ses services.
- Ajouter au dossier des clients les informations sur leur langue maternelle et la langue dans laquelle ils sont le plus à l'aise de recevoir leurs services.
- Avant d'entrer en contact avec les clients, les membres du personnel s'assurent de connaître la langue dans laquelle ils sont le plus à l'aise de recevoir leurs services.

Indicateurs clés : pourcentage de clients dont la langue maternelle est le français ; pourcentage de clients qui sont plus à l'aise de recevoir leurs services en français.

5 JUMELER LES CLIENTS FRANCOPHONES AVEC LES MEMBRES DU PERSONNEL AYANT DES COMPÉTENCES LINGUISTIQUES EN FRANÇAIS OU RÉFÉRER LES CLIENTS FRANCOPHONES À UN AUTRE FOURNISSEUR OFFRANT LES MÊMES SERVICES EN FRANÇAIS OU UTILISER UN SERVICE D'INTERPRÉTATION

Meilleures pratiques :

- Jumeler les clients francophones avec les membres du personnel appropriés qui ont un niveau de compétences linguistiques en français suffisant (« avancé moins » ou plus élevé).
- Assurer qu'un nombre suffisant de professionnels ayant des compétences linguistiques en français soient disponibles à chaque quart de travail.
- Développer un processus formel afin d'assurer des services de même qualité et un temps d'attente similaire aux clients francophones référés vers un autre fournisseur.
- Élaborer un processus qui permet aux indicateurs clés des stratégies gagnantes d'accéder à des services d'interprétations.

Indicateurs clés : pourcentage de clients servis en français ; pourcentage de clients francophones référés chez un partenaire pour des services en français ; pourcentage de clients francophones ayant reçu un service d'interprétation

6 MESURER LES RÉSULTATS

Meilleures pratiques :

- Ajouter une question à l'égard de la satisfaction des services reçus en français dans le sondage de satisfaction de la clientèle.
- Recueillir et mesurer les données des indicateurs clés des stratégies gagnantes.
- Partager annuellement les indicateurs clés des stratégies gagnantes avec votre Équipe Santé Ontario.
- Partager annuellement les indicateurs clés des stratégies gagnantes avec votre personnel et votre conseil d'administration.

Indicateur clé : Pourcentage de clients francophones satisfaits des services reçus en français.