

RELANCE RAPPEL CONFIRMATION



Quelques distinctions

Vous êtes en démarche pour sonder votre clientèle, lancer une invitation et procéder à des inscriptions. La relance, le rappel et la confirmation sont des outils incontournables pour joindre votre public.

- **Une relance** est envoyée une 2^e ou une 3^e fois, ou plus ! Elle cible un public pour stimuler son inscription à une activité ou pour l'inciter à poser une action précise. Le message peut prendre 2 formes : personnalisée ou générique.
 - La personnalisation du message peut faire en sorte que la personne se sente directement interpellée et augmente les chances qu'elle pose l'action attendue. Cette forme demande plus de temps pour personnaliser les messages, mais génère plus de résultats.
 - La relance générique prend la même forme pour l'ensemble des destinataires. Elle peut être moins engageante et créer moins d'impact auprès des destinataires. Elle est toutefois plus rapide et peut être répétée souvent.
- **Une confirmation** permet de savoir qu'une inscription a bien été reçue et traitée. Lors d'une inscription en ligne, elle permet de rassurer les personnes en leur indiquant que la procédure d'inscription est bien complétée. Une personne ayant une déficience visuelle apprécie la confirmation, car elle n'est pas toujours en mesure de vérifier si son formulaire a été rempli et envoyé avec succès.
- **Un rappel** est un message personnalisé envoyé quelques jours avant l'événement. Il sert d'aide-mémoire mentionnant les informations prioritaires : le lieu, la date et l'heure du rendez-vous et des précisions utiles avant le déplacement. Il assure la présence des personnes en préservant leur autonomie et en respectant leur engagement. Assurez-vous de la réception du message et de sa compréhension avant de considérer l'absence de réponse comme un désistement. Il sera alors utile d'utiliser les 2 moyens de communication suivants.

Plus le message sera accessible, plus vous aurez de succès à joindre un vaste public !



Il y a différents moyens de relancer, de rappeler ou de confirmer. Vous savez quel est le moyen le plus approprié pour votre public. Idéalement, la combinaison des 2 moyens permet d'obtenir des résultats optimaux.

Peu importe le moyen utilisé, il faut prendre le temps d'organiser le contenu du message verbal ou écrit :

- **Prioriser** les informations essentielles ;
- Structurer **l'ordre** des informations ;
- Utiliser le **moins** de mots possible, ainsi que des mots **simples** et **connus**.

Par téléphone

- Ce moyen est idéal pour les personnes qui éprouvent des difficultés à lire.
- Il peut comporter un obstacle pour celles qui ont une déficience auditive. Le Service de relais Bell est un service téléphonique gratuit qui permet de communiquer avec une personne sourde par l'intermédiaire de téléphonistes. Il est possible d'avoir une communication de qualité, même au téléphone !
- Pour la personne ayant des troubles de mémoire, il est utile de demander de répéter ce qu'elle a compris ou ce qu'elle a pris en note.
- Il est important de parler lentement, de bien articuler et de parler fort pour se faire comprendre.
- Ce moyen favorise l'approche personnalisée.

Par courriel

- Les messages écrits peuvent être communiqués par courriel, par texto ou toute autre messagerie instantanée. Les paroles s'envolent, les écrits restent !
- Le message écrit peut comporter un obstacle pour les personnes qui rencontrent des difficultés à lire.
- Les informations peuvent être partiellement oubliées ou comprises par plusieurs personnes. En plus de servir d'aide-mémoire, le message écrit peut être lu par une personne aidante.
- L'objet du message doit être invitant et susciter l'intérêt.
- Le contenu du message doit se limiter à l'espace visible en ouvrant un courriel, soit entre 10 et 12 lignes.
- Les phrases comportent une information par phrase (sujet-verbe-complément).
- Les polices simples comme Calibri ou Arial en grosseur 14 sont préférables.
- Les polices de caractères artistiques et les couleurs sont à éviter.