

# Dans la perspective du client



Carole Chatalalsingh, PhD, Dt.P.  
Conseillère sur l'exercice et  
analyste des politiques

Dans des articles précédents de résumé, nous avons présenté le concept des services axés sur le client en mettant l'accent sur la collaboration interprofessionnelle. Les points de réflexion et les concepts présentés dans le présent article portent sur les clients et visent à sensibiliser davantage les diététistes aux compétences et

attitudes nécessaires pour améliorer les services axés sur le client dans les environnements changeants d'exercice de la diététique.

## QUI SONT LES CLIENTS?

Pour renforcer notre approche des services axés sur le client, il faut d'abord déterminer qui sont nos clients. Les clients sont les membres du public qui transigent avec les diététistes dans divers domaines : nutrition de la population et touchant la santé publique; administration; nutrition communautaire et soins nutritionnels à domicile; éducation et recherche; ventes, marketing et vente au détail; affaires; clinique; médias et d'autres environnements d'exercice. Il n'existe pas qu'un seul type de client ni une seule façon de traiter chaque personne. La raison d'être de l'Ordre est de protéger chaque personne en Ontario.

## AMÉLIORATION DES SERVICES AXÉS SUR LE CLIENT

Les services axés sur le client sont associés à une meilleure qualité et une plus grande sécurité de la prestation, à une réduction des coûts et à une amélioration de l'expérience du client. Même si les définitions les plus complètes comportent des zones grises, un service axé sur le client est considéré comme une approche où l'intégralité de la personne est prise en compte. À l'heure où nous nous orientons vers une approche concertée centrée sur le client, les clients eux-mêmes participent de plus en plus à la prise de décisions éclairées concernant leur santé et en prennent la responsabilité.

\* Les services axés sur le client désignent également les services axés sur la famille et services axés sur le patient.

## Valeurs centrées sur le client<sup>3, 5, 6</sup>

Les services axés sur le client sont associés à une meilleure qualité et une plus grande sécurité de la prestation, à une réduction des coûts et à une amélioration de l'expérience du patient.

### Accès universel, dignité humaine et respect

Respectez les personnes, leur autonomie et leurs droits, peu importe leur race, leurs croyances religieuses, leur couleur, leur sexe, leur handicap physique ou mental, leur état matrimonial, leur situation de famille, leur situation économique, leur niveau d'éducation, leur âge et leur orientation sexuelle.

### Clients responsables de leurs décisions

Obtenez le consentement éclairé avant de fournir des services et tenez compte des meilleurs intérêts des clients en respectant leur droit de prendre leurs propres décisions. Considérez les clients comme des chefs de file et des experts de leur propre vie.

### Accent sur les besoins et les buts des clients

Prenez la responsabilité de faciliter l'apprentissage et la prise de décision éclairée du client en mettant l'accent sur ses besoins et ses buts. Veillez à ce que vos clients comprennent les options que vous leur présentez et à ce qu'ils se sentent libres de tenir compte de leurs propres perspectives et valeurs quand ils prennent des décisions.

### Continuité et cohérence des services

Les équipes interprofessionnelles doivent assurer la continuité et la cohérence de services axés sur le client. Leurs membres partagent une vision commune et ont des rôles et processus établis pour assurer cette continuité et cette cohérence. Ces équipes créent des occasions de s'instruire ensemble et de chercher de nouvelles connaissances en leur sein pour le bienfait des clients.

### Adaptation et rapidité

Prenez la responsabilité de fournir des services de diététique adaptés et rapides. Les diététistes doivent adapter les processus de leur cabinet ou de leur organisme afin de renforcer la collaboration interprofessionnelle et d'améliorer ainsi les services axés sur le client.

Dans cette culture où le client occupe la place centrale, il faut mettre l'accent sur les valeurs centrées sur lui (voir l'encadré bleu) et sur les mécanismes de communications continues entre les professionnels de la santé. Ces éléments sont importants pour optimiser la participation à la prise de décision entre les professions et la participation du client. Les services axés sur le client obéissent au principe que chaque personne a sa propre capacité et son proche penchant à participer à la prise de décision. Il est vital que les diététistes connaissent bien les compétences (p. ex., communications et évaluation) nécessaires pour déterminer la capacité et la volonté d'un client de participer à la prise de décision éclairée.

### ORIENTATION VERS LES SERVICES AXÉS SUR LE CLIENT

Certains organismes se regroupent volontairement pour offrir des services continus axés sur le client, par exemple en améliorant l'accessibilité aux services en réduisant ou supprimant les obstacles financiers ou géographiques; en utilisant la technologie appropriée et adaptée aux développements sociaux, économiques et culturels; en encourageant la participation des clients à la prise de décision et à la planification; en insistant sur l'autonomie dans les soins, la prévention et la promotion de la santé; en facilitant la coordination et l'intégration des services, et en encourageant la collaboration interprofessionnelle pour promouvoir la santé et la sécurité publique. Il est bon aussi que les diététistes prennent les devants en prônant les valeurs axées sur le client dans leur organisme.

### RÉFLEXION SUR L'EXERCICE CENTRÉ SUR LE CLIENT

Que vous ayez des liens avec un organisme ou que vous soyez à votre compte, adopter sciemment la perspective du client vous aidera à répondre à ses besoins dans n'importe quel environnement. Voici quelques questions qui vous aideront à réfléchir à vos activités quotidiennes et aux services de diététique que vous offrez en prenant la perspective du client :

- Est-ce que je respecte les valeurs, les préférences et les besoins exprimés de chacun de mes clients?
- Est-ce que je participe à la prise de décision éclairée du client?
- Est-ce que je respecte l'autonomie et la dignité du client?
- Est-ce que je fournis des renseignements détaillés que le

client comprend?

- Est-ce que je planifie et coordonne des services courants en temps et lieux?
- Est-ce que je coordonne les services de diététique avec les membres pertinents de l'équipe du cercle des soins?
- Est-ce que je communique et fournis des renseignements explicites sur les processus des services?
- Est-ce que je compatis et comprends les préoccupations et les situations des clients?

L'exercice centré sur le client ne consiste pas seulement à offrir des services sûrs là où le client se trouve. Il consiste aussi à défendre la cause du client, à lui donner du pouvoir et à respecter son autonomie, sa voix, son autodétermination et sa participation à la prise de décision<sup>2</sup>. L'Ordre des diététistes de l'Ontario est fortement en faveur de l'exercice axé sur le client qui permet de prodiguer des services sûrs et de haute qualité dans tous les environnements.

- Rapport Romanov (2003). Accord de 2003 des premiers ministres sur le renouvellement des soins de santé. Ottawa (Ontario) Canada: Santé Canada.
- Gerteis, M., Edgman-Levitan, S., Daley, J., and Delbanco, T.L. (1993). *Through the Patient's Eyes: Understanding and Promoting Patient-Centered Care*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Silow-Carroll S, Alteras T, Stepnick L. Patient-centered care for underserved populations: definition and best practices. Economic and Social Research Institute, janvier 2006. Préparé pour la WK Kellogg Foundation. [http://www.esresearch.org/documents\\_06/Overview.pdf](http://www.esresearch.org/documents_06/Overview.pdf)
- (The) Joint Commission (2008). 2008 National Patient Safety Goals Manual. Chapter Chicago : The Joint Commission.
- Association des infirmières et infirmiers autorisés de l'Ontario (2002). *Client Centred Care*. Toronto, Canada: Association des infirmières et infirmiers autorisés de l'Ontario.
- Shaller, D. Patient-Centered Care: What Does It Take? <http://www.pickerinstitute.org/documents/PI%20Shaller%20Final%20Report.pdf>. Source: Pew Internet & American Life Project <http://www.pewinternet.org/reports/2009/8-The-Social-Life-of-Health-Information.aspx>
- Spragins W.A., Lorenzetti D.L. Public Expectation and Patient Experience of Integration of Health Care: A Literature Review. Toronto: The Change Foundation, 2008. <http://www.changefoundation.ca/litreviews.html>
- Kolb, D. A. (1984) *Experiential Learning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wenger, E., & Lave, J. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Sidani S. Effects of patient-centered care on patient outcomes: an evaluation. *Research and Theory for Nursing Practice* 2008; 22(1):24-37.
- lencioni, P. (2005). *Overcoming the five dysfunctions of a team: A field guide for leaders, managers and facilitators*. San Francisco: Jossey-Bass.