

GESTION DU CABINET

PREAMBULE

Le concept de base d'un cabinet de soins est relativement simple et tout le monde en a une plus ou moins bonne représentation.

Analyse selon le modèle IHIP

Le principe de ce modèle vise à décrire les composantes immatérielles des prestations ou des services. Dans le domaine de la santé animale, il y a une tendance naturelle à penser à s'adresser à un professionnel lorsque son animal présente un problème de santé.

Prenons l'exemple d'une haleine fétide chez un chien. Le maître de l'animal pourrait ne pas s'en inquiéter. Si on lui fait prendre conscience des causes possibles du problème et des risques qu'il y a à ne pas agir, il comprendra qu'un problème apparemment anodin peut porter atteinte à la santé de son animal, voire mettre sa vie en danger. Ce n'est donc qu'au moment où il prend vraiment conscience des risques et des dangers qu'il souhaitera que son animal soit pris en charge.

Par conséquent, ce n'est qu'au moment où l'on perçoit les avantages d'un service que celui-ci prend de la valeur.

Intangibilité

Il est toujours difficile de se représenter la dimension physique d'une prestation de soins. Le souvenir qu'en a le propriétaire d'un animal est souvent lié à des moments désagréables ou douloureux pour son animal. Ce n'est donc que par les effets de la prestation que l'on juge de sa qualité.

L'utilité ressentie par le maître de l'animal définit l'efficacité et donc la valeur des prestations.

Comme ces dernières sont intangibles, le praticien peut adopter une démarche pédagogique visant à expliquer les mesures qu'il préconise, ce qui rassurera le propriétaire de l'animal, le motivera à mettre en pratique les mesures conseillées et l'encouragera à consulter plus régulièrement pour agir avant qu'un problème de santé se manifeste.

Selon ses observations, le naturopathe orientera le propriétaire de l'animal vers son vétérinaire pour qu'un diagnostic soit posé et un éventuel traitement instauré, tout en lui proposant de le recontacter ensuite pour que soient prodigués à l'animal des soins complémentaires ou de confort.

Hétérogénéité

La nature immatérielle des prestations de soins les rend facilement modulables afin qu'elles correspondent aux attentes du propriétaire de l'animal et à ce qu'il est prêt à investir (en temps et en argent) pour son animal. Le naturopathe doit donc être flexible et avoir une bonne capacité d'adaptation. Le niveau de qualité de ses prestations ainsi que la perception qu'en aura le propriétaire de l'animal dépendent de lui.

En résumé, le naturopathe doit maîtriser les composantes personnelles du service, telles que le savoir-faire, le savoir-être, la capacité d'adaptation et de réaction, la composante « technique ».

Instantanéité

Les soins sont « consommés » à l'instant où ils sont prodigués. En revanche, les effets des mesures préconisées n'apparaissent que plus tard. Ici aussi, les qualités comportementales du naturopathe détermineront la qualité de la prestation. Le propriétaire de l'animal a une grande influence sur les

autres clients potentiels et le bouche-à-oreille fonctionne très bien dans ce domaine : la satisfaction d'une personne se diffuse très rapidement.

Le propriétaire de l'animal est en quelque sorte co-producteur du service, dans le sens où il prend une part active aux mesures proposées.

Périssabilité

La prestation fournie s'applique à l'animal concerné et à lui seul. Elle ne peut être retournée ou échangée comme c'est le cas dans le secteur commercial. Si le propriétaire d'un animal n'est pas satisfait, il ne peut que s'adresser à un autre prestataire de soins.

Une des compétences indispensables au naturopathe est d'être **apte à communiquer** de manière efficace avec le propriétaire de l'animal. Il doit développer une écoute attentive et empathique, **adapter son langage** aux spécificités de la personne qu'il a en face de lui et **tenir compte des émotions** de cette dernière.

GESTION DU CABINET

La gestion du cabinet se réfère aux diverses tâches et obligations qui doivent être mises en œuvre au sein d'une structure prodiguant des soins qu'il s'agisse de naturopathie, de médecine vétérinaire ou de médecine humaine. Elle comporte 6 éléments principaux :

- 1. gestion des rendez-vous, tenue de l'agenda**
- 2. gestion des dossiers des patients**
- 3. gestion de la comptabilité, facturation**
- 4. gestion du matériel**
- 5. assurances**
- 6. accueil du client (voir chapitre sur la communication à la fin de ce document)**

1. GESTION DES RENDEZ-VOUS, TENUE DE L'AGENDA

TELEPHONE

Il va de soi qu'un numéro de téléphone professionnel est indispensable pour que vos clients ou futurs clients puissent vous joindre.

L'idéal est de disposer d'un téléphone fixe et d'un téléphone mobile ; le téléphone fixe (avec combox ou répondeur pour permettre à vos clients de vous laisser un message) vous donne de la crédibilité et inspire confiance, il signifie que vous disposez d'un lieu fixe où vous accueillez votre clientèle.

Le téléphone mobile vous permet d'être joint-e lorsque vous êtes absent-e de votre cabinet ou d'y dévier les appels depuis votre téléphone fixe.

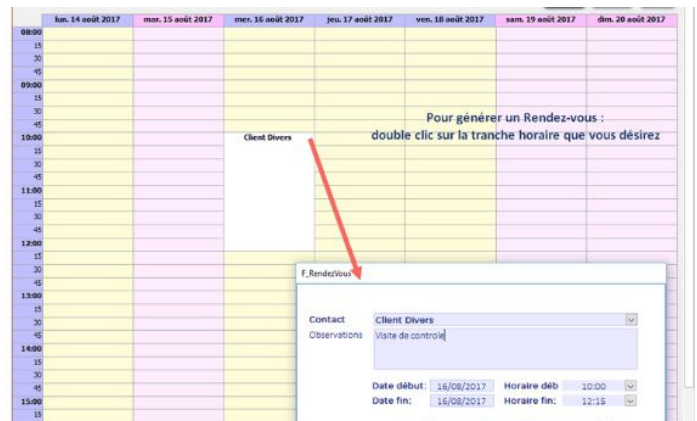
AGENDA

Pour gérer vos rendez-vous, il vous faut évidemment un agenda, qu'il soit classique ou électronique.

Agenda traditionnel : il doit comporter une page par jour, les heures et demi-heures et des lignes suffisamment larges pour y inscrire les nom, prénom et numéro de téléphone de votre client ainsi que le nom de l'animal, son espèce, et la raison de la consultation.



Agenda électronique : la plupart des téléphones mobiles e certaines boîtes de messagerie comportent un agenda. Il est aussi possible d'intégrer un agenda à votre site Internet. De nombreux logiciels permettent aux clients de prendre rendez-vous directement sur le site. Ils ont pour désavantage que certaines personnes (souvent d'un certain âge) ne sont pas à l'aise avec ce type de système ou souhaitent un contact verbal et préfèrent téléphoner.



Quel que soit votre choix, il est impératif que votre agenda soit toujours à jour afin que vous n'omettiez aucun rendez-vous. Un client qui se déplace à votre cabinet ou à l'écurie où se trouve son cheval et qui ne vous y trouve pas à l'heure convenue signifie non seulement un client de perdu, mais aussi – rappelez-vous le bouche-à-oreille – une réputation de praticien qui n'est pas fiable et ne respecte pas ses clients. Votre appel téléphonique pour présenter des excuses n'y changera rien, à moins qu'il s'agisse d'un client fidèle avec lequel vous avez tissé un lien de confiance et auquel vous avez maintes fois démontré que vous êtes digne de confiance.

CARTES DE VISITE

Vos cartes de visite contribuent à l'image de votre entreprise ; elles doivent être lisibles et sobres, sans trop de texte (qui la rend difficile à lire). Le recto doit comporter le nom de votre entreprise ou votre activité ainsi que vos nom, prénom, adresse, no. de téléphone, e-mail et site Internet si vous en avez un. Le verso pourra être utilisé pour y inscrire le prochain rendez-vous.

GESTION DES RENDEZ-VOUS

DUREE DES CONSULTATIONS

Elle peut beaucoup varier selon qu'il s'agit d'une première consultation, d'une visite de suivi, d'un problème simple ou complexe et en fonction du besoin d'écoute et de dialogue du client...

PREMIERE CONSULTATION

Il est judicieux de prévoir deux heures car ce premier rendez-vous est crucial non seulement pour effectuer l'anamnèse détaillée de l'animal, mais aussi pour créer un lien de confiance avec son propriétaire.

Votre client doit sentir que vous lui accorderez tout le temps nécessaire pour vous parler de son animal... et de lui-même... Vous aurez souvent l'impression d'être autant un-e psychologue qu'un-e naturopathe ! Nous vivons dans une société où tout doit aller vite et, même chez leur médecin ou leur vétérinaire, nombreux sont ceux qui ne trouvent pas l'écoute et les explications qu'ils espèrent.

CONSULTATIONS SUIVANTES

De manière générale, s'agit d'une visite de contrôle, 30-45 minutes suffisent. Il faut bien sûr prévoir davantage de temps s'il faut effectuer un soin ou élaborer une préparation (par ex. mélange de fleurs de Bach)

RENDEZ-VOUS MANQUES

En général, un rendez-vous manqué est facturé au tarif d'une consultation si le client ne l'a pas annulé au moins 24 heures à l'avance. Ce point doit être spécifié sur votre site Internet et sur vos cartes de visite/rendez-vous.

2. GESTION DE LA COMPTABILITE

COMPTE BANCAIRE OU POSTAL

Vous devez disposer d'un compte bancaire ou postal concernant exclusivement votre activité professionnelle.

Il permettra à vos clients de régler votre note d'honoraires s'ils ne la paient pas au comptant et vous servira à effectuer les paiements concernant votre activité (loyer de votre cabinet, charges, matériel, produits, etc.). Les relevés doivent être soigneusement conservés en vue d'établir votre comptabilité ; ils vous seront par ailleurs demandés par l'autorité fiscale pour le calcul des impôts.

COMPTABILITE

La comptabilité doit suivre certains principes généraux afin qu'elle soit lisible, utile et donne des informations pertinentes.

Crédit et débit

Dans la rubrique « crédit » doivent figurer tous les montants qui vous parviennent.

Dans la rubrique « passif » doivent figurer tous les montants sortants. Le total des deux colonnes doit être identique.

En fin d'année, vous devrez établir un bilan comptable, qui est en quelque sorte une photographie de la situation financière de votre entreprise au 31 décembre.

Enregistrement de tous les flux financiers

Pour chaque mouvement financier, il faut passer une écriture comptable qui répertorie le mouvement.

Documentation des écritures comptables

Chaque écriture passée dans la comptabilité doit être justifiée par une pièce comptable (facture, quittance, avis bancaire, etc.). Pour ne pas vous encombrer de paperasse, vous pouvez scanner vos pièces comptables et les sauvegarder dans votre ordinateur ; vous pourrez ainsi les retrouver facilement et les imprimer par la suite au besoin.

Toutes les pièces comptables doivent être conservées durant 10 ans (en Suisse).

Indépendance des exercices comptables

Un exercice comptable dure en général une année. Il s'ouvre le 1er janvier et s'achève le 31 décembre. Les exercices doivent être totalement indépendants les uns des autres et la situation présentée au 31 décembre doit refléter la réalité de l'entreprise à cette date. Une tentative de masquer la réalité sera considérée comme frauduleuse.

Vous pouvez établir votre comptabilité sur un fichier Excel, qui permet d'effectuer de manière automatique de nombreuses calculations, ce qui vous facilitera la tâche.

Comme les exigences en matière de comptabilité varient selon les pays, nous ne développerons pas davantage le sujet.

Si vous n'avez aucune expérience en la matière, il est utile de vous procurer un livre simple expliquant les bases de la comptabilité.

Voici deux liens vers des sites Internet qui pourront vous être utiles :

<https://www.compta-facile.com/base-de-la-comptabilite/>

<http://www.lacompta.ch>

FACTURATION

Il est nécessaire d'établir une note d'honoraires détaillée pour chaque consultation. L'original est remis au client et un double doit être conservé pour votre comptabilité et votre déclaration d'impôts, la durée légale de conservation pouvant varier selon les pays.

Une note d'honoraires doit comporter :

- le nom et les coordonnées de votre entreprise
- le no. sous lequel elle est enregistrée (en suisse, no. du Registre du commerce)
- un numéro de note d'honoraires
- la date à laquelle la note d'honoraires est établie
- les prestations fournies et leur tarif
- le mode de paiement convenu
- la TVA s'il y a lieu

3. GESTION DES DOSSIERS DE PATIENTS

Il est nécessaire de créer un dossier pour chaque animal auquel vous prodiguez des soins, que ce soit sur ordinateur ou sur papier.

Il doit comporter :

- nom, prénom, adresse, no. de téléphone et e-mail du propriétaire
- nom de l'animal, race, genre (mâle/femelle), date de naissance, provenance (élevage, refuge, etc.)
- nom et no. de téléphone du vétérinaire
- date des derniers vaccins et type de vaccins

- date de la dernière vermifugation, nom du produit utilisé
- motif de la consultation
- anamnèse détaillée (un modèle figure sur notre site, dans le menu Zone Elèves)
- mesures préconisées, soins et conseils prodigués

Si vous optez pour la création des dossiers sur un support informatique et que vous y saisissez les informations au fur et à mesure en présence de votre client, veillez à ce que l'espace entre vous et votre client soit dégagé. Il est très désagréable d'avoir cet obstacle sous le nez... Le mieux à notre sens (même si cela demande plus de temps) est de prendre de brèves notes sur papier au cours de l'entretien et de les reporter dans le dossier informatique après le départ du client ; ainsi, ce dernier voit ce que vous écrivez et le contact visuel/verbal n'est pas coupé.

Si vous optez pour des dossiers sur papier, vous devrez disposer d'un système de classement vous permettant de les retrouver facilement (classeur ou cartothèque A5 avec répertoire alphabétique par exemple)

4. GESTION DU MATERIEL

MATERIEL DE BASE

- table, 3 chaises (une pour vous, les 2 autres pour votre client et son éventuel accompagnant)
- armoire/placard non exposé au soleil ni près d'un radiateur (pour y ranger les produits et le petit matériel)
- coussin / couverture pour installer l'animal
- serviette de toilette (pour essuyer les chiens s'il pleut)
- gamelle d'eau
- friandises non sucrées
- matériel et produits de nettoyage (surfaces, sols) si possible naturels : savon noir, vinaigre et alcool ménagers, bicarbonate de soude...
- encens ou sauge blanche (purification énergétique du lieu)

BUREAUTIQUE

INFORMATIQUE

- ordinateur
- imprimante-scanner
- disque dur externe (pour vos sauvegardes, qu'il faut idéalement effectuer chaque semaine)

AUTRES

- bloc de papier, stylo
- papier pour imprimante
- papier et enveloppes à l'entête de votre entreprise
- cartes de visite
- étiquettes (pour vos préparations)
- dossiers et système de rangement pour vos dossiers de patients s'ils sont sous forme papier
- petit matériel : agrafeuse, trombones, papier collant...
- évt. bons de réduction ou bons-cadeaux
- évt. cadeaux publicitaires au logo de votre entreprise

MATERIEL DE SOINS

- désinfectant pour les mains
- antiseptique (plaies superficielles, écorchures, lésions de grattage, etc.) : argent colloïdal, extrait de pépins de pamplemousse (dilué), eau oxygénée (elle n'est pas antiseptique, mais hémostatique et elle mousse, ce qui déloge les impuretés d'une plaie)
- argile verte en poudre ou en pâte
- miel de thym bio (cicatrisation des plaies)
- huiles essentielles de votre choix, mais au minimum tea-tree (*Melaleuca alternifolia*, anti-infectieuse à large spectre), lavande vraie (*Lavandula angustifolia*, relaxante) et gaulthérie couchée (*Gaulthéria procumbens*, anti-inflammatoire++)
- si vous souhaitez élaborer des baumes/crèmes aux HE : petit bol, pots à pommade, huile végétale, beurre de karité, de jojoba ou huile de coco, crème ou gel neutre, vitamine E liquide, paillettes de cire d'abeille bio, balance de précision, bain-marie, abaisse-langues (pour mélanger)
- compresses de gaze stériles de plusieurs dimensions
- 2-3 bandes de gaze et type Velpeau ou autocollantes de différentes dimensions
- ruban adhésif médical
- ciseaux
- Rescue ou Odinhelpe (fleurs de Bach) en spray et en crème ou gel
- pour les des mélanges de fleurs de Bach : flacons à pipette en verre brun de 10 ou 30 ml, assortiment de fleurs de Bach (nous recommandons la marque Odinelixirs, les élixirs y étant fabriqués dans les règles de l'art, « à l'ancienne »), eau de source, mini-entonnoir.
- coton à démaquiller et bâtonnets ouatés (application locale de produits, nettoyage des plaies, yeux, oreilles). On n'utilisera pas de ouate car des brins peuvent se détacher et rester collés, ce qui peut provoquer une infection)
- hydrolat de lavande ou de camomille (nettoyage yeux, oreilles)

Pour tous les produits périssables, établissez une liste avec leur nom et leur date de péremption. N'achetez pas de grandes quantités avant de savoir quels produits vous utiliserez le plus fréquemment.

5. ASSURANCE RESPONSABILITE CIVILE (RC)

ASSURANCE RC PROFESSIONNELLE

Vous n'êtes pas à l'abri d'un dommage matériel ou physique dont vous serez tenu pour responsable.

Quelques exemples :

- un client ou son animal glisse et se blesse sur un lieu dont vous êtes propriétaire ou locataire (cabinet, place de parc, allée, etc.)
- un animal présente une intoxication nécessitant des soins vétérinaires après l'administration d'huiles essentielles
- vous effectuez un massage chez une femelle gestante et il s'ensuit un avortement
- vous faites une erreur dans le dosage d'une préparation et l'animal présente une réaction allergique grave

- vous minimisez un problème de santé et ne recommandez pas de consulter le vétérinaire. Le problème s'aggrave brutalement et l'animal décède, ce qui aurait pu être évité si un traitement approprié avait été rapidement instauré.

Si vous n'avez pas conclu d'assurance RC professionnelle, **tous les frais** occasionnés par un dommage matériel, physique ou psychique dont vous serez jugé responsable **seront à votre charge**... et ils peuvent constituer des sommes importantes si, par exemple, un animal ou son propriétaire doit subir une intervention chirurgicale en raison d'une blessure survenue à votre cabinet ou dans son périmètre immédiat.

Il est donc **impératif de conclure une assurance RC professionnelle** qui couvrira les risques liés à votre activité.

Généralement, l'assureur se charge de toutes les démarches administratives et juridiques concernant le traitement du sinistre éventuel, dans la mesure où ce dernier est couvert par l'assurance.

La couverture d'assurance variant d'un assureur à l'autre, certaines assurances peuvent, selon les cas, invoquer la faute professionnelle grave et refuser d'entrer en matière. Il est donc capital de comparer les prestations de plusieurs assurances et de s'informer en ce qui concerne la couverture en cas de faute grave.

ASSURANCE RC DE VOTRE CLIENTELE

En Suisse, l'assurance RC n'est pas obligatoire sur le plan fédéral, mais elle l'est dans certains cantons pour les propriétaires de chiens.

Il est judicieux d'informer vos clients du fait qu'en cas de blessure ou de dégât matériel causé par leur animal (par exemple si le chien d'un client vous mord ou qu'un cheval effrayé s'échappe et cause des dégâts à un véhicule, etc.), tous les frais seront à leur charge s'ils n'ont pas d'assurance RC.

6. ACCUEIL DU CLIENT

SAVOIR COMMUNIQUER

Savoir écouter, poser des questions, accorder du temps, proposer une boisson... tout cela contribue à démontrer à votre client qu'il est important pour vous, à tisser un lien de confiance, ce qui est capital pour vous démarquer de la concurrence et fidéliser votre client.

Combien de fois n'ai-je pas entendu, à la fin d'une consultation : « Merci de votre écoute, pour une fois, je ne me suis pas senti expédié à la va-vite... ».

Communiquer, c'est avant tout savoir **écouter attentivement, de façon bienveillante et authentique**.

- Focalisez votre attention sur votre interlocuteur. Faites en sorte d'être pleinement disponible pour votre interlocuteur : veillez à ce qu'on ne vous dérange pas inopinément, coupez votre téléphone, renvoyez vos appels, mettez votre ordinateur en veille. Echangez des regards avec votre interlocuteur, questionnez-le de façon adéquate, etc. Vous devez rester concentré pour que votre écoute reste attentive tout au long de la rencontre.
- Repérez sa façon de communiquer et mettez-le à l'aise en adoptant le même mode de communication. Par exemple, les personnes dites "visuelles" emploieront - et comprendront –

mieux un vocabulaire qui se rapporte à la vue ("je vois bien qu'il est comme ça...") alors qu'un "auditif" dirait plutôt "j'entends bien qu'il est comme ça..." et un kinesthésique "je sens bien qu'il est comme ça..." etc.

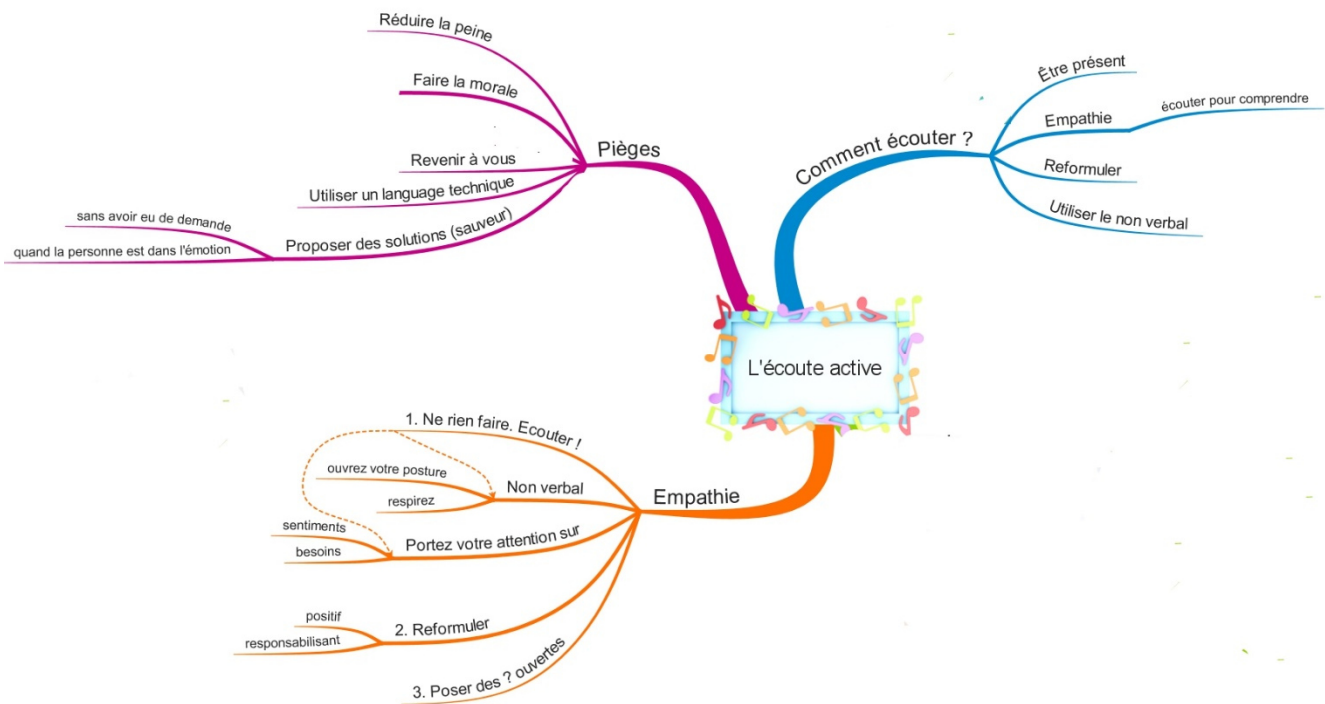
- Calquez votre mode de communication sur celui de votre interlocuteur en employant le même type de vocabulaire. Utilisez des termes simples, facilement compréhensibles afin de le mettre à l'aise.
- Reléguez vos a priori et vos attentes au placard. Pour pouvoir être pleinement et authentiquement à l'écoute de l'autre, vous ne devez pas avoir de préjugés sur votre interlocuteur.
- Faites abstraction des expériences similaires à celles contées par votre interlocuteur afin de ne pas biaiser votre écoute car, inmanquablement, votre vision des choses serait faussée. Nous réagissons tous différemment en fonction de notre éducation, notre vécu, nos valeurs et nos propres expériences...
- Ecoutez au-delà des mots, apprenez à décoder le **langage non-verbal**. Lors d'une interaction avec autrui, les mots employés ne représentent qu'environ 5% du ressenti, les 95% restants étant transmis par l'intonation et le langage corporel !

La grande majorité du message est ainsi véhiculée par le langage non-verbal : posture générale, expressions faciales, jambes ou mains qui s'agitent, froncements, silences, rythme du débit des paroles... Autant d'éléments qu'il faut savoir décoder afin non seulement de ressentir l'état dans lequel se trouve votre interlocuteur, mais également de comprendre pleinement le message qu'il est en train de vous livrer, avec toute sa dimension émotionnelle. (Il existe de nombreuses vidéos sur Youtube concernant le langage non verbal).

- Reformulez : redire avec vos propres mots (sans « faire le perroquet ») permet de vous assurer que vous avez bien compris ce que votre interlocuteur vous a dit et de lui montrer que vous avez entendu et intégré le message qu'il vous a transmis. Ce n'est pas par hasard que la reformulation est une technique très utilisée chez les commerciaux en entretien de vente...
- Pensez aussi à accueillir l'animal ! S'il s'agit d'un chien ou d'un petit animal, baissez-vous à sa hauteur (il peut vous ressentir comme menaçant si vous êtes debout), adressez-vous à lui avec douceur, caressez-le après avoir demandé l'accord du propriétaire (évitez la tête tant qu'il n'est pas à l'aise), laissez-lui le temps d'explorer les lieux. Mettez une gamelle d'eau à sa disposition et ayez quelques friandises non sucrées que vous pourrez lui donner, avec l'accord du propriétaire, pour établir un lien positif. Avant un soin, expliquez-lui ce que vous allez faire d'un ton calme, rassurant : les animaux comprennent souvent plus de mots qu'on l'imagine et sont très sensibles aux intonations.

A EVITER

- Juger, influencer : réagir en coupant la parole à l'autre ou rebondir sur un élément qu'il/elle relate en lui narrant une expérience similaire que vous avez vécue, soupirer bruyamment, manifester de la frustration... autant de choses qui casseront la confiance et réduiront vos efforts à néant quant à une écoute authentique et bienveillante.
- Faire preuve d'impatience : soupirer bruyamment, manifester de l'impatience ou de la frustration... autant de choses qui casseront la confiance et réduiront vos efforts à néant quant à une écoute authentique et bienveillante.
- Rester impassible : votre interlocuteur doit sentir que vous l'écoutez avec attention. Si vous ne manifestez pas votre intérêt, ni aucun sentiment ou émotion, il pensera rapidement que vous ne portez que peu d'intérêt à ce qu'il raconte et il se fermera.



L'ART DE POSER LES BONNES QUESTIONS

Questionner ne signifie pas simplement poser des questions. Il s'agit de poser les bonnes questions au bon moment.

Questionner fait partie intégrante de la communication et poser des questions est très utile dans de nombreuses situations, par exemple pour :

- établir et développer le dialogue
- obtenir des informations
- répondre à une objection, interroger sur les raisons de l'objection, poser des questions visant à faire comprendre l'utilité de votre proposition, etc.
- vous assurer de la bonne compréhension de ce que vous avez expliqué
- vérifier que vous avez bien compris ce qu'a dit votre interlocuteur

Veillez à éviter autant que possible les questions négatives.

LES 5 GRANDS TYPES DE QUESTIONS

Les questions ouvertes. Elles sont très utiles pour cerner les besoins et attentes de votre interlocuteur afin de mieux orienter le dialogue. Idéalement, vous commencerez l'entretien par ce type de questions pour créer une atmosphère détendue. Votre interlocuteur n'en sera que plus à l'aise et ouvert à l'échange.

Exemple : « Comment décririez-vous le caractère de votre animal ? ». « Qu'est-ce qui vous a amené à consulter un naturopathe ? »

Les questions fermées. Elles permettent d'obtenir des réponses précises.

Exemple : « Quand la pathologie de votre animal a-t-elle été diagnostiquée ? ». « Votre jument a-t-elle eu des poulains ? »

Les questions partielles. Elles contiennent une partie de la réponse ou orientent la réponse de votre interlocuteur. Exemple : « Quel est selon vous, actuellement, le problème principal ? ». « Comment votre chien s'est-il adapté à l'arrivée de votre bébé ? »

Les questions relais. Elles servent à expliciter ce que votre interlocuteur vient de dire ou de l'amener à s'exprimer davantage sur le sujet en question. Elles vous ouvrent la voie pour aller au bout de l'information et obtenir tous les éléments dont vous avez besoin. Elles ne donnent pas l'impression de poser des questions, mais suivent le dialogue.

Exemples : « c'est à dire ?... », « à quelle occasion?... »

Les questions miroirs. Elles sont utiles pour relancer le dialogue lorsque celui-ci s'enlise ou lorsqu'un silence pesant s'installe. Elles consistent à répéter ce que votre interlocuteur vient de dire de manière interrogative afin de l'amener à donner plus de détails. A formuler sans faire le perroquet...

Exemples : Réaction : « J'espérais qu'avec un traitement aussi cher, mon cheval guérirait ! »

Réponse : « vous êtes donc déçu-e que ce traitement coûteux n'ait pas eu l'effet escompté ? »

Le lien ci-dessous se réfère au bon déroulement d'une consultation médecin-patient, mais les informations et exemples fournis sont transposables pour le naturopathe animalier.

https://www.hug-ge.ch/sites/interhug/files/structures/medecine_de_premier_recours/documents/infos_soignants/approches_bon_deroulement_consultation.pdf

LES PETITS PLUS

Les petites attentions personnalisées sont très appréciées, par exemple :

- envoyer une carte lors de l'anniversaire d'un animal (en vous assurant, si vous ne l'avez pas vu depuis longtemps, qu'il est toujours en vie !)
- envoyer une carte de condoléances lors du décès d'un animal
- envoyer une carte de vœux à vos clients en fin d'année
- offrir un cadeau publicitaire à vos fidèles clients
- offrir une entrée à un salon animalier auquel vous prenez part
- offrir un bon de réduction avant des périodes creuses prévisibles
- prendre des nouvelles de l'animal quelques jours après la consultation

