

---

## Service de Prévention

Guyline LeBrun, avocate  
Coordonnateur aux activités  
de prévention

Judith Guérin, avocate  
aux activités de prévention

---

### Gérez les émotions de vos clients : Quelques astuces pour y parvenir

Comment se sentent les clients qui consultent un avocat pour la première fois? Probablement qu'ils sont un peu anxieux, voire effrayés. Cela est sans compter les émotions que leur dossier suscite. En effet, la plupart du temps, les clients ne consultent pas un avocat par plaisir. Ils ont un important problème à leurs yeux.

Confrontés à un système qu'ils connaissent peu, les clients se présentent souvent à leur première rencontre armés d'idées préconçues sur les avocats et le système judiciaire, ayant au surplus plusieurs attentes irréalistes.

Une fois assis dans le bureau de l'avocat, se trouvant toujours en terrain inconnu, les clients se font bombarder d'informations et de conseils dans un langage parfois incompréhensible (injonction, déclaration sous serment, frais de justice). Il n'est donc pas étonnant qu'ils soient stressés!

Or, en matière de prévention en responsabilité professionnelle, le stress et les émotions négatives des clients peuvent s'avérer dangereux. Les clients très émotifs peuvent éprouver de la difficulté à formuler des instructions ou pire encore, regretter les instructions déjà données. Certains auront également de la difficulté à identifier leurs attentes ou entretiendront des attentes irréalistes. Enfin, ces émotions influencent négativement la compréhension des clients quant à des aspects importants de leur dossier.

Pour ces raisons, voici quelques gestes à adopter dans votre pratique afin d'atténuer le stress et d'éviter d'accentuer les émotions négatives vécues par vos clients en lien avec la judiciarisation de leur dossier :

- **Exprimez-vous clairement** : Rien n'y comprendre génère rapidement du stress pour la majorité des clients. Aussi, bien que deux clients aient un problème juridique similaire, évitez de tenir pour acquis que leurs besoins de communication sont les

mêmes. Des différences au niveau de la langue maternelle, de la culture, de l'âge, de l'éducation et de l'expérience peuvent influencer ce qui est saisi d'où l'importance d'adapter votre façon de vous exprimer selon votre interlocuteur. Il est hasardeux de présumer que les clients poseront des questions ou demanderont des clarifications en cas d'incompréhension, plusieurs d'entre eux étant trop gênés pour intervenir. Dans tous les cas, bannissez le jargon juridique lors de discussions avec vos clients.

Également, l'annonce d'une nouvelle qui ne va pas dans le sens espéré du client est susceptible d'engendrer du stress ou d'autres émotions négatives chez ce dernier. Vu ce qui précède, soyez empathique, pratiquez l'écoute active et accordez du temps au client pour assimiler la nouvelle. Proposez-lui une stratégie ou formulez des conseils uniquement lorsqu'il est dans un état lui permettant de saisir vos propos. D'ailleurs, nous ne saurions trop insister sur l'importance de mettre par écrit vos recommandations et vos conseils afin d'éviter tout malentendu. Ces malentendus sont généralement plus fréquents lorsque de vives émotions s'invitent dans vos discussions avec vos clients.

- **Gérez les attentes des clients** : Rappelez-vous un certain Noël, vous aviez demandé en cadeau une belle bicyclette rouge. Quelle ne fut pas votre déception de recevoir à la place un casse-tête! C'est la même chose pour les clients. Si les attentes irréalistes quant au résultat de la cause ou au temps à y consacrer ne sont pas contredites par l'avocat responsable du dossier, ces derniers seront certainement déçus par le résultat obtenu et plus enclins à formuler des reproches à leur avocat.

Il faut donc éviter d'entretenir de telles attentes ou pire, de les créer. Ainsi, ne sous-entendez pas que la victoire ne fait aucun doute, que les montants obtenus seront importants ou que le dossier se règlera en l'espace de quelques semaines. Dans cet ordre d'idées, ne faites aucune promesse à vos clients que vous ne pouvez pas tenir. Soyez réaliste sur ce que vous pouvez accomplir et dans quels délais.

Donnez l'heure juste à vos clients et informez-les quant à tous les aspects de leur dossier, les bons comme les moins bons. Faites suivre ces explications d'une communication écrite puisque malheureusement de nombreux clients ont tendance à ne se souvenir que des aspects positifs et oublieront vite vos mises en garde.

- **Expliquez les différentes étapes du processus judiciaire** : Fournissez aux clients un résumé des principales étapes de son dossier. Il est plus facile pour les clients de gérer leur stress s'ils connaissent les étapes à être accomplies dans leur dossier. Le protocole de l'instance peut jouer ce rôle de résumé, mais il contient régulièrement du jargon juridique.

Aussi, assurez-vous de fournir à vos clients les explications nécessaires à sa compréhension.

- **Retournez vos appels téléphoniques et répondez aux courriels de vos clients dans un délai raisonnable :** De nombreux clients reprochent à leur avocat un manque de réactivité lorsque vient le temps de retourner leurs appels ou de répondre à leurs courriels. Les clients sont de plus en plus exigeants et deviennent stressés ou irrités si leur avocat ne leur répond pas dans les cinq minutes suivant leur communication. Il est donc primordial de gérer les attentes de vos clients à cet égard.

Pour ce faire, établissez une politique de retour d'appel ou de réponse aux courriels, par exemple, dans un délai de 24 heures les jours ouvrables et durant les heures normales de bureau. Informez vos clients de cette politique, notamment en incluant une mention sur le sujet dans votre lettre-mandat. Conformez-vous à cette politique ou à défaut, assurez-vous que votre adjointe communiquera avec vos clients pour s'informer de l'état d'urgence de la situation, le cas échéant. Par la suite, retournez vos appels et répondez à vos courriels dès que possible.

- **Tenez vos clients informés des développements dans leur dossier :** La majorité des clients apprécie être régulièrement informés de l'avancement de leur dossier. Le proverbe « pas de nouvelles, bonnes nouvelles » est plutôt impopulaire lorsqu'il est question de bâtir des relations de confiance avec vos clients.

Même des dossiers inactifs ou qui ont peu progressé devraient faire l'objet d'une courte communication écrite expliquant les raisons de leur inactivité. Ne laissez pas vos clients s'imaginer que vous négligez leur dossier. Cette impression peut rapidement se transformer en frustration et colère menant ainsi à une poursuite en responsabilité professionnelle.

- **Facturez vos clients régulièrement et soyez transparent :** Aimerez-vous recevoir votre compte de carte de crédit une fois par année? Probablement pas. Alors pourquoi les clients apprécieraient-ils? Il est plus facile et moins stressant pour ceux-ci de payer de petits montants régulièrement, lesquels se planifient plus aisément dans un budget qu'une seule facture importante.

De même, détaillez vos factures afin que les clients puissent comprendre ce qui a été fait dans leur dossier.

Malgré tout, si un montant important doit être facturé à un client, rencontrez ce dernier en personne ou virtuellement pour lui fournir les explications nécessaires.

Enfin, la convention d'honoraires s'avère un outil précieux pour prévenir les conflits eu égard à leur paiement.

- **Recevez vos clients dans un environnement accueillant et sans distraction** : Évitez de faire patienter les clients à la réception puisqu'il s'agit aussi d'une situation irritante. Demandez à votre adjointe que vos clients soient conduits dans la salle de conférence où aura lieu la rencontre dès leur arrivée.

De votre côté, mettez rapidement un terme à une conversation téléphonique ou une tâche si un client est arrivé afin d'aller promptement à sa rencontre.

Par ailleurs, lors de rencontres, évitez toute interruption (adjointe, téléphone, etc.). Cela permet notamment de vérifier que l'information communiquée aux clients a été bien comprise. Un tel environnement favorise également les confidences de vos clients sur certains aspects de leur dossier et les invite à poser des questions.

En terminant, certains gestes contribuent à limiter le stress et les émotions négatives sous-jacentes à un litige au lieu de les exacerber. Soyez bienveillant et adoptez ces quelques comportements qui aideront vos clients à mieux gérer leurs émotions et à surmonter les difficultés inhérentes à un dossier judiciairisé.

#### **Références :**

Jamie Spannhake, "Seven Ways Lawyers Can Reduce Client's Stress" dans *Attorney At Work*, 24 juin 2019, en ligne : <https://www.attorneyatwork.com/seven-ways-lawyers-reduce-clients-stress/>.

Tim Lemieux, practicePro Resource: List of habits that annoy clients most, dans *AvoidAClaim*, 5 juillet 2013, en ligne : <https://avoidclaim.com/2013/practicepro-resource-list-of-habits-that-annoy-clients-most/>.