

CONNAISSANCES ACQUISES

CHERCHER

Les clients se sentent **dépassés** par la **quantité d'information** transmise par IRCC et les fournisseurs de services

Les clients s'attendent à ce que les outils **en ligne soient interactifs**

Une **plus grande quantité d'information n'est PAS toujours mieux**

APPLIQUER

Les **perceptions d'équité** influencent ce que les clients pensent de nos services

Les **connaissances linguistiques et l'analphabétisme** peuvent compromettre l'accès et le recours aux services par les clients

La **manière dont nous le disons les choses compte autant que ce que nous disons** – Il faut adopter un ton accueillant, mais instructif

L'**emplacement des renseignements et la taille de la police** peuvent entraîner des erreurs pour le client

ATTENDRE

Les clients ont besoin de mises à **jour** et d'information au bon moment

Le **fait d'ignorer les clients entraîne plus de travail** – Demandes d'AIPRP, appels/courriels multiples au CSC, plaintes aux députés

L'importance d'**agir pendant l'attente** – des gens mettent leur vie en suspens en attendant que leur demande soit traitée

Les messages types réduisent la confiance envers le système; **les clients veulent des détails qui les concernent**

ALLER DE L'AVANT

Les **attentes** sont façonnées par ce que les clients entendent à propos du Canada avant leur arrivée

En **donnant aux clients un certain contrôle**, on accroit leur **confiance** envers le processus

Une approche axée sur l'**itération** mènera au **meilleur produit possible**

Les **antécédents personnels, le pays d'origine et les origines culturelles** ont tous une incidence sur l'expérience du client

La **réciprocité** est importante pour les clients