

Magasin

Ces masques favorisent la communication avec le client

20/10/2020 | 08:30

Soyez le premier à commenter cette news



Masque "Sourire" Odiora
© Odiora

Annuler la ...▼

Aucun vote pour le moment



Imprimer



Le masque est devenu un indispensable du quotidien. Obligatoire dans les lieux clos et, dans une grande partie de la France, dans les rues, on lui reconnaîtra certains inconvénients. Un des plus pénalisants est certainement les problèmes de communication qu'il engendre. Qui n'a pas dû se répéter au moins une fois ces derniers temps, avec pour prétexte : « on ne comprend rien avec ce truc » ?

Adaptés pour être portés en magasin

Une compréhension plus difficile, et des sourires cachés qui ne facilitent pas le lien social. Depuis plusieurs mois, des masques en partie ou totalement transparents fleurissent. Souvent fabriqués par des entreprises françaises, on en trouve de toutes sortes. Nombreux sont ceux ayant déjà été certifiés par les autorités publiques.

On retrouve notamment les masques « Sourire » d'Odiora, « Inclusif » de ASA Initia, « Beethoven » de Where the daffodils grow, ou encore ceux de la société Lux & Elles. Des masques qui, pour la plupart, sont reconnus comme pouvant être utilisés par des professionnels en contact avec du public. Un bon moyen de (re)créer de la proximité avec vos clients.

Un prix encore élevé

Néanmoins, ces masques restent plus chers que les plus « classiques », et il faut déboursier en moyenne 10 euros l'unité. Un surcoût qui vaut le coup ? La question se pose, si cela permet de meilleures relations avec le client, et de mieux se faire comprendre.

Quoiqu'il en soit, Sophie Cluzel, secrétaire d'État en charge des personnes handicapées, a appelé à faire baisser les prix. Car cette alternative est également favorable aux personnes sourdes et malentendantes, privées des expressions du visage, et notamment de la lecture labiale, par les masques chirurgicaux et en tissu.