PLAN D'APPROVISIONNEMENT 2023-2032
RÉPONSE D'HYDRO-QUÉBEC DANS SES ACTIVITÉS DE DISTRIBUTION
À LA QUESTION 19.4 DE LA DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS N^O 1 DU RNCREQ

R-4210-2022 Phase 1
Original : 2023-03-27
Révisé : 2023-05-24

HQD-4, document 10.1
En liasse

Plan de Communication Marketing Hilo 5 ans

Hilo
par Hydro-Québec

Hilo

Faire sa marque en matière d'énergie intelligente

Hilo

Objectifs marketing 2022 - Résidentiel

- Atteindre de 20 000 à 40 000 clients au 31 décembre 2022.
- Augmenter le taux de notoriété (combiné) de la marque Hilo.
- Se tailler une place sur le marché de la maison intelligente en misant sur l'accessibilité du service et en offrant de nouveaux produits sur le marché.

Hilo

Stratégies marketing - Résidentiel

Janvier à décembre 2022

Faire d'Hilo la marque de référence en matière d'énergie intelligente sur le marché du Québec.

- Développer et entretenir une stratégie relationnelle auprès des clients et des prospects.
- Développer une stratégie commerciale qui permettra l'accessibilité au service (promotions, partenariats, offres, etc.)
- Assurer une visibilité de la marque et attirer l'attention à des moments clés à l'aide d'une stratégie de campagnes annuelles.
- Positionner Hilo comme outil à la transition énergétique du Québec.
- Poursuivre la démocratisation et l'éducation de la gestion de la consommation d'énergie auprès des Québécois.

Hilo

Plan des tactiques marketing - Résidentiel

- **1er trimestre 2022:**
  - Campagne de contenu - Défis Hilo
  - Campagne promotionnelle
  - Participation au salon de l'Habitation de Montréal
  - Stratégie relationnelle et médias sociaux en continu
- **2e trimestre 2022:**
  - Campagne de positionnement
  - Bilan de la saison des défis Hilo 2021-2022
  - Campagne promotionnelle
  - Participation au Festival des technologies vertes et au Salon du véhicule électrique
  - Stratégie relationnelle et médias sociaux en continu
- **3e et 4e trimestres 2022:**
  - Campagne de positionnement
  - Campagne promotionnelle
  - Participation à 2 événements en présentiel
  - Stratégie relationnelle et médias sociaux en continu
  - Campagne contenu – Éducation défis Hilo

Hilo

Objectifs marketing 2022-2026 - Résidentiel

Les cibles prévisionnelles, tel que soumises en septembre dernier pour la présentation de l'État d'avancement 2021 du Plan d'approvisionnement 2020-2029 par Hydro-Québec à la Régie de l'Énergie, sont les suivantes :

Saison hivernale (1er déc. au 31 mars)	2022-2023	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-202
Réduction de puissance moyenne - En MW	47.4	110.5	205.2	321.7	448.0

Les cibles seront revues par Hilo lors du prochain exercice de mise-à-jour, pour l'État d'avancement 2022.

Les MW ci-dessus proviennent de l'offre de maison intelligente. Dans une première phase, le système pour plancher chauffant, le système central et le contrôle des charges de chauffage de l'eau s'ajouteront à la gamme de produits offerts par Hilo. Dans une deuxième phase, Hilo compte élargir son offre avec d'autres produits et services, notamment dans les secteurs de la mobilité électrique, du stockage intelligent et de l'autoproduction solaire.

Objectifs, stratégies et tactiques marketing en évolution continue

- En 2022, les objectifs du plan marketing sont principalement liés à l'acquisition de clients et de notoriété de la marque.
- Pour les années subséquentes, des stratégies et tactiques pour fidéliser les clients à l'offre Hilo seront déployées en plus des stratégies d'acquisition qui seront toujours présentes.

Hilo

par Hydro-Québec