

**SUIVI DES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES  
PROMOTION DES DEMANDES D'ABONNEMENT  
PAR LE LIBRE-SERVICE SUR LE WEB**



## 1. CONTEXTE

1 Conformément à l'engagement pris dans le cadre du dossier R-3814-2012, le Distributeur a  
2 informé la Régie le 29 mars 2017 de son intention de répéter le projet pilote réalisé en 2016  
3 concernant la promotion des demandes d'abonnement par le libre-service sur le Web, en  
4 vertu de l'article 11.6 des *Conditions de service* (CS).

5 Ce projet pilote avait pour objectifs de :

- 6 • Poursuivre la promotion de l'utilisation du libre-service Web ;
- 7 • Confirmer les résultats obtenus en 2016 dans le cadre du projet pilote quant à  
8 l'impact d'offrir un crédit correspondant aux frais d'abonnement (frais de gestion  
9 [20 \$] ou frais d'ouverture de dossier [50 \$]) aux clients résidentiels sur les demandes  
10 d'abonnement (emménagement) effectuées au moyen du libre-service sur le Web ;
- 11 • Valider les ajustements apportés aux procédures et aux systèmes pour traiter  
12 adéquatement les demandes des clients à la suite des résultats de l'activité  
13 promotionnelle de 2016.

14 Le projet pilote s'est tenu du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre 2017 auprès de l'ensemble des clients  
15 résidentiels.

16 Par ailleurs, dans sa décision D-2017-118<sup>1</sup>, la Régie approuvait la proposition du Distributeur  
17 de ne facturer aucuns frais au client lorsque sa demande d'abonnement est complétée au  
18 moyen d'un libre-service. Les résultats obtenus de l'activité promotionnelle réalisée en 2016  
19 appuyaient cette proposition, l'incitatif financier proposé ayant un impact significatif sur le  
20 volume de demandes d'abonnement complétées au moyen du libre-service Web. Ainsi  
21 depuis le 1<sup>er</sup> avril 2018, cette modalité est en vigueur.

## 2. SUIVI AU 31 DÉCEMBRE 2017

22 Du mois d'avril à octobre 2017, le Distributeur a publicisé son offre par différents moyens tels  
23 que :

- 24 • campagne de communication interne aux 20 000 employés ;
- 25 • envoi de 2 infolettres à 1,6 M de clients résidentiels ;
- 26 • campagne de publicité traditionnelle : affichage (Fugues, Newad, Atribus et autres  
27 supports STM) et radio ;
- 28 • campagne de publicité numérique : achat de mots-clés et ciblage publicitaire (sites  
29 Web liés au déménagement ainsi que la promotion sur les réseaux sociaux) ;
- 30 • ajout d'un message sur la réponse vocale interactive (RVI) ;

---

<sup>1</sup> Dossier R-3964-2016 - Demande relative à la modification des Conditions de service d'électricité et des frais afférents

- affichage de l'offre sur la page d'accueil du site Web du Distributeur avec un lien vers la page « changer son adresse en ligne ».

1 Les principaux constats que le Distributeur tire du projet pilote sont les suivants :

- 2 • impact favorable de l'incitatif financier sur la part des transactions d'emménagements effectuées par le libre-service sur le Web par rapport aux autres canaux de transaction (représentants, RVI, libre-service sur le Web et courrier) ;
- 3
- 4
- 5 • lissage des appels des clients dans la journée et diminution du temps d'attente attribuable à l'offre sur le Web ainsi que l'élargissement des heures d'ouverture ;
- 6
- 7 • maintien du taux de pénétration du Web lorsque l'incitatif financier est maintenu hors des périodes de campagne.
- 8

## 2.1. Impact de la mesure sur les demandes d'abonnement réalisées par le libre-service sur le Web

9 Le tableau 1 présente l'impact du crédit offert sur les parts de transactions des demandes d'abonnement (emménagements) réalisées par le libre-service sur le Web et par les autres canaux de transactions en 2015, 2016 et 2017.

**TABLEAU 1 :**  
**IMPACT DE L'OFFRE SUR LA PART DES TRANSACTIONS D'EMMÉNAGEMENTS RÉALISÉES PAR LE LIBRE-SERVICE SUR LE WEB ET PAR D'AUTRES CANAUX EN 2015, 2016 ET 2017**

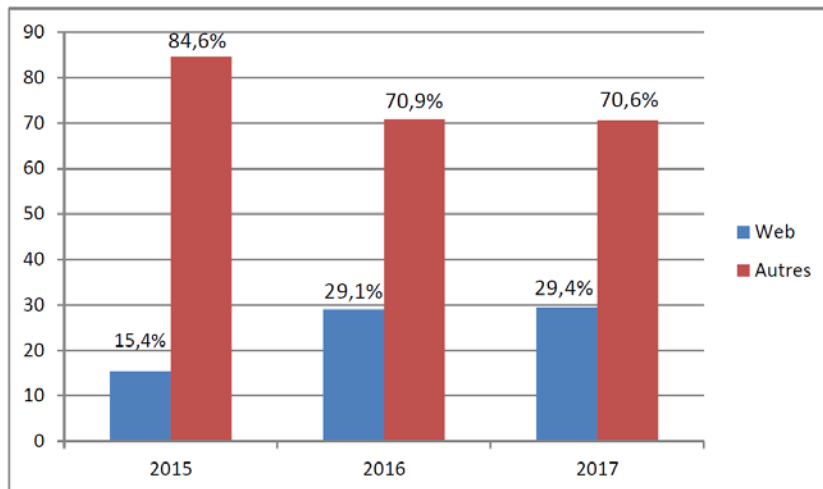
Moyens	Libre-service sur le Web			Autres canaux		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015
avril à septembre*						
<b>Part des transactions</b>	<b>29,4 %</b>	<b>29,1 %</b>	<b>15,4 %</b>	<b>70,6 %</b>	<b>70,9 %</b>	<b>84,6 %</b>
Emménagements	182 739	132 557	67 647	437 952	322 472	370 231

\* pour 2017 la campagne s'est tenue d'avril à décembre

12 Par rapport à 2016 pour la même période, soit d'avril à septembre, le Distributeur constate  
13 une augmentation croissante du nombre de demandes d'abonnement (emménagements)  
14 effectuées au moyen du Web. Malgré un ralentissement des activités de promotion à partir  
15 du 30 septembre 2017, mais tout en gardant un message sur ses lignes téléphoniques après  
16 la pointe de déménagements-emménagements du mois de juillet, la part des transactions  
17 réalisées au moyen du libre-service sur le Web s'est maintenue jusqu'à la fin du projet pilote  
18 en décembre pour une moyenne de 29 %.

19 La figure 1 présente la répartition des différents canaux utilisés pour les demandes  
20 d'emménagements entre avril 2015 et décembre 2017.

**FIGURE 1 :  
DEMANDES D'EMMÉNAGEMENTS WEB VS AUTRES CANAUX DE TRANSACTION  
DE 2015 À 2017**



1 L'augmentation des transactions complétées par le libre-service sur le Web entre 2015 et  
2 2017 s'est traduite par une baisse du volume des transactions par l'entremise des  
3 représentants, du courrier et de la RVI qui sont conjointement passés de 84,6 % à 70,6 %.

## 2.2. Frais crédités

4 Le Distributeur constate, comme dans le projet pilote de 2016, que le nombre de clients  
5 actuels qui se sont prévalus de l'offre est sensiblement équivalent à celui des nouveaux  
6 clients. Le total des frais crédités s'élève à 7,5 M\$ lorsque l'on inclut les frais crédités à la  
7 suite des erreurs techniques comme présenté au tableau 3. Le tableau 2 présente la  
8 répartition des clients, actuels et nouveaux, selon le type de frais crédités.

**TABLEAU 2 :  
FRAIS CRÉDITÉS PAR TYPE DE FRAIS  
PÉRIODE DU 1<sup>ER</sup> AVRIL AU 31 DÉCEMBRE 2017**

Type de frais	Nombre de transactions	Frais par transaction	Total des frais crédités
Ouverture de dossier (nouveaux clients)	85 221	50 \$	4 261 050 \$
Gestion de dossier (clients actuels)	96 685	20 \$	1 933 700 \$
<b>Total</b>	<b>181 906</b>	<b>—</b>	<b>6 194 750 \$</b>

**2.3. Ajustements aux procédures et aux systèmes**

1 À la suite du projet pilote de 2016, certains problèmes empêchant le traitement de la  
 2 demande d’abonnement avec succès par le libre-service sur le Web ont été corrigés. Des  
 3 ajustements au libre-service ont permis de traiter plus de transactions avec succès.  
 4 Toutefois, quelques 20 % des demandes d’abonnement réalisées au moyen du libre-service  
 5 sur le Web n’ont pu être complétées par les clients pour des raisons techniques ou parce  
 6 que le client n’était pas éligible. Comme lors du projet pilote de 2016, le Distributeur constate  
 7 qu’un numéro d’assurance sociale (NAS) non valide ou non fourni, un lieu de consommation  
 8 visé par un défaut de paiement sont des exemples de problèmes rencontrés par les clients  
 9 qui ont dû téléphoner pour finaliser leur demande.

10 Dans le cadre du projet pilote, le Distributeur n’a pas facturé de frais d’abonnement aux  
 11 clients visés par ces problèmes techniques ou blocages. Le tableau 3 présente la répartition  
 12 des clients visés par cette situation du 1<sup>er</sup> avril au 31 décembre 2017. Ces frais sont en sus  
 13 de ceux présentés au tableau 2.

**TABLEAU 3 :**  
**FRAIS CRÉDITÉS PAR TYPE DE FRAIS**  
**TRANSACTIONS COMPLÉTÉES PAR TÉLÉPHONE EN RAISON DE PROBLÈMES TECHNIQUES**

Type de frais	Nombre de transactions	Frais par transaction	Total des frais crédités
Ouverture de dossier (nouveaux clients)	13 935	50 \$	696 750 \$
Gestion de dossier (clients actuels)	32 211	20 \$	644 220 \$
<b>Total</b>	<b>46 146</b>	<b>—</b>	<b>1 340 970 \$</b>

14 Le nombre de transactions complétées par téléphone est plus élevée que lors du projet pilote  
 15 de 2016 et s’explique par un taux de pénétration plus élevé du Web (27 % vs 17 % en 2016)  
 16 et par la durée du projet pilote (13 semaines de plus en 2017). Aucune nouvelle cause  
 17 technique n’a été identifiée comme étant la cause de ces appels.

18 Le Distributeur rappelle que certains problèmes rencontrés par les clients lors de leur  
 19 demande ne seront pas rectifiés. Un exemple est l’impossibilité de compléter la demande en  
 20 ligne lorsque le NAS n’est pas fourni puisqu’il s’agit d’un renseignement obligatoire à la  
 21 conclusion d’une demande d’abonnement en vertu des CS.

**3. CONCLUSION**

22 Les résultats du projet pilote de 2017 confirment ceux de 2016 voulant qu’un incitatif  
 23 financier permet d’accroître le volume des demandes d’abonnement complétées au moyen  
 24 du Web confirmant ainsi l’intérêt de la clientèle pour cette mesure.

- 1 La décision D-2017-118 de la Régie donnant effet à l'article 2.1 des CS en vigueur au
- 2 1<sup>er</sup> avril 2018, permettra au Distributeur de poursuivre la promotion des demandes
- 3 d'abonnement par le libre-service sur le Web pour inciter en continu les clients à utiliser ces
- 4 fonctionnalités Web.
  
- 5 Enfin, le Distributeur compte continuer à travailler à diminuer les causes d'erreurs dans les
- 6 transactions Web afin de rendre la transaction d'abonnement la plus fluide possible pour le
- 7 client.