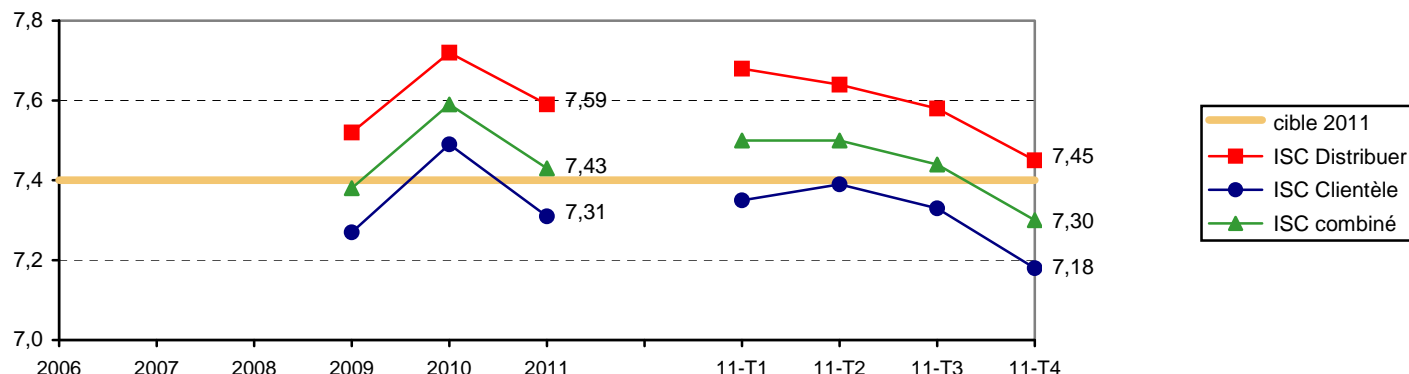


Satisfaction - Affaires (sans GC) / Commercial / Marché agricole

ISC : année 2011



Faits saillants - année 2011

Satisfaction - Affaires (sans GC) / Commercial / Marché agricole

L'ISC combiné des comptes Affaires (sans Grands Comptes) / Commercial / Marché agricole pour l'année 2011 (7,43) perd près de deux dixièmes de point par rapport à celui de l'année 2010 (7,59). La diminution s'est produite dès le premier trimestre (-0,11 par rapport au quatrième trimestre 2010), puis au troisième (-0,06) et quatrième (-0,14) trimestres. Le rapport qualité prix reste stable avec 59% des clients qui considèrent les tarifs raisonnables, tandis que la satisfaction à l'égard de la qualité du service à la clientèle diminue significativement (de 7,7 à 7,5). Ce segment étant composé de plusieurs strates de clients relativement hétérogènes en termes de besoins et de taille, il est difficile d'expliquer les variations de satisfaction de façon globale.

Processus Clientèle

Pour le cumulatif 2011, l'ISC Clientèle se situe à 7,31 comparativement à 7,49 en 2010. En considérant l'ensemble de cette clientèle, la satisfaction de presque toutes les attentes se détériore. Les seules attentes qui n'enregistrent pas de baisse significative sont celles liées à la simplicité de la tarification, l'exactitude des factures, la simplicité de la facture et la clarté des orientations.

rang 2011	Attentes - processus Clientèle	Import. 2011	Satisfaction	
			année 2010	année 2011
1	(p) S'assurer que la facturation soit exacte	9,60	7,8	7,8
3	(p) Traiter tous les clients de façon juste et équitable	9,49	7,7	7,5↓
4R	(p) Traiter les clients avec respect et comprendre leurs besoins	9,49	7,6	7,3↓
8	(p) Planifier l'approvisionnement en électricité pour répondre aux besoins des Québécois	9,32	7,9	7,8↓
11	(p) Obtenir une réponse rapide et efficace au téléphone	9,23	7,3	7,2↓
13	Traiter les demandes des clients rapidement et assurer un suivi	9,18	7,3	7,1↓
15	Avoir une tarification simple basée sur la consommation réelle	9,14	7,5	7,4
16	(p) Proposer une facturation simple et adaptée aux besoins des clients	9,11	7,7	7,6
18	Assurer une tarification optimale, compte tenu de la structure tarifaire existante	8,88	7,0	6,8↓
19	Être proactif et se soucier des besoins spécifiques des clients	8,86	7,3	7,1↓
22	Savoir où s'adresser pour une demande ou une question	8,79	7,1	6,8↓
24	Donner des conseils pour favoriser les économies d'énergie	8,69	7,5	7,1↓
30	Offrir des subventions pour des projets et des équipements en économie d'énergie	8,57	7,2	6,9↓
32	Donner des conseils et des outils pour mieux comprendre la facture, la tarification et la consommation	8,53	7,5	7,3↓
33R	Avoir des orientations, des objectifs, des projets et des programmes clairs et cohérents	8,51	7,2	7,1
35R	Offrir des relations d'affaires personnalisées et suivies	8,29	7,0	6,8↓
37	Offrir des choix en ce qui concerne les façons de payer l'électricité	7,97	8,2	8,0↓
38	Favoriser l'utilisation d'Internet pour l'obtention d'information et de services	7,61	8,0	7,9↓
Indice de Satisfaction de la Clientèle (ISC) ¹			7,49	7,31

¹ Cet indice prend en compte toutes les attentes des clients reliées au processus et en mesure la satisfaction, pondérée selon l'importance.

↑ Les flèches indiquent les écarts significatifs entre les données « année 2010 » et « année 2011 ».

(p) Attente prioritaire 2010.

Faits saillants - année 2011

Satisfaction - Affaires (sans GC) / Commercial / Marché agricole

Analyse par strate À l'exception des comptes associés à la strate 1, les ISC Clientèle de toutes les strates diminuent par rapport à 2010. Celui des clients de la strate 3 (clients d'affaires dont la somme des comptes est inférieure à 350 000\$) enregistre une baisse particulièrement marquée qui touche toutes les attentes sauf une. La baisse la plus marquée de satisfaction pour la strate 3 (-0,5) s'observe à l'égard de l'offre de subvention en efficacité énergétique. Les attentes liées aux programmes (-0,4) et aux conseils en efficacité énergétique (-0,4) sont également celles qui affichent les diminutions les plus importantes pour la strate commerciale. Les modifications apportées à l'offre de programmes en efficacité énergétique, particulièrement le retrait du programme Produits efficaces, peut expliquer ces baisses. Si on exclut les comptes associés à la strate 1, ce sont les autres clients d'affaires (strates 2 et 3) qui affichent les niveaux les plus bas de ce segment.

	Comptes associés Strate 1	Strate 2	Strate 3	Commercial	Marché agricole	TOTAL
ISC Clientèle 2010	7,53	7,19	7,45	7,52	7,61	7,49
ISC Clientèle 2011	7,49	7,09	7,16	7,34	7,41	7,31

Contacts Pour l'année 2011, 27% des clients disent avoir contacté Hydro-Québec par téléphone pour des motifs autres que pour une panne ou une interruption planifiée, dans les trois mois précédant le sondage, proportion similaire à celle observée en 2010 (26%). Durant la même période, 19% des clients ont consulté le site internet d'Hydro-Québec comparativement à 20% en 2010. La satisfaction à l'égard de ces contacts est plus élevée pour la consultation du site internet (7,7 sur 10) que pour les contacts téléphoniques (7,0 sur 10). La proportion de clients qui contactent Hydro-Québec ou qui consultent le site internet varie beaucoup d'une strate à l'autre et semble liée au niveau de revenus généré par les clients.

Résultats pour l'année 2011 (... au cours des 3 mois précédant le sondage)	Comptes associés Strate 1	Strate 2	Strate 3	Commercial	Marché agricole	TOTAL
Ont appelé HQ⁽¹⁾						
- Pourcentage	59 %	45 %	30 %	22 %	11 %	27 %
- Satisfaction	8,1	6,6	7,1	6,6	6,8	7,0
Ont consulté le site Internet d'HQ						
- Pourcentage	50 %	43 %	23 %	12 %	7 %	19 %
- Satisfaction	8,1	7,8	7,3	7,5	7,5	7,7

¹⁾ Pour une raison autre qu'une panne ou une interruption planifiée, plusieurs mentions possibles

Processus Distribuer

L'ISC Distribuer de l'année 2011 (7,59) diminue d'un peu plus d'un dixième de point par rapport à l'année 2010 (7,72). Neuf attentes sur quatorze affichent des baisses significatives de satisfaction.

rang 2011	Attentes - processus Distribuer	Import. 2011	Satisfaction	
			année 2010	année 2011
1	(p) S'assurer que la facturation soit exacte	9,60	7,8	7,8
2	(p) S'assurer que les installations d'H-Q et celles du client soient sécuritaires	9,52	8,1	8,0↓
5R	(p) Aviser à l'avance lors d'interruptions planifiées	9,49	7,7	7,8
6	(p) Agir rapidement et efficacement lors de l'entretien et la réparation du réseau	9,43	7,9	7,8↓
9N	Tenir compte des clients pour déterminer les moments où H-Q doit interrompre le courant	9,25	---	7,6
10	(p) Assurer une fiabilité presque parfaite du réseau	9,23	8,2	8,1↓
12	(p) Informer rapidement et correctement de la durée des pannes	9,20	7,7	7,5↓
13	(p) Traiter les demandes des clients rapidement et assurer un suivi	9,18	7,3	7,1↓
14	Respecter les délais annoncés lors d'interruptions planifiées	9,15	8,0	7,9↓
17	Se préoccuper de l'environnement dans les projets et les activités	9,07	7,6	7,5
20	Utiliser des compteurs faciles à comprendre	8,84	7,1	6,8↓
23	Réduire les fluctuations de tension	8,73	8,0	7,9
26	Fournir de l'information sur l'utilisation sécuritaire de l'électricité	8,64	7,8	7,6↓
31	Offrir de l'aide aux clients lors de pannes prolongées	8,55	7,1	6,7↓
Indice de Satisfaction de la Clientèle (ISC)¹			7,72	7,59

¹ Cet indice prend en compte toutes les attentes des clients reliées au processus et en mesure la satisfaction, pondérée selon l'importance.

↕ Les flèches indiquent les écarts significatifs entre les données « année 2010 » et « année 2011 ».

(p) Attente prioritaire 2010.

Faits saillants - année 2011

Satisfaction - Affaires (sans GC) / Commercial / Marché agricole

Analyse par strate La satisfaction de la strate des comptes associés est la seule à avoir enregistré une légère hausse en 2011. Les diminutions les plus marquées s'observent principalement dans la strate 3 et le marché agricole.

	Comptes associés Strate 1	Strate 2	Strate 3	Commercial	Marché agricole	TOTAL
ISC Distribuer 2010	7,75	7,57	7,69	7,74	7,76	7,72
ISC Distribuer 2011	7,83	7,45	7,42	7,62	7,57	7,59

Pannes et interruptions planifiées Pour l'année 2011, 38% des clients affirment avoir subi une panne dans les trois mois précédant le sondage, proportion plus élevée que celle obtenue pour l'année 2010 (34%). Ce pourcentage est particulièrement élevé au troisième trimestre (51%). Toujours au cours des trois mois précédant le sondage et tout comme en 2010, 19% des répondants déclarent avoir subi une interruption de courant pour laquelle ils avaient été avisés.

Gestion et autres processus

Dix attentes liées à la gestion et aux autres processus d'Hydro-Québec enregistrent des baisses de satisfaction en 2011. La majorité des diminutions se sont produites graduellement tout au long de l'année. La moyenne de satisfaction des attentes de ce regroupement est passée de 7,18 en 2010, à 7,08 au premier semestre 2011, puis à 6,94 au second semestre 2011. On retrouve une seule exception : la moyenne de satisfaction des attentes liées à la gestion des comptes associés à la strate 1 s'améliore en 2011 et rattrape même le terrain perdu en 2010.

rang 2011	Attentes - autres processus	Import. 2011	Satisfaction	
			année 2010	année 2011
7	(p) Offrir des tarifs bas et concurrentiels	9,38	7,5	7,0↓
8	(p) Planifier l'approvisionnement en électricité pour répondre aux besoins des Québécois	9,32	7,9	7,8↓
17	(p) Se préoccuper de l'environnement dans les projets et les activités	9,07	7,6	7,5
21	Aider au développement économique du Québec	8,83	7,8	7,6↓
25	Avoir plus de transparence dans la gestion et les interventions	8,69	6,8	6,8
27	Offrir des tarifs ajustés aux particularités des clients	8,63	6,9	6,6↓
28	S'impliquer en recherche de nouvelles technologies	8,62	7,6	7,5↓
29	Dédommager les clients suite aux pannes et aux fluctuations de courant	8,59	5,6	5,4↓
33R	Avoir des orientations, des objectifs, des projets et des programmes clairs et cohérents	8,51	7,2	7,1
34	Améliorer l'organisation et la gestion	8,47	6,7	6,8
36	Avoir une politique de dépôt et de frais de branchement souple	8,00	6,9	6,7↓
39	Offrir la possibilité aux clients de produire de l'électricité pour leurs besoins (autoproduction)	7,61	7,1	6,7↓
40	Enfouir les fils électriques	7,48	6,8	6,9
41	Exporter de l'électricité et du savoir-faire	7,34	7,7	7,6↓
42	Améliorer l'image de l'entreprise	7,21	7,3	7,1↓

↑↓ Les flèches indiquent les écarts significatifs entre les données « année 2010 » et « année 2011 ».
(p) Attente prioritaire 2010.

Cliquez sur le lien pour consulter les [résultats de satisfaction des semestres de 2011](#)