

Services de télécoms en ligne et relation client



NETendances²⁰¹⁷
UNE INITIATIVE DU  **cefrio**

Édition 2017
Volume 8 – Numéro 6

AVEC LA COLLABORATION DE





RECHERCHE

Votre partenaire en sondage depuis 30 ans.

Spécialiste en recherche marketing et sociale



Sondages



Recherche Marketing



Recherche sociale



Mesure de la satisfaction

2021 Ave. Union #1221
Montréal (Québec) H3A2S9

Téléphone : 514-288-1980
Télécopieur : 514-288-6607

www.biprecherche.com

Table des matières

Méthodologie	4
Faits saillants de l'enquête 2017	5
1. Profil des abonnés aux services de télécoms	6
1.1 Abonnement des Québécois aux différents services de télécoms.....	6
1.2 Certains Québécois prévoient réduire le budget de leur foyer associé aux services de télécoms.....	7
2. La relation client en ligne	8
2.1 Un Québécois sur deux choisit un canal de communication numérique.....	8
2.2 Les agents virtuels suscitent l'intérêt des internautes milléniaux.....	9
2.3 Les milléniaux sont les plus à l'aise de partager leurs données personnelles.....	10
3. La place du Web dans le parcours client	11
3.1 La recherche d'information se fait d'abord en ligne.....	11
3.1.1 La majorité des Québécois n'envisage qu'une seule démarche.....	11
3.1.2 La place importante qu'occupent les sites Internet des fournisseurs de services.....	13
3.2 L'obtention d'une soumission en libre-service sur Internet intéresse les 35 à 54 ans.....	14
3.3 Un adulte sur quatre privilégie l'abonnement en ligne.....	15
3.3.2 Certains Québécois sont prêts à s'abonner à de nouveaux produits ou services sur Internet.....	16
3.4 La gestion du compte en libre-service sur Internet.....	17

SERVICES DE TÉLÉCOMS EN LIGNE ET RELATION CLIENT

L'enquête *NETendances 2017* a été réalisée par le CEFRIO, avec la collaboration de BIP, et financée par le Mouvement des caisses Desjardins, Vidéotron et le ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale.

ÉQUIPE DE PROJET

Claire Bourget

Directrice principale, recherche marketing, CEFRIO
Coordination du projet

Maggie Poulin de Courval

Chargée de projet, CEFRIO
Analyse des données et rédaction

ÉQUIPE D'ÉDITION

Guillaume Ducharme

Vice-président, communications et affaires corporatives, CEFRIO

Marie-Guy Maynard

Traductrice agréée, Traductions MGM
Révision linguistique

Merci à l'équipe de BIP pour sa collaboration à la collecte et au traitement des données.

Dépôt légal : 2018

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN (PDF) : (1923-6565)

Ce numéro peut être consulté en ligne ou téléchargé en format PDF à partir de la section « Publications » du site Web du CEFRIO : www.cefrio.qc.ca.

L'information contenue aux présentes ne peut être utilisée ou reproduite à moins d'une autorisation écrite du CEFRIO.

Crédit photo : [Kaitlyn Baker](#) sur [Unsplash](#)

MERCI À NOS PARTENAIRES FINANCIERS :



Méthodologie

Pour réaliser le volet « Services de télécoms en ligne et relation client » de l'enquête *NETendances 2017*, nous avons utilisé une collecte de données réalisée du 14 au 28 novembre 2017 au cours de laquelle nous avons interrogé, par voie téléphonique, 1 003 adultes québécois pouvant s'exprimer en français ou en anglais, âgés de 18 ans et plus. Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe, de l'âge, de la région et de la langue des répondants afin d'assurer la représentativité de l'ensemble des adultes québécois. La marge d'erreur maximale, selon la proportion estimée, se situe à $\pm 3,09\%$ pour la base des adultes et à $\pm 3,18\%$ pour la base des internautes, et ce, 19 fois sur 20.

Aux fins du sondage, 16 régions administratives du Québec ont été regroupées en cinq grandes régions :

- > RMR de Montréal (Montréal, Laval, Lanaudière [RMR], les Laurentides [RMR] et la Montérégie [RMR]);
- > RMR de Québec (Québec [RMR] et la Chaudière-Appalaches [RMR]);
- > Est du Québec (le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay–Lac-Saint-Jean, la Côte-Nord et la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine);
- > Centre du Québec (la Mauricie, l'Estrie, le Centre-du-Québec, Québec [hors RMR] et la Chaudière-Appalaches [hors RMR]);
- > Ouest du Québec (l'Outaouais, l'Abitibi-Témiscamingue, Lanaudière [hors RMR], les Laurentides [hors RMR] et la Montérégie [hors RMR]).

Note :

- Les chiffres **en rouge** indiquent des résultats significativement supérieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % - **en gras rouge**, l'intervalle de confiance est de 99 %.
- Les chiffres **en bleu** indiquent des résultats significativement inférieurs au total, dans un intervalle de confiance d'au moins 95 % - **en gras bleu**, l'intervalle de confiance est de 99 %.

Faits saillants de l'enquête

Abonnement

La majorité des adultes sont abonnés aux différents services de télécoms et n'ont pas l'intention de réduire le budget associé à ses services (57 %).

La quasi-totalité des 18 à 34 ans sont abonnés à Internet à la maison et la totalité à la téléphonie mobile. Les services télévisés sont plus populaires auprès des 55 à 64 ans, tandis que la téléphonie résidentielle est présente dans la totalité des foyers des personnes des 65 ans et plus.

La relation client

Canaux de communication



Un Québécois sur deux choisit un canal de communication numérique pour contacter son fournisseur de services de télécoms, le courriel étant le plus populaire à 26 %. Les 18 à 24 ans sont plus nombreux à choisir le clavardage (chat), autant sur le site Web du fournisseur (33 %) que sur les réseaux sociaux (12 %). De leur côté, les adultes âgés de 65 ans ou plus (64 %) préfèrent opter pour un moyen non numérique.

Agents virtuels



Les internautes de 18 à 34 ans sont significativement plus intéressés (51 %) à interagir avec un agent virtuel si cela leur permet d'accéder à l'information recherchée plus rapidement. Ce pourcentage se situe à 37 % pour l'ensemble des internautes québécois.

Partage de données



Un peu plus du quart des Québécois est très ou assez à l'aise de partager ses données personnelles avec son fournisseur de services de télécommunications si cela peut lui permettre d'améliorer ou de personnaliser son service. Encore une fois, on retrouve un plus grand nombre d'adultes de 18 à 34 ans ouverts à l'idée (36 %).

Le parcours client

1. LA RECHERCHE D'INFORMATION

53 %

vont commencer leur magasinage par des recherches Web. Les sites Internet des fournisseurs de services sont la source d'information la plus consultée (76 %).

15 %

vont consulter leur entourage en deuxième lieu.

52 %

vont entreprendre une seule et unique démarche.

2. L'OBTENTION D'UNE SOUMISSION EN LIGNE

52 %

des adultes âgés de 35 à 54 ans affirment qu'il est très ou assez probable qu'ils obtiennent une soumission en ligne par eux-mêmes, sans faire affaire avec un conseiller, si l'option est offerte. Ce pourcentage s'élève à 47 % chez l'ensemble des Québécois.

3. L'ABONNEMENT EN LIGNE

27 %

des Québécois privilégient de compléter la transaction d'abonnement à des services de télécoms sur Internet, soit sur le site Web du fournisseur ou sur son application mobile.

43 %

des adultes envisageraient de réaliser une transaction d'abonnement à un nouveau produit ou service de télécoms par eux-mêmes sur Internet sans faire affaire avec un conseiller.

4. LA GESTION DU COMPTE EN LIBRE-SERVICE SUR LE WEB

54 %

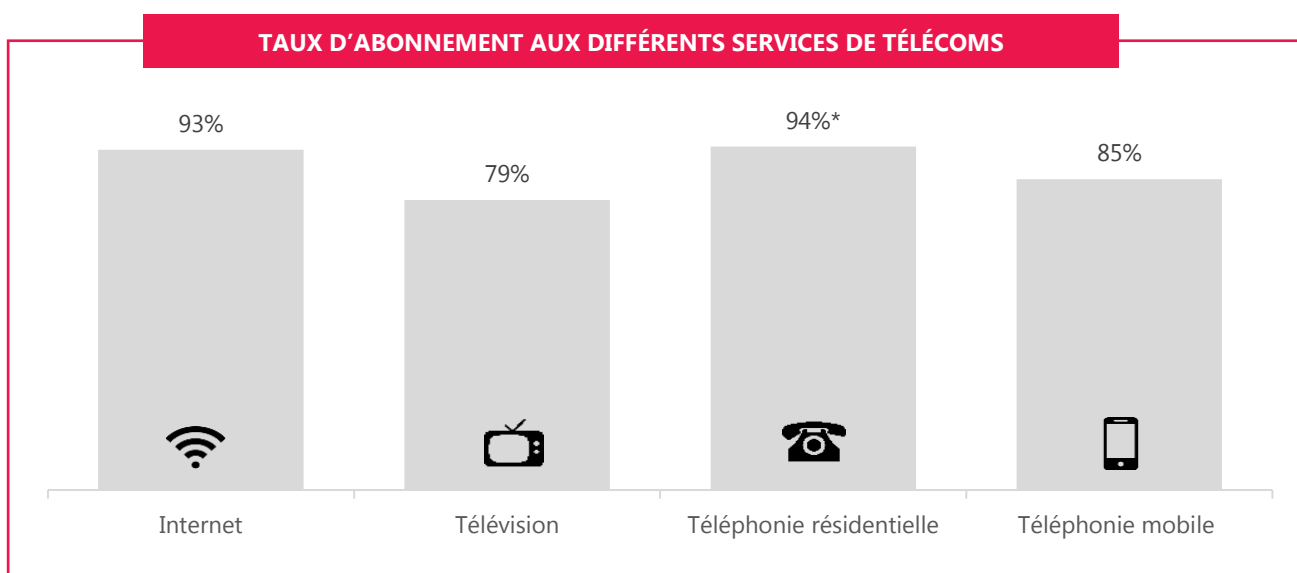
des adultes affirment qu'il est très ou assez probable qu'ils modifient les paramètres de leurs services de télécoms par eux-mêmes sur Internet, sans l'aide d'un conseiller. Ce pourcentage est plus faible pour résoudre une panne (39 %) ou pour un problème de facturation (38 %).

1. Profil des abonnés aux services de télécoms

Les services de télécommunications sont nombreux, et englobent toutes les formes de communications à distance. Dans le présent fascicule, nous nous attarderons uniquement sur les services de télévision, d'Internet, de téléphonie résidentielle et de téléphonie mobile.

1.1 Abonnement des Québécois aux différents services de télécoms

Une majorité de Québécois sont abonnés aux différents services de télécommunications à la maison. Presque tous les 18 à 34 ans sont abonnés à Internet à la maison (99 %). Les adultes âgés de 18 à 34 ans sont également plus nombreux à être abonnés à la téléphonie mobile (100 %), de même que les 25 à 44 ans (94 % pour les 25 à 34 ans et 89 % pour les 35 à 44 ans). Les services télévisés sont plus populaires auprès des 55 à 64 ans, tandis que la téléphonie résidentielle est présente dans la totalité des foyers des personnes de 65 ans et plus.



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : À la maison, êtes-vous abonné à un service de téléphone fixe? Personnellement, disposez-vous d'un téléphone intelligent ou d'un téléphone mobile de base? À la maison, disposez-vous d'une connexion à Internet? Est-ce que vous ou un membre de votre foyer êtes présentement abonné à un service de télévision à la maison?

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Internet	93 %	94 %	92 %	99 %	96 %	96 %	96 %	91 %	86 %	83 %
Télévision	79 %	79 %	79 %	76 %	69 %	74 %	83 %	88 %	84 %	81 %
Téléphonie résidentielle	94 %	94 %	94 %	90 %	84 %	93 %	96 %	98 %	100 %	100 %
Téléphonie mobile	85 %	84 %	86 %	100 %	94 %	89 %	88 %	79 %	68 %	74 %

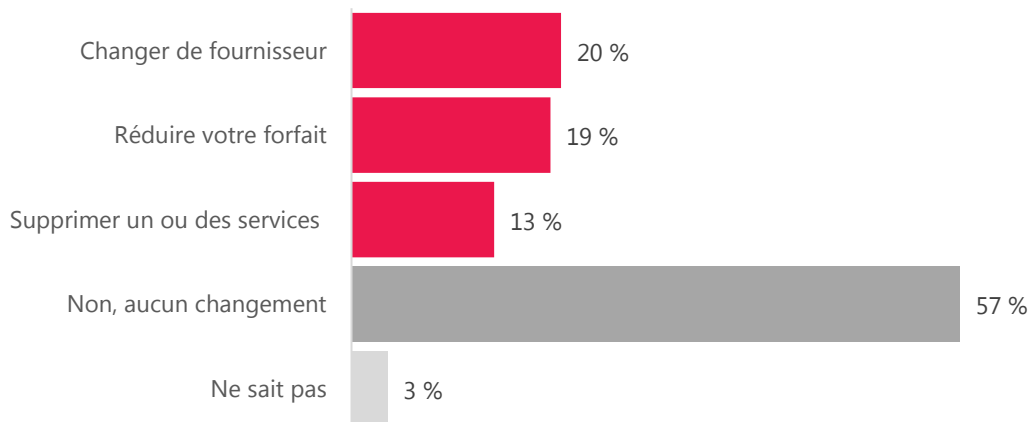
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Internet	93 %	86 %	96 %	97 %	76 %	89 %	93 %	95 %	96 %	98 %
Télévision	79 %	81 %	84 %	75 %	63 %	77 %	84 %	80 %	83 %	82 %
Téléphonie résidentielle	94 %	100 %	93 %	95 %	93 %	95 %	94 %	90 %	99 %	94 %
Téléphonie mobile	85 %	81 %	87 %	87 %	56 %	80 %	85 %	90 %	86 %	96 %

*Nous croyons que la méthode de collecte utilisée pour cette enquête surestime le taux de pénétration de la téléphonie résidentielle. Selon Statistiques Canada, c'est 77 % des ménages québécois qui sont abonnés aux services filaires.

1.2 Certains Québécois prévoient réduire le budget de leur foyer associé aux services de télécoms

Les familles avec enfants (27 %) ainsi que les 35 à 44 ans (26 %) sont plus nombreux à envisager changer de fournisseur de services de télécoms au cours des 12 prochains mois. La suppression d'un ou de plusieurs services est envisagée par un plus grand nombre d'adultes âgés de 45 à 54 ans (18 %), tandis que la réduction du forfait, soit le nombre de chaînes ou la quantité de données, est une solution plus présente auprès des 35 à 44 ans (23 %) et des 65 à 74 ans (25 %).

MOYENS PRÉVUS POUR RÉDUIRE LE BUDGET ASSOCIÉ AUX SERVICES DE TÉLÉCOMS DANS LES 12 PROCHAINS MOIS



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Au cours des 12 prochains mois, prévoyez-vous poser l'une des actions suivantes afin de réduire le budget de votre foyer réservé aux services de télécom?

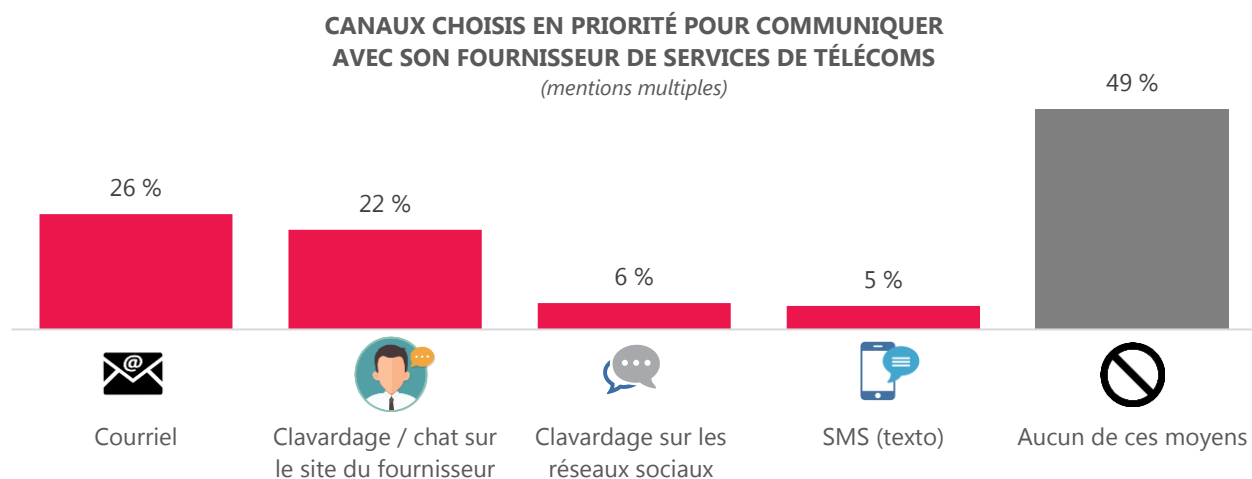
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Foyer avec enfant(s)	Foyer sans enfant	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Changer de fournisseur	20 %	27 %	16 %	19 %	24 %	26 %	22 %	15 %	15 %	9 %
Réduire votre forfait	19 %	21 %	18 %	12 %	11 %	23 %	22 %	19 %	25 %	16 %
Supprimer un ou des services	13 %	16 %	13 %	3 %	16 %	16 %	18 %	15 %	10 %	9 %
Aucun changement	57 %	49 %	61 %	64 %	59 %	51 %	50 %	60 %	62 %	62 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Changer de fournisseur	20 %	17 %	19 %	22 %	13 %	19 %	22 %	28 %	14 %	22 %
Réduire votre forfait	19 %	14 %	20 %	22 %	22 %	12 %	19 %	29 %	17 %	19 %
Supprimer un ou des services	13 %	8 %	16 %	15 %	10 %	6 %	16 %	17 %	15 %	17 %
Aucun changement	57 %	65 %	56 %	53 %	64 %	65 %	60 %	50 %	57 %	53 %

2. La relation client en ligne

2.1 Un Québécois sur deux choisit un canal de communication numérique

Un adulte québécois sur deux opérerait en priorité pour un canal de communication numérique afin d'entrer en contact avec son fournisseur de services de télécoms. Le courriel est le plus populaire, choisi par 26 % des adultes québécois, suivi de près par le clavardage (*chat*) sur le site Web du fournisseur de services à 22 %. Les adultes âgés de 18 à 34 ans sont plus nombreux à opter pour toutes les formes de clavardage, autant sur le site du fournisseur (33 %) que sur les réseaux sociaux (12 %), tandis que les textos sont plus populaires auprès des hommes (7 %) que des femmes (4 %). Près des deux tiers (64 %) des adultes âgés de 65 ans ou plus ne choisiraient aucun des canaux numériques proposés pour communiquer avec leur fournisseur de services de télécoms (64 %). On peut supposer qu'ils le feraient par les canaux traditionnels.



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Parmi les options suivantes, quelles sont celles que vous choisiriez en priorité si vous aviez à communiquer avec votre fournisseur de télécoms ?

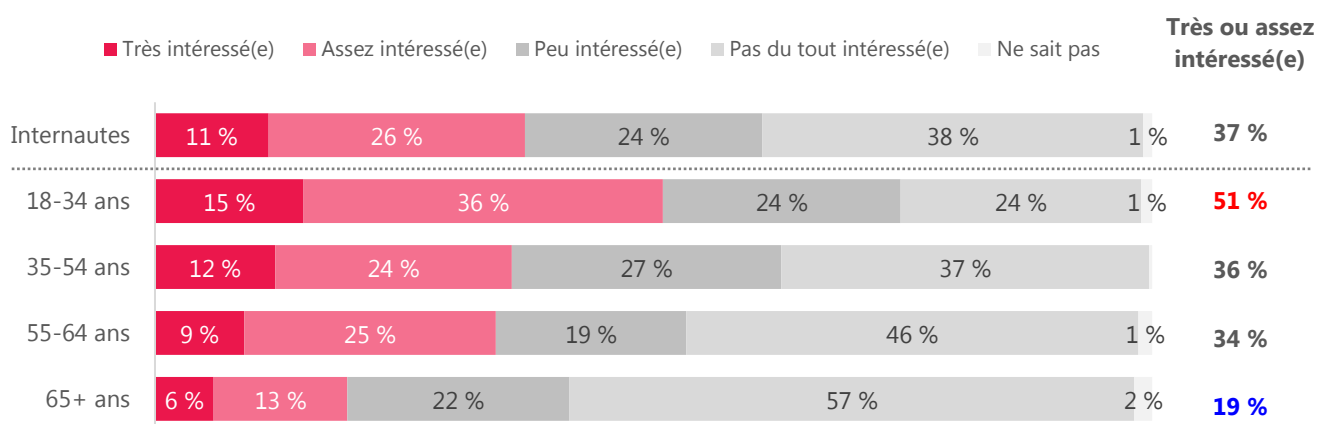
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Courriel	26 %	27 %	24 %	22 %	27 %	28 %	28 %	22 %	25 %	31 %
Clavardage (<i>chat</i>) sur le site du fournisseur	22 %	21 %	23 %	33 %	33 %	30 %	18 %	22 %	7 %	2 %
Clavardage sur les réseaux sociaux	6 %	4 %	8 %	12 %	12 %	3 %	2 %	6 %	4 %	4 %
SMS (texto)	5 %	7 %	4 %	5 %	6 %	5 %	8 %	5 %	2 %	3 %
Aucun de ces moyens	49 %	48 %	50 %	40 %	38 %	43 %	50 %	53 %	64 %	63 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Prim./Secun.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Courriel	26 %	18 %	30 %	30 %	27 %	16 %	21 %	26 %	24 %	32 %
Clavardage (<i>chat</i>) sur le site du fournisseur	22 %	12 %	25 %	29 %	13 %	19 %	20 %	29 %	29 %	30 %
Clavardage sur les réseaux sociaux	6 %	6 %	5 %	6 %	12 %	10 %	5 %	6 %	4 %	3 %
SMS (texto)	5 %	7 %	5 %	4 %	5 %	4 %	6 %	1 %	10 %	4 %
Aucun de ces moyens	49 %	62 %	47 %	40 %	53 %	61 %	54 %	45 %	43 %	40 %

2.2 Les agents virtuels suscitent l'intérêt des internautes milléniaux

Un peu plus d'un internaute québécois sur trois serait très ou assez intéressé à interagir avec un agent virtuel sur le site Internet de son fournisseur de services de télécoms sachant que cela permettrait d'avoir un accès rapide à l'information recherchée. Les internautes âgés de 18 à 34 ans sont significativement plus intéressés, à 51 %, tandis que ceux de 65 ans ou plus sont moins nombreux à l'être (19 %). Les diplômés universitaires (46 %) ainsi que les répondants dont le revenu familial est de 100 000 \$ ou plus (50 %) sont également plus nombreux à être intéressés à interagir avec des agents virtuels. Comparativement au secteur bancaire (22 % des internautes²), un plus grand nombre d'internautes québécois démontrent un intérêt pour interagir avec un *chatbot* dans un contexte de services de télécoms (37% des internautes).

INTÉRÊT DES INTERNAUTES À FAIRE AFFAIRE AVEC UN AGENT VIRTUEL SUR LE SITE WEB DU FOURNISSEUR DE SERVICES DE TÉLÉCOMS



Base : internautes québécois (n=948)

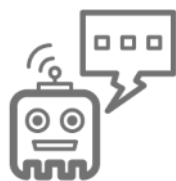
Question : *Personnellement, seriez-vous intéressé(e) à faire affaire avec un agent virtuel sur le site Internet de votre fournisseur de services de télécoms, sachant qu'il vous permettrait d'avoir un accès rapide à l'information recherchée?*

Parmi les internautes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Très ou assez intéressé(e)	37 %	39 %	36 %	61 %	45 %	40 %	33 %	34 %	23 %	9 %
Peu ou pas du tout intéressé(e)	62 %	60 %	64 %	38 %	54 %	60 %	67 %	65 %	76 %	88 %
Ne sait pas	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	-	-	1 %	1 %	3 %

Parmi les internautes québécois	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Très ou assez intéressé(e)	37 %	28 %	34 %	46 %	26 %	32 %	31 %	41 %	42 %	50 %
Peu ou pas du tout intéressé(e)	62 %	70 %	66 %	54 %	74 %	68 %	69 %	59 %	58 %	49 %
Ne sait pas	1 %	2 %	-	1 %	-	-	-	-	-	1 %

² « Services bancaires en ligne », NETendances 2017, vol.8, n° 3

LES CHATBOTS GÉNÉRERAIENT PLUS D'ÉMOTIONS POSITIVES



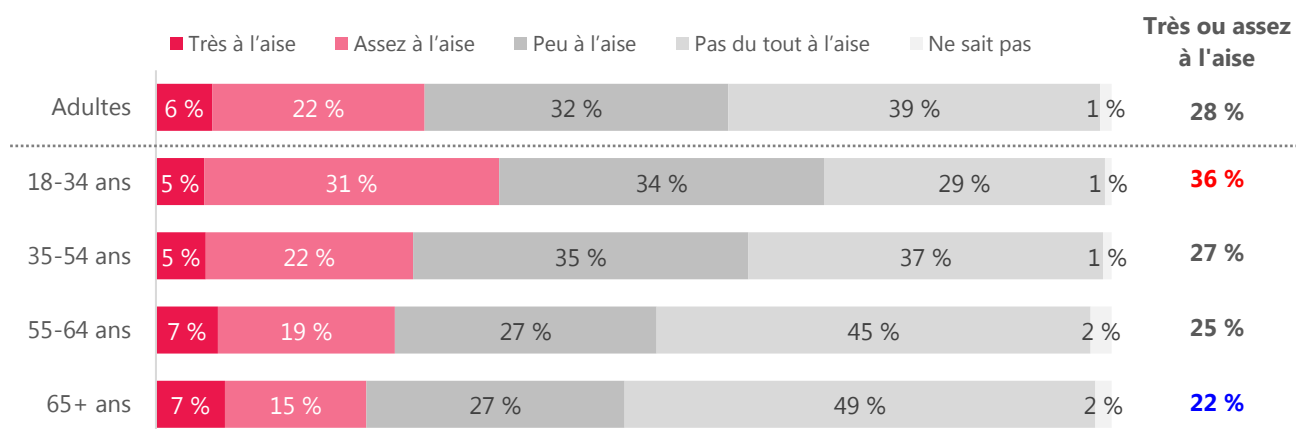
Selon une récente étude réalisée par imarklab, les agents virtuels (*chatbots*) généreraient plus d'émotions positives que le peuvent les outils de recherche intégrés dans les sites Web. En effet, la valence émotionnelle moyenne, soit l'intensité positive ou négative de l'émotion pendant une tâche, était significativement plus élevée pour les *chatbots* (-0,26 comparativement à -0,37 pour les sites Web). L'étude émet l'hypothèse que plus un agent virtuel (*chatbot*) est humanisé, plus il génère d'émotions positives puisque l'interaction avec un individu, même simulé, favorise davantage les émotions positives que de le faire avec une interface.

Source : « *Chatbots au banc d'essais : l'intelligence artificielle surpasse-t-elle les sites Web?* », imarklab, le 15 décembre 2017

2.3 Les milléniaux sont les plus à l'aise de partager leurs données personnelles

Dans l'éventualité que le partage des données personnelles permette d'améliorer ou de personnaliser leurs services de télécoms, 28 % des adultes québécois seraient très ou assez à l'aise de partager leurs données personnelles. Cette proportion est significativement plus importante chez les adultes âgés de 18 à 34 ans (36 %). Les hommes (32 %) sont également plus nombreux à être à l'aise avec ce concept comparativement aux femmes (25 %).

NIVEAU D'AISANCE À PARTAGER DES DONNÉES PERSONNELLES AVEC LE FOURNISSEUR DE SERVICES DE TÉLÉCOMS



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Si cela vous permettait d'améliorer ou de personnaliser vos services de télécoms, à quel point seriez-vous à l'aise de partager des données personnelles avec votre fournisseur ? Seriez-vous...

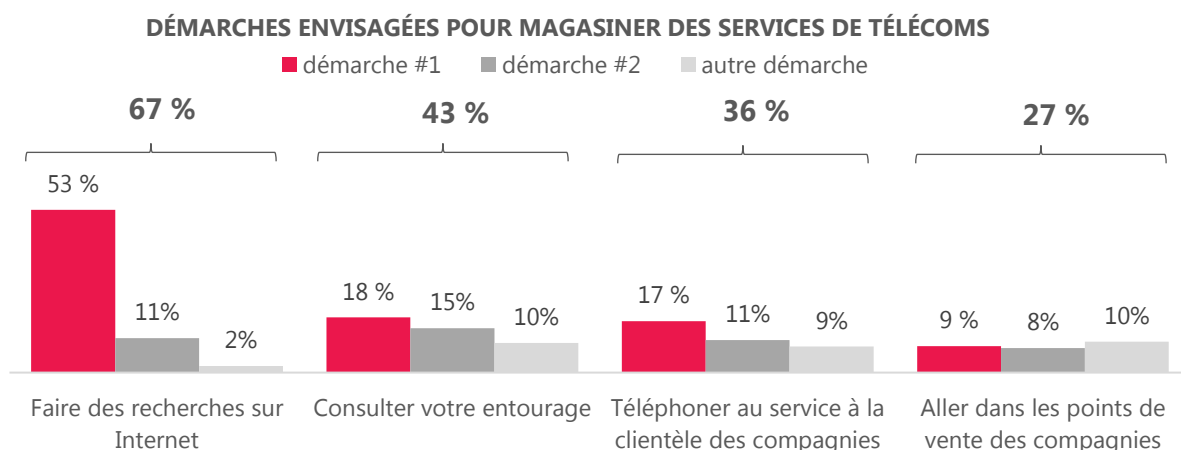
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Très ou assez à l'aise	28 %	32 %	25 %	37 %	36 %	29 %	25 %	25 %	23 %	19 %
Peu ou pas du tout à l'aise	71 %	68 %	74 %	62 %	64 %	70 %	74 %	73 %	76 %	77 %
Ne sait pas	1 %	-	2 %	1 %	-	1 %	1 %	2 %	1 %	4 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Très ou assez à l'aise	28 %	30 %	30 %	26 %	26 %	22 %	36 %	33 %	40 %	26 %
Peu ou pas du tout à l'aise	71 %	68 %	69 %	73 %	74 %	75 %	63 %	66 %	60 %	74 %
Ne sait pas	1 %	2 %	1 %	1 %	-	3 %	1 %	1 %	-	-

3. La place du Web dans le parcours client

3.1 La recherche d'information se fait d'abord en ligne

Quand vient le moment de magasiner des services de télécoms, un peu plus d'un Québécois sur deux (53 %) débute par des recherches sur Internet. Les adultes âgés de 18 à 24 ans (70 %) et ceux de 35 à 44 ans (67 %) sont plus nombreux à y avoir recours en premier lieu. De leur côté, les 65 à 74 ans (26 %) optent en plus grand nombre pour consulter leur entourage en premier, tout comme les femmes (45 %), tandis que les 75 ans et plus (29 %) vont téléphoner au service à la clientèle des compagnies. La majorité des adultes se contente d'une seule et unique démarche (52 %). En deuxième lieu, les adultes québécois consultent leur entourage (15 %). Les adultes âgés de 35 à 44 ans (20 %) sont significativement plus nombreux à l'envisager. Les femmes (14 %), de leur côté, optent en plus grand nombre pour faire des recherches Web comme deuxième démarche. Il est intéressant de noter qu'à un moment ou à un autre durant leur recherche d'information, les deux tiers des adultes vont faire des recherches sur Internet (67 %). Un nombre considérable d'adultes (43 %) vont consulter leur entourage, un sur trois va téléphoner au service à la clientèle des fournisseurs de services de télécoms et un peu plus d'un sur quatre (27 %) va aller dans un point de vente.

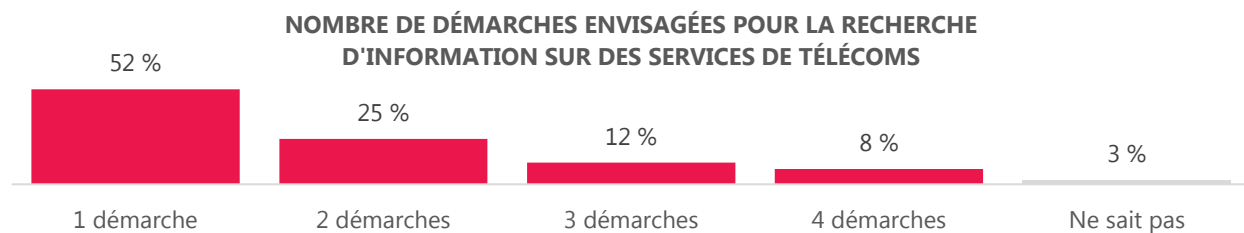


Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Si vous aviez à magasiner ou à rechercher des informations sur des services de télécoms, quelles seraient toutes les démarches, parmi les suivantes, que vous entreprendriez ? Que feriez-vous en premier ? Que feriez-vous en deuxième ?

3.1.1 La majorité des Québécois n'envisage qu'une seule démarche

La majorité des Québécois (52 %) n'envisage qu'une seule et unique démarche pour la recherche d'information sur les services de télécoms. Les adultes âgés de 75 ans ou plus (64 %) ainsi que les moins scolarisés (57 %) sont plus nombreux à n'entreprendre qu'une seule démarche. Un adulte sur quatre va entreprendre une deuxième démarche, et une faible proportion de la population va faire plus de deux démarches (20 %).



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Si vous aviez à magasiner ou à rechercher des informations sur des services de télécoms, quelles seraient toutes les démarches, parmi les suivantes, que vous entreprendriez- NOMBRE DE DÉMARCHES ?

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Faire des recherches sur Internet (total)	67 %	68 %	65 %	84 %	73 %	80 %	70 %	58 %	49 %	39 %
- Comme 1 ^{re} démarche	53 %	57 %	50 %	70 %	57 %	67 %	58 %	42 %	34 %	36 %
- Comme 2 ^e démarche	11 %	9 %	14 %	12 %	13 %	11 %	10 %	13 %	14 %	-
Consulter votre entourage (total)	42 %	39 %	45 %	40 %	46 %	42 %	43 %	42 %	41 %	34 %
- Comme 1 ^{re} démarche	18 %	15 %	22 %	10 %	19 %	15 %	18 %	20 %	26 %	18 %
- Comme 2 ^e démarche	15 %	16 %	13 %	18 %	14 %	20 %	14 %	14 %	8 %	14 %
Téléphoner au service à la clientèle des compagnies (total)	36 %	36 %	36 %	29 %	37 %	29 %	38 %	39 %	41 %	37 %
- Comme 1 ^{re} démarche	17 %	18 %	16 %	15 %	15 %	9 %	14 %	22 %	20 %	29 %
- Comme 2 ^e démarche	11 %	9 %	12 %	5 %	12 %	12 %	13 %	9 %	14 %	5 %
Aller dans les points de vente des compagnies (total)	27 %	25 %	29 %	28 %	29 %	26 %	25 %	29 %	26 %	22 %
- Comme 1 ^{re} démarche	9 %	7 %	10 %	5 %	7 %	8 %	6 %	13 %	13 %	6 %
- Comme 2 ^e démarche	9 %	8 %	9 %	14 %	11 %	8 %	8 %	7 %	7 %	6 %
Nombre de démarches										
1 démarche	52 %	55 %	50 %	50 %	49 %	50 %	52 %	56 %	52 %	64 %
2 démarches	25 %	23 %	26 %	27 %	28 %	29 %	21 %	24 %	27 %	11 %
3 démarches	12 %	12 %	12 %	16 %	11 %	13 %	13 %	12 %	9 %	9 %
4 démarches	8 %	7 %	9 %	8 %	11 %	8 %	10 %	7 %	6 %	5 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Faire des recherches sur Internet (total)	67 %	55 %	69 %	74 %	53 %	61 %	61 %	74 %	77 %	80 %
- Comme 1 ^{re} démarche	53 %	42 %	56 %	60 %	39 %	48 %	51 %	52 %	69 %	65 %
- Comme 2 ^e démarche	11 %	10 %	11 %	12 %	7 %	12 %	9 %	19 %	8 %	14 %
Consulter votre entourage (total)	42 %	43 %	41 %	43 %	55 %	41 %	33 %	45 %	36 %	45 %
- Comme 1 ^{re} démarche	18 %	21 %	21 %	16 %	21 %	24 %	18 %	22 %	13 %	13 %
- Comme 2 ^e démarche	15 %	13 %	13 %	16 %	21 %	10 %	9 %	16 %	15 %	20 %
Téléphoner au service à la clientèle des compagnies (total)	36 %	37 %	31 %	38 %	35 %	32 %	31 %	33 %	33 %	37 %
- Comme 1 ^{re} démarche	17 %	23 %	15 %	13 %	19 %	15 %	16 %	17 %	12 %	14 %
- Comme 2 ^e démarche	11 %	8 %	10 %	13 %	9 %	13 %	8 %	9 %	14 %	13 %
Aller dans les points de vente des compagnies (total)	27 %	27 %	22 %	30 %	38 %	22 %	27 %	21 %	26 %	29 %
- Comme 1 ^{re} démarche	9 %	10 %	6 %	10 %	19 %	10 %	11 %	7 %	5 %	6 %
- Comme 2 ^e démarche	9 %	7 %	10 %	8 %	13 %	4 %	11 %	6 %	13 %	6 %
Nombre de démarches										
1 démarche	52 %	57 %	53 %	48 %	48 %	59 %	60 %	48 %	50 %	45 %
2 démarches	25 %	23 %	28 %	23 %	29 %	22 %	24 %	34 %	30 %	25 %
3 démarches	12 %	9 %	11 %	15 %	9 %	10 %	7 %	8 %	13 %	19 %
4 démarches	8 %	8 %	5 %	11 %	13 %	6 %	6 %	9 %	6 %	10 %

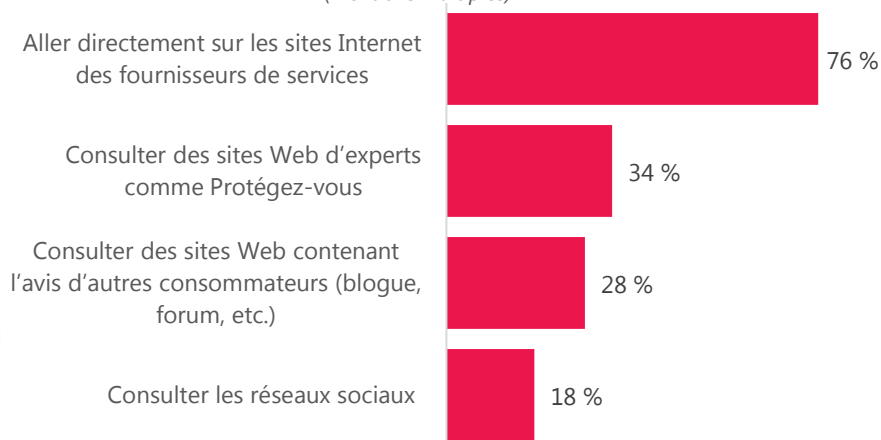
3.1.2 La place importante qu'occupent les sites Internet des fournisseurs de services

Parmi les adultes québécois qui envisagent de faire des recherches Web, les trois quarts considèrent aller directement sur les sites Internet des fournisseurs de services de télécoms. Les adultes âgés de 35 à 54 ans (81 %) sont en majorité à envisager cette démarche. La consultation d'avis d'autres consommateurs, comme sur des blogues ou des forums, est plus prisée par les 18 à 24 ans (43 %), tandis que la consultation de sites d'experts, tel que Protégez-vous, est plus populaire auprès des diplômés universitaires (39 %). Un faible pourcentage de la population (18 %) envisage de consulter les réseaux sociaux durant sa recherche d'information sur Internet.

67 %
des adultes québécois vont faire des recherches Web à un moment ou l'autre durant leur magasinage de services de télécoms.

DÉMARCHES WEB ENVISAGÉES POUR MAGASINER DES SERVICES DE TÉLÉCOMS

(mentions multiples)



Base : adultes québécois qui envisagent faire des recherches sur Internet pour magasiner des services de télécoms (n=668)

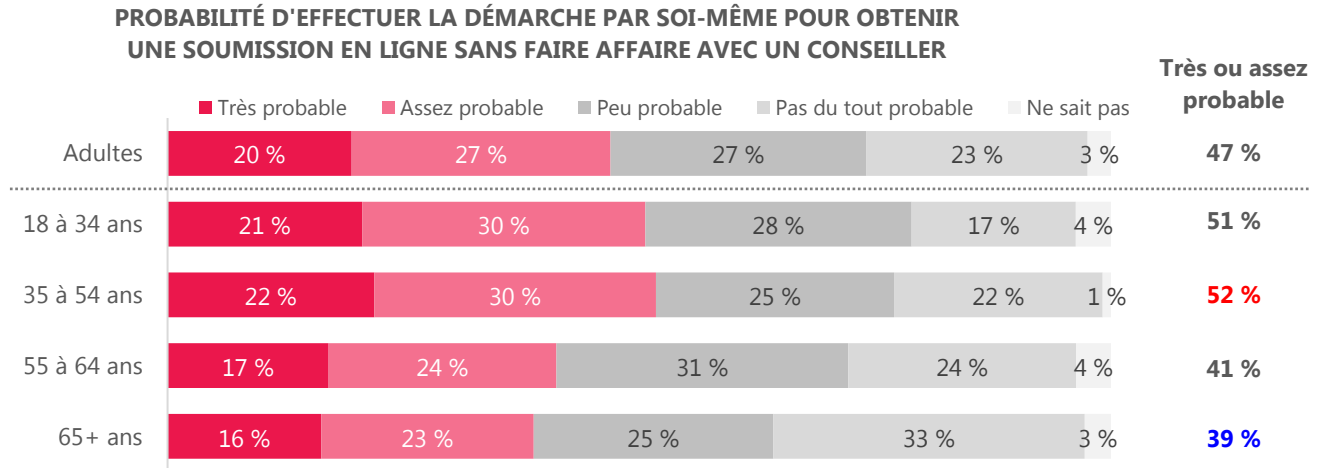
Question : Et spécifiquement, que feriez-vous sur Internet pour magasiner ou rechercher des informations sur des services de télécoms ?

Parmi les adultes québécois qui envisagent de faire des recherches Web	Total 2017									
	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Aller sur les sites des fournisseurs de services	76 %	75 %	77 %	75 %	74 %	81 %	82 %	71 %	74 %	55 %
Consulter des sites d'experts	34 %	35 %	33 %	31 %	21 %	33 %	38 %	40 %	37 %	56 %
Consulter des sites Web contenant l'avis d'autres consommateurs	28 %	31 %	26 %	43 %	23 %	28 %	28 %	27 %	28 %	6 %
Consulter les réseaux sociaux	18 %	16 %	20 %	19 %	18 %	17 %	16 %	20 %	22 %	11 %

Parmi les adultes québécois qui envisagent de faire des recherches Web	Total 2017									
	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Aller sur les sites des fournisseurs de services	76 %	70 %	77 %	79 %	91 %	57 %	76 %	82 %	75 %	78 %
Consulter des sites d'experts	34 %	33 %	28 %	39 %	21 %	24 %	35 %	27 %	37 %	37 %
Consulter des sites Web contenant l'avis d'autres consommateurs	28 %	31 %	25 %	30 %	13 %	30 %	25 %	28 %	29 %	34 %
Consulter les réseaux sociaux	18 %	24 %	19 %	14 %	20 %	18 %	16 %	19 %	24 %	11 %

3.2 L'obtention d'une soumission en libre-service sur Internet intéresse les 35 à 54 ans

Près de la moitié des adultes québécois (47 %) affirment qu'il serait très ou assez probable qu'ils effectuent par eux-mêmes de bout en bout, sans faire affaire avec un conseiller, la démarche pour obtenir une soumission en ligne pour des services de télécoms. Les 35 à 54 ans (52 %), les diplômés universitaires (53 %) ainsi que les hommes (50 %) sont significativement plus nombreux à démontrer un tel intérêt.



Base : adultes québécois (n=1 003)

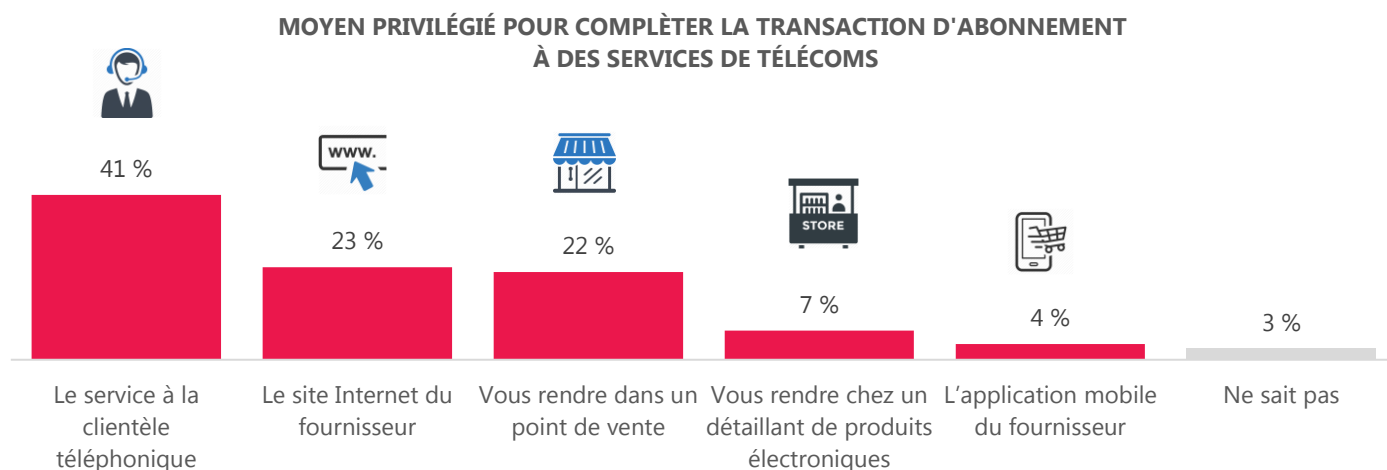
Question : Si on vous permettait de faire vous-même, de bout en bout les démarches suivantes sur Internet pour vos services de télécoms, à quel point serait-il probable que vous réalisiez ces démarches sans faire affaire avec un conseiller ? a) Obtenir une soumission?

Parmi les adultes québécois (très ou assez probable)	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Obtenir une soumission en ligne	47 %	50 %	44 %	49 %	51 %	54 %	49 %	42 %	40 %	37 %

Parmi les adultes québécois (très ou assez probable)	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Obtenir une soumission en ligne	47 %	40 %	47 %	53 %	35 %	39 %	53 %	54 %	56 %	53 %

3.3 Un adulte sur quatre privilégie l'abonnement en ligne

Un adulte québécois sur quatre (27 %) opérerait pour compléter la transaction d'abonnement à des services de télécoms en ligne, soit sur le site Internet du fournisseur (23 %) ou sur son application mobile (4 %). Le site Internet serait surtout privilégié par les diplômés universitaires (26 %) de même que les adultes dont le revenu familial est de 100 000\$ ou plus (32 %), tandis que l'application mobile est plus populaire auprès des adultes âgés de 18 à 34 ans (8 % chez les 18 à 24 ans, 7 % chez les 25 à 34 ans). Un nombre non négligeable de Québécois (41 %) préféreraient s'abonner par le service à la clientèle téléphonique. Les femmes (45 %) seraient plus nombreuses à choisir cette méthode que les hommes (38 %).



Base : adultes québécois (n= 1 003)

Question : Si vous aviez à vous abonner à des services de télécoms, quel moyen privilégieriez-vous parmi les choix suivants pour compléter la transaction d'abonnement, que ce soit possible de le faire à l'heure actuelle ou non ?

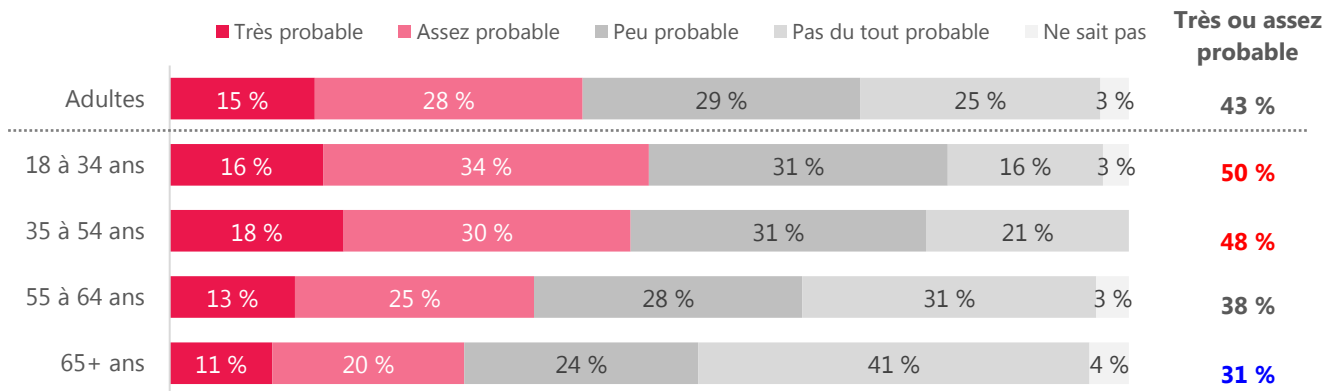
Parmi les adultes québécois	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Le service à la clientèle téléphonique	41 %	38 %	45 %	35 %	43 %	43 %	42 %	42 %	43 %	33 %
Le site Internet du fournisseur	23 %	25 %	21 %	28 %	21 %	26 %	27 %	22 %	18 %	17 %
Vous rendre dans un point de vente	22 %	23 %	20 %	24 %	17 %	19 %	22 %	23 %	22 %	27 %
Vous rendre chez un détaillant de produits électroniques	7 %	7 %	8 %	4 %	11 %	5 %	6 %	8 %	10 %	10 %
L'application mobile du fournisseur	4 %	3 %	4 %	8 %	7 %	4 %	2 %	3 %	2 %	3 %

Parmi les adultes québécois	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Le service à la clientèle téléphonique	41 %	39 %	42 %	43 %	43 %	36 %	41 %	41 %	42 %	39 %
Le site Internet du fournisseur	23 %	22 %	21 %	26 %	12 %	23 %	22 %	24 %	21 %	32 %
Vous rendre dans un point de vente	22 %	21 %	23 %	21 %	23 %	28 %	22 %	21 %	20 %	17 %
Vous rendre chez un détaillant de produits électroniques	7 %	11 %	9 %	3 %	12 %	6 %	9 %	10 %	5 %	5 %
L'application mobile du fournisseur	4 %	4 %	3 %	4 %	3 %	3 %	3 %	4 %	10 %	5 %

3.3.2 Certains Québécois sont prêts à s'abonner à de nouveaux produits ou services sur Internet

Si on offrait la possibilité aux Québécois de réaliser, de bout en bout, une transaction d'abonnement sur Internet à un nouveau produit ou service par eux-mêmes sans faire affaire avec un conseiller, 43 % d'entre eux affirment qu'il serait très ou assez probable qu'ils le fassent. Cette proportion est significativement plus importante auprès des 18 à 54 ans (50 % chez les 18 à 34 ans et 48 % chez les 35 à 54 ans).

PROBABILITÉ DE RÉALISER UNE TRANSACTION D'ABONNEMENT À UN NOUVEAU PRODUIT OU SERVICE EN LIGNE SANS FAIRE AFFAIRE AVEC UN CONSEILLER



Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Si on vous permettait de faire vous-même, de bout en bout les démarches suivantes sur Internet pour vos services de télécoms, à quel point serait-il probable que vous réalisiez ces démarches sans faire affaire avec un conseiller ? b) Réaliser une transaction d'abonnement à un nouveau produit / service?

Parmi les adultes québécois (très ou assez probable)	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Réaliser une transaction d'abonnement à un nouveau produit ou service	43 %	45 %	42 %	53 %	48 %	50 %	46 %	38 %	34 %	21 %

Parmi les adultes québécois (très ou assez probable)	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Réaliser une transaction d'abonnement à un nouveau produit ou service	43 %	37 %	45 %	48 %	36 %	33 %	52 %	37 %	55 %	50 %

3.4 La gestion du compte en libre-service sur Internet

Un adulte sur deux affirme qu'il serait très ou assez probable qu'il modifie les paramètres de ses services de télécoms par lui-même sur Internet sans faire affaire avec un conseiller. Les hommes (56 %), les diplômés universitaires (60 %) ainsi que les adultes âgés de 25 à 54 ans (69 % pour les 25 à 34 ans, 66 % pour les 35 à 44 ans et 61 % pour les 45 à 54 ans) sont plus nombreux à démontrer un intérêt. Un nombre moins important de Québécois affirment qu'il serait très ou assez probable qu'ils résolvent, de bout en bout, une panne ou un problème technique (39 %) par eux-mêmes sur Internet, de même qu'un problème de facturation (38 %).

PROBABILITÉ D'EFFECTUER LES DÉMARCHES SUIVANTES, DE BOUT EN BOUT, SUR INTERNET SANS FAIRE AFFAIRE AVEC UN CONSEILLER

(très ou assez probable)



45 %
des adultes évaluent qu'ils ont un très haut niveau d'habiletés personnelles sur Internet

Base : adultes québécois (n=1 003)

Question : Si on vous permettait de faire vous-même, de bout en bout, les démarches suivantes sur Internet pour vos services de télécoms, à quel point serait-il probable que vous réalisiez ces démarches sans faire affaire avec un conseiller ? c) Modifier les paramètres de vos services? d) Résoudre une panne ou un problème technique? e) Résoudre un problème de facturation?

Parmi les adultes québécois (très ou assez probable)	Total 2017	Hommes	Femmes	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
Modifier les paramètres de vos services	54 %	56 %	51 %	57 %	69 %	66 %	61 %	44 %	34 %	22 %
Résoudre une panne ou un problème technique	39 %	43 %	35 %	38 %	35 %	40 %	43 %	38 %	39 %	32 %
Résoudre un problème de facturation	38 %	38 %	37 %	42 %	35 %	38 %	37 %	37 %	40 %	40 %

Parmi les adultes québécois (très ou assez probable)	Total 2017	Prim./Secon.	Collégial	Univ.	< 20 K\$	20 à 39 K\$	40 à 59 K\$	60 à 79 K\$	80 à 99 K\$	100 K\$ et plus
Modifier les paramètres de vos services	54 %	45 %	55 %	60 %	34 %	40 %	53 %	61 %	69 %	67 %
Résoudre une panne ou un problème technique	39 %	38 %	40 %	38 %	32 %	31 %	42 %	41 %	47 %	44 %
Résoudre un problème de facturation	38 %	38 %	38 %	37 %	41 %	35 %	37 %	42 %	40 %	41 %

2017

NETendances

Thèmes des fascicules *NETendances*

- > Portrait numérique des foyers québécois
- > Économie québécoise du partage
- > Les services bancaires en ligne
- > Se divertir en ligne
- > Internet pour s'informer et communiquer
- > **Services de télécoms en ligne et relation client**
- > Commerce électronique au Québec
- > Gouvernement en ligne
- > Usage du téléphone intelligent
- > Profil numérique des générations
- > Profil numérique des régions

Le CEFRIO est un organisme de recherche et d'innovation, qui accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et de leurs pratiques d'affaires par l'appropriation du numérique. Membre de QuébecInnové, le CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin d'agir comme accélérateur de la culture numérique dans les organisations. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de plus de 90 chercheurs associés ainsi que l'engagement de plus de 250 membres. Son principal partenaire financier est le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI).

www.cefrio.qc.ca | info@cefrio.qc.ca | Twitter : @cefrio

Québec - Siège social

888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec) G1R 5H6

Téléphone : 418 523-3746

Montréal

550, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1770, Tour Ouest
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone : 514 840-1245

Réalisation



Principal partenaire financier

