

Composition locale à 10 chiffres dans la région 418

Rapport d'étape au CRTC – Octobre 2008

Bell TELUS Vidéotron Rogers Télébec Sogetel Fido Allstream
Association des compagnies de téléphone du Québec (ACTQ)

ALLIANCE
DES TÉLÉCOMMUNICATEURS

Table des matières

Sommaire exécutif (anglais)	P.3
Contexte, Objectifs et stratégies	P.5
Détails des activités de l'Alliance	P.8
Résultats	P.10
Recommandations	P.11
Détails des activités des membres	P.12

TELECOMMUNICATIONS ALLIANCE FINAL REPORT EXECUTIVE SUMMARY

About the Telecommunications Alliance (TA)

The members of the TA are Bell Canada (including Bell Mobility and Bell Aliant); TELUS (including TELUS Mobility); Vidéotron; Rogers (including Rogers Wireless); Télébec; Fido; MTS Allstream and l' Association des compagnies de téléphone du Québec. The Alliance is chaired by Bell Canada, and TELUS.

The purpose of the TA was to collectively implement a massive public communications campaign to raise awareness about 10-digit local dialing and new area code in the 418 region. The campaign ran from August 2007 until the start of mandatory 10-digit dialing in September 2008.

Communications Objectives and Strategies

TA implemented a multi-phased communications plan to address the required steps for a smooth transition.

- The objective of phase one—Awareness campaign—was to raise awareness of the switch to 10DD and the new area code.
To achieve this end, early communication efforts were intensive and comprehensive. As well as targeting media, a strong community-relations component helped communicate the story.
Timeframe: Sept - Dec 2007.
- Phase two—Action incentive campaign—was focussed on a call to action for businesses and residents to prepare for 10DD. Timeframe: Jan - June 2008.
- The objective of the last phase—End of permissive period—was to report the successful transition to 10-digit dialing and the upcoming introduction of new area code 581. Timeframe: July -Sept 2008.

Execution

See details in the table below on pages 8 and 9

Results

Alliance

The Telecommunications Alliance communications campaign was successful in terms of providing information and raising awareness about the new local dialing procedures.

Participation of all local service providers in the TA was key:

- Allowed for one voice. The entire telecom industry spoke together and shared responsibility for the change.
- Provided consistent message. The TA developed materials to ensure that all providers would carry the same messages to their own customers.

Statistics

- Well before the introduction of the intercept message, research results indicated a very good score in terms of general awareness of 10-digit dialing (85%). The awareness level of the 581 area code stands at 33%.
- Statistics gathered from Bell Canada revealed that 91% of calls were correctly dialed by the end of the first week of the permissive period. Well before the start of the mandatory period, 98% of calls were dialed using all 10 digits.
- Media coverage was very good with more than 200 articles and news broadcasts throughout the one year campaign.

:

Recommendations

It is highly recommended that the TA implement a PR campaign when numbers with the 581 area code start to be assigned to customers. The awareness level of the 581 area code is quite low and there will be a need to advertise it to avoid negative reactions from the consumers. Furthermore, the reactions of medias and consumers following the recent introduction of the 438 area in the Montréal region also indicate a need to implement an awareness campaign. This is also in line with the recommendation of the Relief Planning Committee (ref: NPA 613 Relief Planning Committee, conference call, September 30, 2008).

ALLIANCE DES TELECOMMUNICATEURS RAPPORT FINAL

Ce document fait état des activités de communications qui ont été réalisées par l'Alliance des télécommunicateurs et ses membres afin de promouvoir l'introduction de la composition à 10 chiffres et le nouvel indicatif 581 dans la région 418 au Québec.

Contexte

Les principaux fournisseurs de services de télécommunications au Québec se sont regroupés afin de développer un programme de communication visant à informer la population de l'introduction de la composition à 10 chiffres pour les communications locales et d'un nouvel indicatif régional dans le territoire actuellement desservi par l'indicatif 418. La campagne d'information mise sur pied par l'Alliance des télécommunicateurs a permis d'assurer une transition harmonieuse vers le nouveau mode de composition des appels locaux dans cette région. Cette campagne s'est déroulée sur une période d'un peu plus d'un an, du mois d'août 2007 à octobre 2008.

Les membres de l'Alliance sont: Bell Canada (incluant Bell Mobilité et Bell Aliant); TELUS (incluant TELUS Mobilité) ; Vidéotron ; Rogers; Télébec ; Sogetel ; Fido; MTS Allstream et l'Association des compagnies de téléphone du Québec. L'Alliance est dirigée conjointement par Bell et TELUS.

Objectifs de communications et stratégies

Objectifs de communications :

- Informer les usagers des changements à venir et des dates d'implantation
- Expliquer les raisons de ces changements et inciter les consommateurs à modifier leurs habitudes de composition avant l'entrée en vigueur de la période transitoire
- Limiter la perception négative face à ces changements

Stratégies de communications

- Développer une approche multi phase et multidisciplinaire pour assurer une transition harmonieuse : web, publicité et relations publiques/médias
 - Phase I: Sensibilisation et notoriété sept - déc 2007
 - Phase II: Incitation à l'action et modification de comportement jan - juin 2008
 - Phase III: Fin de la période permissive juillet -sept 2008

Activités de communications

Les activités de communication ont été réalisées selon le plan de communication présenté en septembre 2007.

Phase 1: Septembre Décembre 2007

- Mise à jour du site WEB www.10chiffres.ca
- Relations médias
 - Rédaction des messages clés et document questions- réponses
 - Rédaction et diffusion d'un communiqué sur CNW et distribution ciblée aux magazines d'affaires, hebdomadaires régionaux, portails Web, etc.
 - Monitoring de presse (incluant les hebdomadaires régionaux) et analyse
- Lettre d'information aux associations, élus et groupes d'intérêt
- Publication d'un bulletin électronique et conseils pratiques sur www.10chiffres.ca
- Publi-reportage
 - Journal de Québec, Le Soleil, Le Quotidien
 - Pleine page noir et blanc
 - 1 insertion par quotidien

Phase 2: Janvier- juin 2008

- Relations médias
 - Rédaction et diffusion de communiqués de presse via CNW et distribution ciblée aux magazines d'affaires, hebdomadaires régionaux, portails Web, etc.
 - Carnet d'entrevues avec porte-parole de l'Alliance des Télécommunicateurs
 - Monitoring de presse (incluant les hebdomadaires régionaux) et analyse
- Communications avec les associations d'entreprises et consommateurs
 - Lettre de rappel (renvoi au site Web)
- Rédaction et envoi d'articles pré rédigés à l'intention des associations et médias

- Sondage auprès de la population
- Organisation d'une conférence de presse
- Journaux (durée 5 semaines)
 - Sélection des quotidiens majeurs dans les grands marchés (Québec et Chicoutimi)
 - Sélection des hebdomadaires pour les régions
 - Demi page N/B pour optimiser la fréquence

- Radio (durée 5 semaines)
 - Sélection de la meilleure station de radio dans chaque marché
 - Maximiser la fréquence du message durant les périodes où l'écoute est la plus élevée
 - Commandite de 7-8 sec de la météo, circulation, nouvelles

- Internet (durée 5 semaines)
 - Campagne ciblée vers les ISP avec le code 418
 - Sélection des grands portails et sites web au Québec
 - Bannière

Phase 3: Juillet - Septembre 2008

- Relations médias
 - Rédaction et diffusion de communiqués de presse via CNW

Détails des activités

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
13 août 2007	Rédaction et diffusion d'un communiqué sur CNW et distribution ciblée	Médias	
Semaine du 13 Août	Mise à jour du site Web	Marché consommateur et affaires, Médias	.
20 septembre	Communications avec la Canasa	Compagnies d'alarme et de sécurité	La Canasa représente plus de 85 % des compagnies d'alarme sur le territoire du Québec. Une communication ciblée a été acheminée à tous les membres en octobre dernier.
28 septembre	Lettre aux élus	Gouvernements	
2 octobre	Publication d'un bulletin électronique	Marché affaires Associations et groupes d'intérêt	Le bulletin est accessible sur le site web à l'adresse : http://www.10chiffres.ca/infos_medias/articles.aspx
22 octobre	Lettre d'information aux associations d'affaires et de consommateurs	Marché affaires et groupes d'intérêt	Document d'information envoyé à plus de 250 associations sur le territoire du 418
29 octobre	Publireportage	Marché consommateur et affaires	Journal de Québec, Le Soleil, Le Quotidien
28 février 2008	Communications avec la Canasa	Compagnies d'alarme et de sécurité	
12 mars	Rédaction et diffusion de communiqué	Médias	CNW a émis un certificat (Top 10) pour notre communiqué, qui a été parmi les plus consultés

17 mars	Lettre d'information aux associations d'affaires et de consommateurs	Marché affaires et groupes d'intérêt	Lettre de rappel envoyée par courriel à plus de 250 associations sur le territoire du 418. Lien avec le site web www.10chiffres.ca
17 mars	Lettre aux élus	Gouvernements	Lettre de rappel envoyée à tous les élus des gouvernements (municipal, provincial et fédéral) sur le territoire du 418
12 mai-15 juin	Campagne de publicité Imprimé	Marché consommateur et affaires	35 publications, format ½ page, 4 insertions
12 mai-15 juin	Campagne de publicité WEB	Marché consommateur et affaires	Ciblage ISP 418 sur les grands portails (Canoë, Branchez-vous.com, Networld.com) Après 5 semaines, la campagne a livré 3 419 666 impressions, rejoint 1 012 102 visiteurs unique avec un cap de fréquence de 3,4 et a enregistré 14 062 clics avec un taux de clics sur impression de 0,41%. Le taux de clics est excellent, la moyenne pour une campagne de notoriété se situe habituellement entre 0,10% et 0,30%.
12 mai-15 juin	Commandite Radio	Marché consommateur et affaires	50 stations, 45 occasions, format commandite (météo, nouvelle, circulation)
2 -7 juin	Sondage de notoriété	Marché consommateur	Sondage téléphonique, 200 répondants. À 15 jours du changement, la notoriété de la composition à 10 chiffres est de 85% auprès du grand public. Elle était de 49% lors du premier sondage (mi-février 2008)
17 juin	Conférence de presse et envoi de communiqué	Médias	6 médias présents, 21 entrevues
28 août	Rédaction et diffusion d'un communiqué	Média	
Août 2007-septembre 2008	Suivis et monitoring médias		204 mentions répertoriées: Radios: 48, Web:74, Journaux: 69, Télévision: 11, Agence: 2
Août 2007-septembre 2008	Site WEB : www.10chiffres.ca	Marché consommateur et affaires	Mises à jour et réponses aux demandes de renseignements des clients Statistiques : Le site a généré 139,468 visites, 578,863 pages vues et 58 demandes de renseignements

Résultats

Alliance

La campagne de communication menée par L'Alliance des communicateurs a été couronnée de succès. La réponse des médias et des consommateurs a été très positive et le changement des habitudes de composition s'est effectué en douceur partout sur le territoire du 418. La participation de tous les fournisseurs de service téléphonique au sein de l'Alliance a permis de fournir aux consommateurs un message clair et uniforme. De plus, le fait d'avoir un porte-parole unique s'est également avéré une décision judicieuse. Ceci a permis de bien positionner le rôle de l'Alliance dans ce projet et d'éviter ainsi à ses membres de porter individuellement la responsabilité du changement dans le mode de composition des appels.

Sondage

Les résultats d'un sondage, mené en début juin, bien avant l'introduction du message d'interception, indiquent déjà un taux de notoriété de 85%.

La perception des consommateurs face à ce changement est plutôt favorable, moins du quart de la population trouvant un désagrément à la composition à 10 chiffres. La campagne de sensibilisation auprès des médias et des consommateurs a donc répondu aux attentes en limitant les perceptions négatives des consommateurs et des médias.

Toutefois, seulement 33% de tous les répondants au sondage mentionnent avoir entendu parler d'un nouvel indicatif dans le 418. Ce résultat est normal puisque la campagne reposait en priorité sur le changement des habitudes de composition des appels locaux.

Médias

La réponse des médias a été très favorable avec plus de 200 mentions dans les quotidiens, hebdomadaires, radio, télé et Web. Tous les reportages étaient positifs face à ce changement.

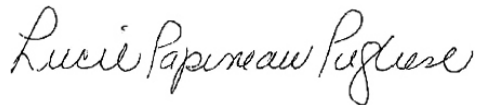
Composition à dix chiffres

Selon les statistiques fournies par Bell Canada, dès le premier jour de la mise en service du message d'interception, 80% des appels étaient composés à 10 chiffres. Sept jours plus tard, le taux de composition à 10 chiffres était supérieur à 90% et après un mois plus de 97% des appels étaient composés correctement.

Recommandations

Il est fortement recommandé de procéder à une opération de presse lorsque le nouvel indicatif 581 commencera à être effectivement attribué aux consommateurs. Nous savons que le taux de notoriété de l'indicatif 581 est plutôt faible, ce qui justifie une campagne de sensibilisation. De plus, les réactions des médias et des consommateurs suite à la récente introduction de l'indicatif 438 dans la région de Montréal, nous indiquent également qu'il serait plus que souhaitable de publiciser le 581 dès qu'il fera son apparition. Il sera important d'éviter l'effet de surprise chez les consommateurs et les médias afin de faciliter l'introduction du nouvel indicatif dans la région.

Une campagne de sensibilisation sera lancée prochainement dans la région de Montréal pour souligner l'arrivée de l'indicatif 438 et nous en profiterons pour également repositionner le 581 et son introduction prochaine.



Lucie Papineau Pugliese
Alliance des télécommunicateurs

Détails des activités des membres

Bell Canada

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
13 août 2007	Article site intranet de Bell, incluant carte, FAQ et mise à jour du site bce.ca (site de l'entreprise)	Employés de Bell	
13 août	Trousse de communications pour gestionnaires (centres d'appels, opérations, etc.) comprenant dates clés, messages clés, FAQ	Cadres de Bell	
13 août	Courriel & FAQ adressé aux gestionnaires des centres de services à la clientèle des services résidentiels; Bell Mobilité, Bell Expressvu et Sympatico	Gestionnaires des centres de contacts clients	
07 sept	Courriel & FAQ aux employés de Bell Distribution	Employés des magasins Espace Bell	
07 sept	Courriel aux employés du groupe Exploitation (techniciens, services de réparation, etc.)	Employés du groupe Exploitation	
29 oct	Bulletin électronique – employés dédiés aux marchés affaires (grandes entreprises, PME, Bell Aliant)	Employés, marchés affaires	
1-31 oct	Insérés aux comptes – clients résidentiels du 418 (Bell et Bell Aliant)	Clients résidentiels du 418	
29-31 oct	Lettre aux clients PME du 418	Clients, marché affaires	
29-12 nov	Lettre aux clients, grandes entreprises (du territoire du 418 ou ayant des opérations dans le 418)	Clients, marché affaires	
16 oct – 12 nov	Note spéciale – facture du mois d'octobre et message text aux abonnés	Clients mobilité, conso et affaires	
9 -31 oct	Message vocal	Clients mobilité, conso et affaires	
28-03- 2008 30-06- 2008	Customer letters, newsletter	Enterprise	Bell and Bell Aliant customers

20-06	Customer letter, newsletter and bill message	SMB	Bell and Bell Aliant customers
25-01	Customer newsletter	Enterprise	
20-06	Sympatico customer communications	Sympatico	
20-06	Mobility and BDI customer communications	Mobility & BDI	
01-05	Residential bill insert	Residential	
04-03	Updated communications tool kit to account primes	Sales employees	
25-03 16-06	Bell in Brief	Employees in Quebec	
16-06	Emails to employees in 418 region	Employees	Bell and Bell Aliant customers
August	Internal updates	Employees	
September	Internal updates	Employees	

Telus

Telus			
Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
Novembre 2007	Mise à jour du site web telusquebec.com	Consommateurs et affaires	Mise à jour de la section « composition à 10 chiffres » sur telusquebec.com, en français et en anglais. Création de l'url telusquebec.com/10chiffres afin de faciliter la vie aux clients qui cherchent des informations.
Novembre	Message sur la facture (papier et en-ligne)	Consommateurs et affaires	Ce message a pour but d'informer nos clients du 418 que la composition à 10 chiffres obligatoire entrera en vigueur en septembre 2008.
Novembre	Communication aux employés du Service à la clientèle	Employés du Service à la clientèle qui répondent aux appels des clients 418	Cette communication explique ce qu'est le Projet 418 (quoi, pourquoi, quand, où, comment) aux employés du Service à la clientèle afin qu'ils soient armés pour répondre adéquatement à toute demande du public. Le Service à la clientèle est et sera de plus tenu au courant en temps réel de toutes les communications envoyés aux clients, afin qu'ils puissent anticiper les appels à ce sujet.
Novembre	Création d'une section « Projet 418 » sur l'Intranet TELUS	Tous les employés du Québec, spécifiquement ceux qui ont besoin d'information sur le Projet 418	Cette communication explique ce qu'est le Projet 418 (quoi, pourquoi, quand, où, comment) à tous les employés du Québec afin de les sensibiliser à la situation et leur permettre de répondre aux questions du public, selon leur secteur. Cette section de l'Intranet constitue le site de référence pour tous les employés qui cherchent des informations sur ce projet

Mars 2008	Envoi courriel	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) utilisant le service Internet commuté	Cet avis important a pour but d'informer les clients consommateurs et affaires, utilisant le service Internet commuté, de reconfigurer leur connexion Internet avant le 21 juin 2008, date d'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres dans la zone 418 au Québec. Cette reconfiguration est obligatoire afin de continuer à utiliser le service Internet commuté à partir du 21 juin 2008.
Avril-mai	Inséré au compte	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) dans le secteur 418 au Québec recevant une facture papier. Clientèle filaire et sans fil	Cette inséré au compte a pour but d'informer la clientèle de l'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres à partir du 21 juin 2008 et de reprogrammer ainsi leurs appareils, fonctions et systèmes de communication avant cette date.
Mai	Message électronique	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) dans le secteur 418 au Québec recevant une facture électronique. Clientèle filaire	Ce message déroulant et apparaissant sur la facture électronique du client a pour but de l'informer de l'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres à partir du 21 juin 2008 et l'incite ainsi à visiter la section « composition à 10 chiffres » sur telusquebec.com , en français et en anglais.
Mai	Envoi postal	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) dans le secteur 418 au Québec ne recevant pas de facture papier. Clientèle sans fil	Cet envoi postal a pour but d'informer la clientèle de l'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres à partir du 21 juin 2008 et de reprogrammer ainsi leurs appareils, fonctions et systèmes de communication avant cette date.
Mai	Envoi postal (rappel)	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) utilisant le service Internet commuté	Cet avis important a pour but d'informer les clients consommateurs et affaires, utilisant le service Internet commuté, de reconfigurer leur connexion Internet avant le 21 juin 2008, date d'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres dans la zone 418 au Québec.

			Cette reconfiguration est obligatoire afin de continuer à utiliser le service Internet commuté à partir du 21 juin 2008.
Mai	Envoi postal	Clients grossistes de Partner Solutions	Cet envoi postal a pour but d'informer les entreprises grossistes partenaires avec TELUS de l'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres à partir du 21 juin 2008 et de les inciter ainsi à informer leur propre clientèle de reprogrammer leurs appareils, fonctions et systèmes de communication avant cette date.
Mai	Messages enregistrés (IVR)	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) utilisant le service Internet commuté	Ces messages enregistrés à différents endroits de l'arborescence IVR de TELUS a pour but d'informer les clients consommateurs et affaires, utilisant le service Internet commuté, de reconfigurer leur connexion Internet avant le 21 juin 2008, date d'entrée en vigueur de la composition à 10 chiffres dans la zone 418 au Québec. Cette reconfiguration est obligatoire afin de continuer à utiliser le service Internet commuté à partir de cette date.
Juillet-Août	Inséré au compte	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) dans le secteur 418 au Québec recevant une facture papier. Clientèle filaire et sans fil	Cette inséré au compte a pour but d'informer la clientèle de l'obligation de composer les 10 chiffres à partir du 6 septembre 2008.
Août	Message électronique	Tous les clients consommateurs et affaires (français et anglais) dans le secteur 418 au Québec recevant une facture électronique. Clientèle filaire	Ce message déroulant et apparaissant sur la facture électronique du client a pour but de l'informer de l'obligation de composer les 10 chiffres à partir du 6 septembre 2008 et l'incite ainsi à visiter la section « composition à 10 chiffres » sur telusquebec.com , en français et en anglais.

Vidéotron

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
2 Nov. 2007	Message facture ciblé	Client de la région de affectés par le nouveau NPA	La campagne s'étalera sur plusieurs semaines afin de cibler tous les clients concernés.
16 Oct.	Déploiement du plan d'information interne	Tous les appels entrants	Les agents ont été informés sur le nouveau NPA ont reçu de la documentation pour répondre aux questions des clients.
24 Oct.	Mise en place d'argumentaires, politiques et procédures	Tous les appels et demandes entrants	Mise en place de procédures afin de répondre le plus adéquatement possible au questions et éventuelles problématiques des clients.
Depuis avril 2008	Tuile sur vidéotron.com/telephonie	Tous les visiteurs du site Videotron.com/telephonie anglophones et francophones	Tuile en page d'accueil pour attirer le regard et redirection vers la page 10chiffres.ca.
5 septembre	Multimag	Tous les appels entrant de la région du 418	Un Multimag rappellera aux agents du service à la clientèle la nécessité de la numérotation à 10 chiffres. Chaque client du 418 se fera rappeler la nécessite de composer les 10 chiffres
1 ^{er} juillet au 2 septembre	Message facture	Tous les clients dans le 418	Emphase sur l'obligation de numéroté à 10 chiffres Les clients seront invités à se rendre sur 10chiffres.ca pour en savoir plus.
Depuis avril	Message dans l'arborescence	Tous les clients qui appellent au soutien technique téléphonie	Un message vocal concernant la numérotation obligatoire à 10 chiffres dans la région de Québec est diffusé lors de l'attente du client

Rogers/Fido

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
December 2007	rogers.com Internet site update - 10 digit dialing and new area code section (English and French)	General public	
December	Update of internal Intranet used by call center and distribution - 10 digit dialing and new area code section (English and French)	Rogers employees	
January 2008	Letter sent to security companies (customer of Rogers) and to other major corporate customers	Business customers	
April and May	Bill message to all customers (2 waves) - English and French	Rogers Wireless and Fido customers	
April	Internal communication to all Rogers and Fido employees (English and French email to all employees)	Rogers and Fido employees	
May	English and French communications to all Rogers and Fido points of sales (Sales Bulletin)	Rogers and Fido distribution and retail employees	
May	Communication and training to customer service representatives (Bilingual information document and training in teams meeting)	Rogers and Fido employees	
May	SMS advisory message prior to permissive 10-digit dialing date (for post-paid and prepaid customers)	Rogers and Fido Wireless customers	
May and June	Development of an end of call script for business customer service agents to make sure business customers are aware of upcoming changes and to distribute the checklist reminding the required changes - English and French	Rogers and Fido employees	

Télébec/ Bell Aliant

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
Octobre 2007	Site Web de Télébec et Bell Aliant	Marchés des affaires / de consommation	En ligne le 14 septembre 2007. Lien vers le site www.10chiffres.ca
Octobre	Campagne interne de sensibilisation (Bulletin d'information et site Intranet)	Employés	
Octobre	Message inscrit au compte	Télébec : Marché des affaires et consommation	
Octobre	Inséré aux comptes	Bell Aliant (Marché Consommateurs)	
Octobre	Lettres d'information personnalisées	Bell Aliant : Marché Affaires seulement	
Janvier 2008	Campagne de sensibilisation interne (Bulletin d'information)	Bell Aliant	
Janvier	Inséré au compte	Télébec : Marché des affaires et consommation	Nombre de dépliants : 20000 rés. 3600 aff.
Janvier	Message inscrit aux comptes	Télébec Mobilité	
Janvier	Message sur le site Internet de Télébec Mobilité	Télébec Mobilité	
Janvier	Lettre publipostage	Groupes intéressés, compagnies de systèmes d'alarme et grands abonnés	Pour les Grands abonnés de Télébec, Chaque client a reçu l'inséré aux comptes, le message inscrit aux comptes et le service des ventes contacte chaque clients afin de les informer.
Janvier à juin	Messages diffusés sur les files d'attente téléphonique	Marché de consommation et d'affaires	Diffusion à partir du 27 janvier.
Mars	Lettre de rappel	Groupes intéressés,	
Avril	Lettre personnalisée + instructions sur le site Web de Télébec pour la modification des systèmes	Clients d'affaires de Télébec avec PBX, systèmes Norstar, Panasonic, BCM	
Avril	Message inscrit au compte	Télébec : Marché des affaires et de consommation	
Avril	Inséré au compte (Rappel)	Bell Aliant : Marché des affaires seulement	

		(Lettre).	
17 Juin	Campagne interne de sensibilisation (Rappel)	Employés	
25 juillet	Inséré aux comptes pour les clients de Schefferville uniquement	Télébec : Marchés des affaires et de consommation de Schefferville	
29 août	Bulletin interne aux employés	Employés	
29 août	Rappel auprès des représentants des ventes afin que des appels soient faits à leurs clients afin de s'assurer que tout est conforme	Marchés affaires	

Sogetel

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
10 septembre 2007	Courriel interne et diffusion de l'inséré d'affaires à venir	Employés	
14-21 et 28 septembre	Inséré aux comptes	Clients d'affaires	
12-19 et 26 octobre	Note à la facture	Clients résidentiels	
5 novembre	Mise en ligne d'un bandeau sur le site corporatif www.sogetel.com	Tous	
Avril 2008	Insérés aux comptes	Tous	

ACTQ

ACTQ			
Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
2007.09.13	Présentation au conseil d'administration de l'ACTQ	Dirigeants ACTQ	Document Q et R pour service à la clientèle
.09.28	Plan de communication	Dirigeants ACTQ	Actions à prendre phases 2 et 3
10.31	Inséré au compte	Abonnés 418	Information re : composition à 10 chiffres
11.06	Investigation commutateurs CTI	CTI territoire 418	Réception / envoi appel 10 chiffres vs Bell
11.06	Pourparlers ACTQ avec Bell	CTI territoire 418	Possibilité d'établissement du message permissif par Bell
11.23	Rapport d'étape	Alliance des Télécoms	Statut des activités ACTQ
12.06	Présentation au conseil d'administration de l'ACTQ	Dirigeants ACTQ	Présentation du rapport d'étape
2008/03/20	Entente avec Telus pour effectuer les translations.	Abonnés St-Victor et Sogetel.	Accord par Telus pour effectuer les translations. Aucuns frais additionnels pour effectuer translations.
05/23	Implantation du NPA 581.	Service régional : St-Georges.	Appel à 10 chiffres.
06/10	Rapport au conseil d'administration de l'ACTQ.	Direction ACTQ.	Résumé des étapes d'implantation.
06/23	Rappel des messages permissifs aux clients.	Sogetel, Courcelles, St-Victor et St-Éphrem.	Envoi de messages permissifs types aux CTI.
07/02	Sondage par l'ACTQ auprès des CTI.	Sogetel, Courcelles, St-Victor et St-Éphrem.	*Sondage sur la qualité de satisfaction des abonnés.
09/04	Dernier rappel aux CTI concernées lors du conseil d'administration du 4 septembre 2008	Sogetel, Courcelles, St-Victor et St-Éphrem.	
/08	Encarts insérés dans tous les comptes des abonnées des CTI	Sogetel, Courcelles, St-Victor et St-Éphrem.	

Cogeco

Date	Activités de communication	Marché cible	Commentaires
2 juin 2008	Lettre aux clients		
	Page web sur le site corporatif		