



Agence Distribution

Pour une PVV équitable et motivante pour les vendeurs !

Les négociations nationales sur la PVV ont échoué, le texte proposé n'offrant pas de garanties nécessaires et suffisantes pour l'ensemble du personnel. La méthode choisie par la direction, consistant à déterminer des principes généraux pour l'ensemble des PVV sans tenir compte des spécificités métiers, n'a pas de sens !

► La PVV en Agence Distribution (AD)

Le dispositif de la PVV a été créé pour être un véritable levier des ventes au service de la stratégie commerciale et récompenser les performances individuelles et collectives.

La **Direction Vente et Distribution (DVD)** notifie mensuellement le cadre national de la PVV. Elle se décline ensuite pour chaque vendeur en 5 parties :

- **PV1 Le socle « valeur »** : à chaque produit est attribué mensuellement un seuil valorisé en « points euros » ou « points valo » par KPI (« indicateurs clés » en français..). Le socle valeur est constitué du cumul de ces points, à partir du franchissement d'un seuil individuel, et en tenant compte du temps de présence. Pour le mois de janvier 2011 ce seuil de départ est par exemple de 36058 points par vendeur .
- **PV2 Coefficient de polyvalence** : c'est la contribution de l'ensemble des vendeurs d'une boutique aux volumes de placements sur les différentes lignes de produits des KPI (internet, mobiles, chiffre d'affaires accessoires...)
- **PV3 Coefficient d'évaluation managériale** : c'est la correction du montant de la PVV, à la main du manager, en fonction de critères définis en %. Ce coefficient est exprimé sous forme de ratios, modifiés tous les mois, pour développer des ventes dites « additionnelles ». Ainsi par exemple, en Janvier 2011 l'un de ces ratios (40% à atteindre) est le « taux d'Open HD sur contrats HD réalisés ». Ce coefficient « minorant » d'évaluation métier peut être compris entre 0,85 et 1, et donc, dans le meilleur des cas il maintient la PVVPour autant, dans certaines boutiques, il existe une enveloppe pour récompenser à la marge certains vendeurs.....

- **PV4 Indicateurs de satisfaction client** : les clients sont sondés tous les mois (le sondage ne tient compte que des « très satisfaits ») et les boutiques sont visitées par des « clients mystères » pour évaluer la qualité de la relation commerciale: accueil, attente, qualité de l'entretien etc. Le vendeur touche la PV4 si sa boutique fait partie (en théorie) des 20 premières de son réseau AD.
- **PV5 Les « Boosters »** : c'est une « sur rémunération » de certains produits au cours d'une période ou par un seuil maximal à atteindre. Ces boosters sont locaux ou nationaux et peuvent arriver à tout moment en cours de mois. Ainsi le 15 Janvier 2011, suite à la hausse de la TVA, un booster « fidélisation mobile » a été rémunéré 6 Euros par placement.

► La PVV en boutique est complexe, opaque, inéquitable et floue

- La notification globale de la PVV est ensuite déclinée par catégorie (par villes) de façon trimestrielle pour les responsables de boutiques et leurs adjoints, et mensuellement pour les vendeurs.
- Pour la PV1, le seuil national évolue toutes les semaines, ce qui engendre une variation équivalente et systématique des objectifs pour chaque vendeur. Le seuil final de la PV1 est dès lors validé après la date de clôture des actes soit pour janvier 2011, après le 15 février ! Un vendeur qui réalise juste les points requis, peut donc se retrouver désavantagé avec un seuil relevé unilatéralement de 5% et donc perdre quelques centaines d'Euros de PVV...
- Pour les PV3 et PV4 les sommes données aux Agences Distribution par DVD sont déterminées à l'avance, sans tenir compte des performances spécifiques ; du coup une boutique performante sur

ces 2 critères peut n'avoir aucune augmentation de l'enveloppe à distribuer à ses vendeurs.

- Les vendeurs n'ont connaissance du montant réel de la PVV versée que 15 jours après la clôture du mois concerné (pour le mois de janvier 2011, la clôture se fait le 15 février) et le paiement n'est effectué que deux mois après.

- Il peut n'y avoir aucun lien entre l'objectif global donné initialement par DVD à l'Agence et la répartition par le responsable de secteur des objectifs des boutiques (et donc des vendeurs)

- Les actes dits « non marchands » (ex : réclamations, Service Après Vente/Services Après Utilisation...) sont en constante augmentation, sans être valorisés dans la PVV ; ceci pénalise leur

traitement par les vendeurs des boutiques sans espace services (points SAV et SAU)

- Entre 2 vendeurs qui réalisent la même performance commerciale dans 2 boutiques différentes, il peut y avoir des versements de PVV divergentes, alors même que les boutiques sont dans le même secteur et dans la même catégorie.

- Les absences maladies de moins de 3 jours ne sont pas prises en compte dans l'application dédiée Plasma. Du coup, dans le calcul de la PVV, ces périodes sont déclarées sans aucune vente !

- Il n'y a aucune visibilité sur la PV4 : le vendeur n'a aucune notification, ni indication claire des modalités de calcul.

E-CGC/UNSA revendique

- ➔ Une PVV payée dès le premier placement et non à partir d'un franchissement de seuil
- ➔ Des objectifs en boutiques réajustés en fonction du temps de travail réel et tenant compte des absences courtes (3 jours) de maladies
- ➔ Le paiement de la PVV un mois après la vente
- ➔ Une possibilité d'échange des placements entre les vendeurs, au service de la cohésion des équipes
- ➔ La suppression des seuils nationaux et des coefficients minorants
- ➔ La notification d'objectifs simples, précis, réalistes et atteignables pour chaque vendeur
- ➔ La valorisation des actes non marchands pour les vendeurs sans espace services
- ➔ L'arrêt définitif du système des ratios dans la PV3

Vos correspondants CFE-CGC/UNSA

Florence Le Lepvrier – 06 89 73 50 07

Philippe Hallaert – 06 31 50 19 98

24h/24 et 7J/7 ligne SOS salariés



Plus d'infos sur :

www.cfecgc-uns-ft-orange.org

nos lettres : • Comprendre & Agir

• Épargne & actionariat salariés

pour vous abonner : secretariat@cfecgc-uns-ft-orange.org

nos blogs : • www.telecoms-media-pouvoir.net

• www.adeas-ftgroup.org