



PVV en Agence Distribution

La pérennité, OK mais accompagnée !

Agences Distribution – T3 2012

En marge de la mise en place, pour fin 2013, de la nouvelle PVC (Part Variable Commerciale), la Direction métier des Agences Distribution intègre, dès le 2 juillet 2012, la notion de pérennité des ventes sur la PV3 de l'actuelle PVV (Part Variable Vendeurs).

On ne peut que souscrire à l'objectif affiché : améliorer la qualité des ventes par des placements correspondant vraiment aux besoins des clients, de façon à ce qu'ils en soient satisfaits et qu'ils les conservent dans la durée. On peut en attendre une meilleure image commerciale d'Orange, et des gains liés à la suppression de litiges ou de modifications des contrats, qui ont un coût avéré pour l'entreprise et les équipes de vente.

Malheureusement, une fois de plus, l'information et l'accompagnement des équipes commerciales permettant d'appliquer ces bons principes dans une démarche « gagnant / gagnant » ne sont pas au rendez-vous... alors que les outils existent dans l'entreprise.

■ Calcul du taux de pérennité

Est pérenne, une vente qui est encore dans la base client, dans son état initial, 60 jours après la prise de commande.

Exemple pour un vendeur

juillet / août	ventes
septembre / octobre	observation des ventes
novembre	mise à disposition du taux de pérennité
décembre	saisie des gains vendeurs
janvier	paiement vendeur le 20 du mois

Taux de pérennité = (ventes pérennes de juillet + ventes pérennes d'août) / ventes totales, par KPI.

■ L'objectif de pérennité sera l'un des objectifs de la PV3 additive

Cette PV3 est individuelle, et à la main des managers ou des directeurs de secteur suivant les Agences Distribution.

L'introduction de l'objectif de pérennité va modifier la répartition du budget PVV :

	avant	après
PV1 (ventes) + PV2 (polyvalence)	87%	77% (impact sur PV1 uniquement)
PV3 (professionnalisme)	5%	15%
PV4 (satisfaction)	8%	8%

■ A partir du 2 juillet 2012, la pérennité des ventes est prise en compte dans la PVV

Toutes les équipes commerciales sont concernées : vendeurs, adjoints, managers, et directeurs de secteurs.

Le taux de pérennité devrait s'appliquer sur la plupart des KPIs du métier. **Mais fin juin, on ne sait pas encore lesquels !**

Un objectif cible de pérennité par KPI sera proposé par le national. Sur cette base, et en fonction des taux de pérennité historiques du vendeur, le manager définira le taux de pérennité à atteindre sur 1 ou plusieurs KPIs.

Si le taux de pérennité est déjà à la cible, l'objectif sera de le maintenir. Pour prendre en compte les changements dont le vendeur ne peut être tenu pour responsable, l'objectif de taux de pérennité ne sera jamais de 100%.

■ Mise en place pour les vendeurs

L'objectif est fixé par le manager en début de période, et sera décomposé en objectifs intermédiaires, sur un ou plusieurs KPIs, avec une augmentation de 3 à 5% par mois.

Exemple avec un objectif cible à 90%

juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre
68%	71%	75%	80%	85%	90%

■ Mise en place pour les managers

La progression est définie par trimestres

Exemple avec un objectif cible à 90%

juillet / août / septembre	octobre / novembre / décembre
78%	90%

■ Les personnels concernés sont les derniers informés !

Les échanges des représentants CFE-CGC/UNSA avec les personnels et les représentants locaux de la Direction mettent en évidence de nombreux problèmes. Moins de 2 semaines avant la prise d'effet de ces nouvelles mesures :

- Les KPIs concernés ne sont pas définis dans toutes les Directions Orange.
- Le poids du taux de pérennité dans la PV3 n'est pas encore déterminé.
- La plupart des personnels d'Agences ne sont pas informés.

■ Aucun accompagnement pertinent n'est prévu !

Alors que l'information n'est même pas faite, ne parlons ni de formation, ni d'accompagnement au changement, et encore moins d'un partage des bonnes pratiques entre équipes de vente !

■ Des pratiques contraires à l'éthique constatées sur le terrain !

Alors que les équipes attendent de l'accompagnement à la professionnalisation, des pratiques explicitement exclues par le « nouveau contrat social » et totalement contraires au discours national d'éthique continuent de s'exercer. Challenges inappropriés, pratiques visant à contourner les KPIs et les ratios, ou encore véritable harcèlement des vendeurs via des SMS ou des mails de relance tout au long de la journée même lorsque les managers sont en congé : autant de dysfonctionnements qui perdurent dans certaines équipes.

■ Si l'on veut un meilleur respect des clients, il faut aussi respecter les vendeurs !

L'expérience montre pourtant qu'il est possible de tenir les objectifs commerciaux dans de bonnes conditions, tant pour les clients que pour les vendeurs et leurs managers.

Cela nécessite d'abord un changement d'état d'esprit à tous les niveaux de l'entreprise, et un peu d'investissement dans l'accompagnement, la formation, et le partage des bonnes pratiques, qui doivent être mis à la disposition de toutes les équipes de vente.

Certains vendeurs, certaines équipes ont déjà d'excellents taux de pérennité des ventes, tout en atteignant leurs objectifs quantitatifs. Pourquoi leurs méthodes de travail ne sont-elles pas recueillies, analysées et mises à la disposition de toutes les équipes par le biais de formations ou d'accompagnements adaptés ?

La réalisation d'objectifs louables au plus haut niveau de l'entreprise ne doit pas reposer sur le dernier maillon de la chaîne, ni sur la « débrouille » de chacun.

La CFE-CGC/UNSA revendique un accompagnement de bout en bout, pour la mise en œuvre d'une meilleure qualité commerciale dans de bonnes conditions pour les équipes de vente.

La CFE-CGC/UNSA revendique

- ➔ L'information, la formation et l'accompagnement des équipes commerciales en amont de la mise en œuvre de nouvelles modalités de rémunération
- ➔ L'organisation d'un partage des bonnes pratiques permettant à toutes les équipes commerciales d'atteindre leurs objectifs dans de bonnes conditions
- ➔ Des objectifs présentés et discutés suffisamment tôt
- ➔ Un système de Part Variable équitable, transparent et facilement compréhensible permettant à chaque vendeur d'évaluer ses gains potentiels

Vos correspondants CFE-CGC/UNSA

Florence LE LEPVRIER - 06 89 73 50 07
Philippe HALLAERT - 06 31 50 19 98
Arnaud CHAUMEIL - 06 75 21 41 12

24h/24 et 7J/7 ligne SOS salariés



Activités Sociales et Culturelles des CE
www.lemeilleurdesce.com

Cadres et non cadres, plus d'infos sur : www.cfecgc-uns-ft-orange.org

Retrouvez la version électronique de ce tract avec les liens cliquables sur le site web de la CFE-CGC/UNSA
<http://www.cfecgc-uns-ft-orange.org/tracts-et-publications/>

nos lettres :

- Comprendre & Agir
- Épargne & actionariat salariés

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

nos blogs :

- www.telecoms-media-pouvoir.net
- www.adeas-ftgroup.org



<http://www.facebook.com/cfecgc.unsa.ft.orange>



<http://twitter.com/#/CFECGCUNSAFTOT>