

Les Présidents de Commission ont la parole

La Commission VMS étudie le projet de part variable commerciale, que la Direction souhaite appliquer aux boutiques le 1^{er} juillet 2013.

En quoi consiste le projet de part variable commerciale ?

Élisabeth Rivier
Présidente de la Commission
Vente Marketing et Services



C'est une nouvelle part variable, identique pour tous, qui devrait se mettre en place dans les secteurs dédiés à l'accueil client grand public (AD, CCO et AVSC). Plus homogène, plus éthique et plus simple, cette part variable commerciale (PVC) s'articule en trois points : une part individuelle, une part collective et une part sur la satisfaction du client qui intégrera des SAM (Satisfaction Accompagnement Multicanalité).

Les objectifs sont de motiver l'équipe à travailler ensemble et vendre judicieusement en se concentrant sur la satisfaction du client, à travers un pilotage national homogénéisé.

Quelle analyse la Commission fait-elle de ce dossier ?

La PVC découle d'une expérimentation réalisée sur trois mois dans les DO Centre Est, Normandie Centre

et Île-de-France. Nous constatons que l'étude sur les risques psychosociaux (RPS) est tronquée : l'échantillonnage est trop petit, les personnels interrogés ont été choisis par les managers, il n'y a pas eu d'observation sur le terrain et la durée ne permet pas d'avoir un recul suffisant.

D'autres incohérences apparaissent : l'absence de définition claire de la qualité de vente ou encore la non-concordance des critères de satisfaction du client avec la réalité.

Enfin, la PVC permettra à tous les vendeurs d'être rémunérés : même sans avoir réalisé de ventes, ils bénéficieront de la part collective et de la part de satisfaction du client. La vraie question est de savoir comment la Direction envisage de rémunérer plus de personnes en gardant le même budget. Nous estimons que des seuils et plafonds devront être appliqués, ce à quoi la Commission serait réfractaire, puisque les « superformers » en pâtiraient.

La Commission est-elle favorable à la mise en place de la PVC ?

À première vue, pourquoi pas... Mais l'analyse montre que la Direction veut mettre en place un système de PVC sans être sûre que les formations et modifications nécessaires à l'adaptation de tous seront faites suffisamment en amont.

Aujourd'hui, les vendeurs sont

recrutés pour vendre, et non pour faire de l'accompagnement client. Un changement de comportement sera obligatoire. Il est impératif de le préparer et de le soutenir. Le cabinet d'expertise estime cette période à un an d'adaptation. Ce délai est long mais essentiel, car la charge de travail est considérable pour les managers. Seulement, la Direction n'est pas de cet avis.

Quelles conclusions tirez-vous de ce dossier ?

La PVC ne peut pas être mise en place sans préparation. C'est un projet majeur, il faut donner du sens et changer les mentalités bien en amont. La volonté de la Direction est là, mais nous jugerons sur les actes. Le 1^{er} juillet 2013 est la date cible, le délai imparti est court. Il impose de commencer à sensibiliser les salariés pour que la satisfaction du client, la multicanalité et le collectif deviennent des priorités. Sans compter la problématique du système informatique qui n'est pas prêt non plus.

La Commission craint que l'accompagnement managérial et les charges partagées ne soient pas réalisés correctement. Or nous pensons que c'est la clé de la réussite.

« Un changement de comportement va être obligatoire. »