



CR de la bilatérale avec la Dir. de la Relation Client Grand Public

26 novembre 2012

AD, AVSC, CCOR, UAT

Participants

- **France Telecom Orange** : Yves-André Leroux (Directeur du Support Opérationnel aux Services Clients, Directeur des Grands Projets), Philippe Péchard (DRH), Olivier Boutan (RH).
- **CFE-CGC-UNSA** : Arnaud Chaumeil, Guillaume Diakité, Véronique Etienne, Antoine Micheli

Part Variable Commerciale

FT : Le Sponsor est Thierry Bitouzé à la Direction Commerciale qui va nommer 2 chefs de projets , 1 pour l'outil PILCOM (DC) et 1 certainement pour le Service Client qui piloterait le projet PVC. Côté AVSC on utiliserait GRV adapté, et en CCO utilisation GRV « SOFRECOM », mise en œuvre prévue au 2nd trimestre 2013. Même calendrier pour les AD.

Volonté de communiquer sur la mécanique de la PVC (aspect collectif, qualité, indicateurs locaux des DO adaptés à leur stratégie).

La démarche globale et le bilan des 3 expérimentations ont déjà été présentés en CCUES, la DRCGP préconise une présentation dans les CHSCT dès que tout sera prêt.

CFE-CGC-UNSA : *on risque le saucissonnage des présentations en CHSCT de chaque AD, AVSC et CCOR et pas de présentation dans les différents CE pour une vision globale et cohérente.*

FT : réaffirme l'autonomie des DO sur les choix de communication aux IRP. La Direction s'engage à revenir vers Thierry Bitouzé pour plus de précisions sur le modèle de PVC choisie.

Structure projet de Thierry Bitouzé : DSI, SOFRECOM, Contrôleur de gestion, DRH, DUO, équipe PVV SC et AD (réunion 2 fois par mois). *Mais les Directeurs Commerciaux des DO ne sont pas conviés alors qu'ils sont sensés coordonner les actions commerciales des unités internes et des partenaires sur leurs parcs ! Rôle des DCR : cogiter sur le parc global.*

Le lancement sera simultané sur les 3 types d'entités.

PARC, OPEN

FT. La moitié du programme est mis en œuvre en 2012

- **FIBRE** : en plus du Parc IDF, a été créé en 2012 un parc sur une double maille Centre Est et Sud Est avec le renfort d'un partenaire externe

Début géographisation sur les parcs IDF, Centre Est et Sud Est et partenaire (*géré nationalement sauf porte à porte géré plutôt DO*).

±150000 clients connectés, en ligne avec les objectifs.

- **UAT**

Fait en Bienvenue

Polyvalence internet voix sur IP et TV, déploiement progressif de l'activité TV sur tous les sites « Internet ». L'arrivée d'OPEN favorise la polyvalence.

CFE-CGC-UNSA : *Y a-t-il une volonté d'uniformiser les plateaux ? (internet, TV ...)*

Oui sur le résidentiel mais il y a un historique particulier à chaque UAT (client Pro, mac etc.). Le savoir faire Bienvenue doit être présent sur 2 DO (*les UAT sont à cheval sur 2 DO*).

- **AVSC**

Toutes en PARC en métropole sauf une Centre Est (T1 2013).

- **OPEN**

3 sur 9 mailles OPEN opérationnelles : Ndf, EST, NOC

CFE-CGC-UNSA Transfert de population entre CCO et AVSC ?

FT : non sauf CCOR NDF,

A Belfort ils sont sur l'activité OPEN mais toujours rattachés à leur entité (*avec fermeture du site AVSC et aucun dispositif d'accompagnement*).

CFE-CGC-UNSA Disparité d'accompagnement sur OPEN :

FT : effort exceptionnel sur les 40 CC de CCOR vers AVSC (augmentations, PVV),

CCO NORD a fait un appel à volontaires pour aller en AVSC

Remarque : la Direction considère que le traitement des 40 CC du CCOR était une erreur ! Tant mieux pour eux mais ça ne se reproduira pas ailleurs, il y aura donc un traitement différencié des salariés migrant vers OPEN. Ce sont les DO qui font le choix de l'accompagnement.

- **Transfert OFSA vers FTSA :** s'il y a accord les personnes qui ont bougé depuis mai 2011 bénéficieront de l'accord.

Géographisation des parcs jusqu'au UI et UAT

- **EVITA :** projet indépendant de PARC car on l'aurait fait de toutes façons les PABX des CCOR étant devenus obsolètes. Lancé il y a 2 /3 ans, début du déploiement à mi-année 2012.

Le déploiement d'OPEN a été intégré dans le calendrier déploiement EVITA en y intégrant aussi les AVSC pour plus de souplesse sur un même DO.

CFE-CGC-UNSA AVSC IDF : gros soucis au démarrage et difficultés pour les CC. Simultanément un chantier adhérence est lancé source de crispation alors même que le parc clients n'est pas stabilisé. Des chantiers « Horaires et adhérence » sont ouverts dans de nombreux établissements.

La Direction vérifiera la compatibilité d'EVITA avec le télétravail pour les CC.

Géographiser les parcs mobiles pour travailler en commun entre UO locales d'une même DO.

CFE-CGC-UNSA : Qu'en est-il du marchandage des DUO sur le contenu de leur PARC ?

FT : c'est une bonne question ! Les clients prépayés sont sortis en externe et les clients post-payés sont mis en PARC haut de marché (client GOLD (seuil abaissé), réflexion sur différenciation de service selon le chiffre d'affaire clients).

Les DUO demandent aussi du PARC ayant un potentiel pour pouvoir monter en valeur sur le milieu de marché.

Schéma de gestion des parcs : Chaque DO présentera sa stratégie PARC en CE et CHSCT.

Les taux de sous-traitance sont différents selon les univers : plutôt faible sur Home, importante sur mobile et OPEN ;

- Le parc de client Prépayé sera entièrement externalisé.
- Hors prépayé le parc mobile est sous-traité à 60% et traité en interne à 40%
- OPEN : le schéma est de passer de 20 à 40% du parc traité en interne (défi car le parc augmente très vite).

Évolution des flux : plutôt en baisse et devrait se poursuivre en 2013 (client plus autonome et selfcare, moins de clients en ville...)

CFE-CGC-UNSA C'est aussi une volonté de la DRCGP de faire baisser le taux d'appel (coût).

Web-conseillers, effectifs

FT : D'autres formes de communication se développent comme le e-chat (notamment sur des clients SOSH), on le fait encore peu en interne (UAT et ile d'Abo, Narbonne, Paris) ; on parle de licences et pas forcément d'ETP mais sur 1000 licences (salariés susceptibles de répondre via le WEB environ 200 salariés sont internes. Sur Sosh se doit être le canal privilégié pour des raisons de coût.

Sur les forums sociaux la difficulté tient aux horaires (jusqu'à 22h et samedi, dimanche) pour le gérer en interne.

Autre volet animation des réseaux sociaux : Métier web conseiller à Ivry : savoir faire complémentaire, permet d'afficher sur un forum des réponses bénéficient à des centaines de clients.

CFE-CGC-UNSA : Les Conseillers d'Ivry sont satisfaits de l'arrivée de cette nouvelle activité de Web Conseillers mais font remonter un fort mécontentement client, lié à l'architecture du forum (pas de sous-rubricage, répétition des questions car difficulté pour le client à trouver les réponses déjà postées...) ce qui provoque du bad buzz sur le forum ... Il faut également éclaircir la place de ce service pour le client ? Est-ce un service client ?

FT : il faut effectivement des circuits courts entre les équipes de conception pour améliorer les attentes sur ce service, le point sera remonté

CFE-CGC-UNSA Les équipes seront-elles étoffées ?

Cette activité est en croissance il faut donc réfléchir à la montée en charge et la bonne animation. Les équipes de la Direction On Line sont mobilisées (130 etp) et une équipe de 4 personnes est arrivée au Service Client pour faire le lien avec Client On Line.

On prend en considération la baisse des flux, les évolutions démographiques, l'amélioration des processus et on ajuste avec la sous-traitance. **Le 40/60 % (interne/externe) restera globalement vrai** et ensuite on discute avec les DO pour préparer 2013.

EVOLUTION RELATION CLIENT

CFE-CGC-UNSA : Quelle Vision à l'horizon 2015 avec la forte baisse démographique surtout en province ? Nous avons de plus en plus sur une même DO les mêmes produits, même SI sur le même parc mais des unités différentes, qu'est-ce qui est envisagé ?

FT. Il y a quelques années nous aurions eu des soucis techniques avec les PABX, aujourd'hui on est capable de laisser des groupes significatifs et de leur router des appels, sinon le télétravail pourrait être une solution (Exple belle expérience UAT Sud : Narbonne, Béziers ...).

CFE-CGC-UNSA : Cela fait 2/3ans que l'on cite cette expérience réussie mais sur les CCOR et AVSC ça traîne toujours des pieds pour mettre le télétravail en place. Pourquoi ?

FT. Suite à demande de D.Ernotte en 2010, cela a été fait quand c'était possible sur AVSC et UAT (PABX plus souple) mais pas en CCOR pour des raisons techniques.

CFE-CGC-UNSA : en AVSC : généralement les seules demandes acceptées sont des cas médicaux, il n'y a pas de volonté de développer le télétravail et d'appliquer l'accord qui arrive à échéance en cette fin d'année.

FT : L'idée était bien de mettre du front en télétravail, il fallait résoudre d'abord les problèmes techniques, ensuite ce sont les unités et les DO qui choisissent de mettre en œuvre. Fort de ces 1eres expériences nous serons mieux gérer la baisse des effectifs à l'horizon 2015. En UAT on a l'exemple de EST et NORD et du travail de soutien porté par les Conseillers quand il n'y a plus de soutien local. L'accord local télétravail de l'UAT Sud est une référence.

CFE-CGC-UNSA : A quoi ressemblera la Relation Clients chez Orange à l'horizon 2015 ? Quelle organisation ? Combien d'unités ? Quid des équipes transverses qui sont aujourd'hui très inquiètes ?

FT. Aujourd'hui le taux d'encadrement est très important (manager, soutien, fonctionnel), de l'ordre de 30% quand nos concurrents sont autour de 12 à 14%. C'est un souci qui s'explique par notre histoire, un turn-over à 0 et uniquement des départs retraites. Il y a des expérimentations de mutualisations (DO NORD) de certaines activités (Contrôle Sécurité des Opérations). On peut aller plus loin, on a de la souplesse en terme d'organisation, il n'y a pas de modèle type d'organisation les DO réfléchissent et s'adaptent chacune à leur situation. Il n'y a pas de pression car l'important c'est d'assurer la promesse client et d'avoir une relation de qualité et la moins chère possible. Ces 30% de salariés peuvent être inquiets avec la baisse d'appels mais nous savons trouver des solutions au fur à mesure.

CFE-CGC-UNSA : 1/3 des emplois sont en IDF, c'est donc surtout en province que la baisse des effectifs sera criante car la moyenne d'âge est très élevée. Quelle anticipation faites-vous pour pallier la perte de compétences et les problèmes d'organisation ?

FT. Normalement c'est pris en compte dans la GPEC pilotée par les DO. On est confiant on saura faire quelques soit la situation d'un bassin GPEC (il y en a 80 !). On essaie de faire des projections pour voir comment vont se déformer les univers avec le marketing. La convergence avec OPEN est une activité en croissance que l'on va installer partout. Il y a aussi la Fibre dans une moindre mesure.

REINTREGRATION D'ACTIVITE, APPELS SORTANTS

CFE-CGC-UNSA : qu'en est-il de la réintégration d'activité comme par exemple les processus vente proactive ou l'homologation des contrats entièrement sous-traités ?

FT. Sur le Proactif des réflexions sont menées entre le Responsable du Processus National et les DO pour voir les possibilités de campagne d'appels sortants.

CFE-CGC-UNSA : mais aujourd'hui ça existe déjà, il y a des boutiques par exemples qui le font pour faire leur business

FT. Non ça n'a rien à voir, vous parlez du conseiller qui rappelle son client pour finaliser un dossier

CFE-CGC-UNSA : non ça c'est du bon sens. Il y a déjà des campagnes d'appels sortants « illégales » avec du travail sur fichiers et certaine fois cette activité est planifiée localement que ce soit en centre d'appels ou en boutique pour assurer l'atteinte de leur business ; alors même qu'il y a la queue dans la boutique.

FT. Aujourd'hui nous ne parlons que de ce qui rentre dans le processus officiel et nous regardons ce qui est possible de faire au niveau de chaque DO. (**Remarque : la Direction qualifie de bidouillage le phoning fait actuellement dans les AD**).

CFE-CGC-UNSA : aujourd'hui nous sommes dans le système pervers d'atteinte à tout prix des objectifs de ventes donc on fait des appels sortants pour y arriver en toute illégalité car on n'y a aucun recueil du consentement client (Loi Chatel).

FT. Sur la question de la **réinternalisation d'activité**, nous le ferons si c'est pertinent (compétences, effectifs disponible). Sur le proactif il faut une taille critique et des compétences spécifiques pour réussir.

Pour la situation que vous décrivez c'est plutôt du domaine de la Direction Commerciale.

CFE-CGC-UNSA : récemment sur l'AD Nord de France une campagne d'appel pro-actif a été faite pour une boutique en difficulté et il semblerait qu'il y ait eu l'intervention du Pôle Enquête. Un CHSCT extraordinaire est prévu sur le sujet. Il faut éclaircir les choses sur le pro-actif pour les salariés et des pressions fortes sur les objectifs.

FT. On vous fera un retour en sollicitant Régis Delière et la Direction Commerciale.

ASSISTANCE TECHNIQUE, N2

CFE-CGC-UNSA : Que devient l'Assistance Technique Mobile ? C'est déjà un CAV (centre d'appel virtuel) national et on continue de diminuer les effectifs alors que c'était une activité avec d'excellentes compétences.

FT : Sur l'Assistance Technique l'activité s'est réduite au fil du temps et elle a été comblée par des ressources externes, ça reste une activité très importante. C'est une actualité mutualisée, on n'a pas la capacité de mettre des effectifs dans chacune des DO et on a remis des moyens en externe pour améliorer la Qualité de Service (temps d'attente trop important pour les clients en 2012).

CFE-CGC-UNSA : c'est de plus en plus difficile pour les conseillers AT Mobile aujourd'hui, il n'y a plus de collectif et quelques fois plus de soutien ou de manager. On ne voit jamais de ressources arriver et on laisse partir les conseillers. Pourquoi le choix de ressources se fait toujours par l'externe ?

FT. Ça dépend des DO, sur Belfort il y a 25/30 personnes, il y a aussi Poitiers. L'année a été très perturbée avec l'arrivée de Free on a peut-être sous-dimensionné les besoins et on doit s'améliorer. Notre

souci est d'avoir toujours des compétences à niveau et des ressources globales suffisantes mais c'est plutôt en diminution en interne.

Sur l'expérimentation PARC Mobile au CCO Grand Est, l'idée était de tester la séparation des flux pour éviter de faire un transfert systématique de N1 à N2 Technique des cas les plus complexes. Le tri des appels se fait au niveau du SVI et permet à un client de passer directement au niveau technique ce qui permet de traiter plus d'appel sans faire attendre inutilement attendre le client en N1.

C'est ce modèle qui sera mis en place en début d'année mais il faut qu'on markete mieux cette activité d'Assistance Technique pour nos clients en incluant Orange Expert traité à Rennes et Lyon (différenciation de service).

Chaque DO présentera le projet dans ses instances selon un calendrier qu'il lui ait propre.

CFE-CGC-UNSA : Sur Nord de France on parle d'un système d'entraide sur les activités N2 Récla, ADV multiservices, gestion du compte client. S'agit-il de polyvalence ? Cette organisation va-t-elle se développer ?

FT. Oui on réfléchit à enrichir la gestion des comptes client (Cambrai) plutôt pour répondre aux besoins locaux (lien avec récla) et il faut créer des synergies entre les services consommateurs entre mobile(Ivry) et home (Valencienne).

Avec l'arrivée d'OPEN cette polyvalence va croître sur le N2, ce sera le cas également le cas pour la Fibre.

REITERATION

CFE-CGC-UNSA : Quelle mesure ou réflexion pour pallier la réitération d'appel ? Quel est le niveau incompressible de la réitération ?

FT. C'est un vrai sujet dont il faut trouver les causes racines qui sont multiples, cette analyse en local et avec les Responsable de processus. Dans nos budgets on espère gagner des points de réitération chaque année. Il faut comprendre pourquoi on a des taux d'appel élevés sur OPEN. (Taux seuil de réitération : 16 à 17%).

Sur ce sujet on est en plein dans le nouveau modèle de gouvernance qui permet pour les clients en ville d'analyser au plus près. Chaque DO voudra améliorer les choses et avoir des boucles d'amélioration plus courtes.

ONE, Orange Nouvelle Expérience

FT. C'est une démarche pas un projet, cette démarche va intégrer les projets nationaux ou locaux. La Direction de la Stratégie lance une dynamique managériale : toutes les personnes qui gèrent des projets ou des processus doivent penser ONE, ce qui doit permettre de devenir n°1 de la Relation Clients.

CFE-CGC-UNSA : pourquoi cette démarche n'a pas été présentée aux équipes DRCP, au CCUES alors que des road shows commencent en DO ?

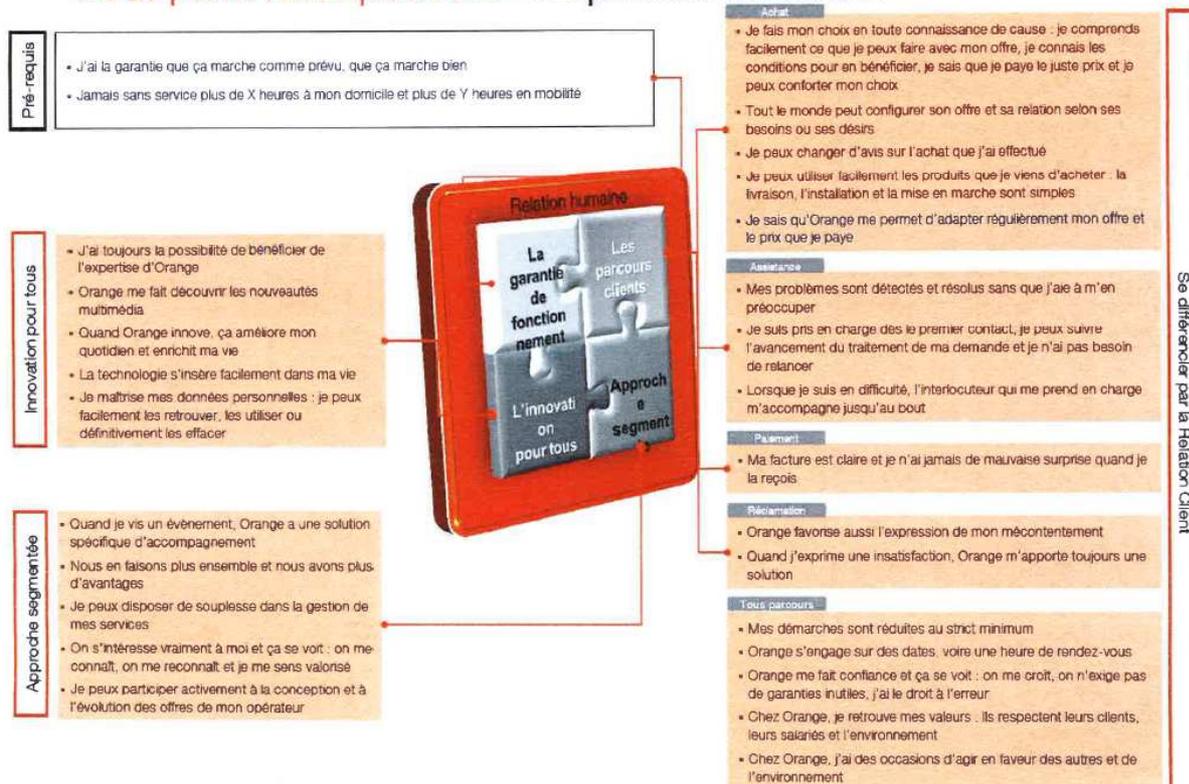
FT. Volonté managériale de L.Biojoux de ne pas en faire un plan de communication. Les DO ont trouvé intéressante la démarche donc l'utilisent pour leur projet managérial. La démarche est diffusée pour que chacun s'en imprègne.

On part de la promesse client et on regarde si les process, les projets, le SI correspondent à cette promesse. Un client doit avoir le temps de la réflexion et doit pouvoir commencer par un contact téléphonique et finaliser en ligne ou en boutique et vice et versa. (Multicanalité). Dans la Relation Clients de demain on souhaite que les clients nous appellent pour « de bonnes raisons » : exple aujourd'hui dans le modèle économique de Sosh il n'y a pas de relation clients téléphonique ou physique mais uniquement digitale (même si aujourd'hui ce n'est pas encore ça).

Avec la segmentation, les services de Relation Clients seront eux aussi différenciés : cela pourrait vouloir dire que pour les clients payant le minimum pourraient avoir un accès optionnel et payant à un accueil réservé normalement au haut de marché.

Pour ça il faut qu'on s'améliore dans les process, projet ... on part des 28 promesses clients (cf. schéma ci-dessous : 5 axes et 2 valeurs clients) et on regarde si les projets, process y répondent avec la volonté de simplifier.

1- les attentes-clés que nous voulons combler, vu des clients : les 28 points remarquables de « l'Expérience Client Cible »



On donnera de plus en plus d'autonomie au client par la multicanalité.

ONE c'est la construction du futur et l'optimisation du présent (esprit ONE de lecture de tous les projets et investissements : en quoi un sujet répond aux promesses clients dans la durée)

Les DO st séduites et ont été priorisées dans la communication : ONE est un relai entre la DRCG et le terrain.

CFE-CGC-UNSA : il a pourtant des projets d'optimisation mis en œuvre : comme par exemple en cas de décès d'un client, l'activité des services spécifiques de traitement des univers mobile et fixe va être mutualisé, il y aura donc un impact sur les salariés.

FT. Dans la partie optimisation on demande à chacun de réfléchir aux meilleures pratiques, dans ce cas sur les univers Home et Personnel pour traiter de façon homogène le client. Ce n'est pas forcément ONE en tant que tel.

CFE-CGC-UNSA : cela pourrait avoir pour conséquence 1 seul service qui traite les 2 univers ou des passerelles entre AVSC et CCOR s'ils traitent la même chose. Quel est l'objectif ? Des disparités d'établissement sont-elles prévues ?

FT. On n'aborde plus la question comme ça, les problèmes organisationnels ne sont plus un souci. On échange avec le terrain sur les questions d'activité mais pas de structure. Ces cas sont analysés avec Client Centrique : vision globale des interactions du client, avec historique (par exemple pour plusieurs de ses comptes). Chaque conseiller devra pouvoir renseigner le client sur la totalité des offres et services.

CFE-CGC-UNSA : il ya 10 ans on tenait les mêmes discours sur la Stratégie de la Relation Clients et la promesse Client mais si on en parle encore aujourd'hui c'est qu'on n'a pas forcément réussi précédemment. Pourquoi ONE marcherait ? Quels sont les moyens financiers associés à la démarche et les gains attendus ?

FT. Les moyens financiers sont les moyens de fonctionnement normaux de la Direction mais investis selon le prisme ONE. Pour 2013 on est en train de mesurer les gains pour choisir les priorités. Début 2012 le monde des télécoms a complètement changé, on a 2 opérateurs qui pour sauver leur operating cash-flow ont licencié à tour de bras et nous qui faisons pour le mieux mais c'est compliqué.

Il y a 1 opérateur qui a pris 3 millions de clients à tout le monde ce n'était jamais arrivé avant il faut donc se mobiliser.

CFE-CGC-UNSA : Pourquoi ONE n'a pas été vraiment communiqué au siège de la DRCGP et DC, peu de personne au courant ?

FT. On a beaucoup plus parlé avec les DO car on voulait s'adresser beaucoup plus aux acteurs en contact avec le terrain pour tester la démarche ONE. C'est mature donc maintenant on va irradier les états major. Si le terrain n'avait pas adhéré on ne l'aurait pas fait.

PERENNITE et ETHIQUE DES VENTES

CFE-CGC-UNSA : Est-ce que la démarche ONE va s'appliquer jusqu'au vendeur ? Par ce qu'il y a des choses très intéressantes dans la promesse client mais qui sont en contradiction complète avec ce qui est demandé aux équipes ventes (management et vendeurs) sur la pérennité des ventes, compréhension et satisfaction client, rentabilité des ventes etc. ?

FT. La question c'est plutôt quels sont les leviers et les projets pour servir ONE et qui donc servent l'intérêt du conseiller client ou du vendeur. La PVC avec la pérennité des ventes c'en est 1.

CFE-CGC-UNSA : Quel bilan de la pérennité des ventes faites-vous depuis juillet, n'est ce pas catastrophique ?

FT. Non le fait que ce soit intégré dans la PVC ça change la donne et cela permet de quantifier ce problème et d'améliorer considérablement le traitement en niveau 2 et la satisfaction client.

Donc dans l'analyse en DO chacun pourra se poser les questions sur les mauvaises pratiques et les assainir.

CFE-CGC-UNSA : on s'interroge vraiment sur les vendeurs qui ont l'impression de bien faire quand ils font des placements et « verdissent leur KPI » et qu'en fait ce sont des ventes à perte et n'en sont pas du tout conscients. Certaines boutiques brillent par leurs résultats mais font perdre beaucoup d'argent à l'entreprise. Aura-t-on une vision claire des boutiques rentables ?

FT. Les DO l'auront car elles vont travailler sur la satisfaction client et la chaîne de valeur et pourra corriger par la montée en compétence localement où c'est nécessaire.

CFE-CGC-UNSA : mais aujourd'hui c'est le batonnage et les placements commerciaux qui prévalent encore pour les vendeurs et les responsables de boutiques ou d'équipes car c'est comme ça qu'ils sont eux-mêmes managés. La satisfaction client c'est répondre correctement aux attentes du client dans la logique de la stratégie de l'entreprise mais aujourd'hui nous avons des clients qui sont satisfaits parce qu'on leur offre de nombreux services, accessoires (exple : non paiement de la garantie livebox) c'est comme si un boulanger offrait le pain pour vendre ses viennoiseries. Comment ce modèle peut-il marcher ?

FT. C'est souvent un problème de compétence ou de facilité, la découverte client n'est pas faite, exemple on vend OPEN par défaut car ça correspond au plus grand nombre de cas.

Sur la pérennité nous notons la question des choix de l'entreprise que nous adresserons à Thierry Bitouzé de la Direction Commerciale.

CFE-CGC-UNSA : si ONE est le socle de la Relation Client des prochaines années et que cette démarche sous-tend des évolutions ou projets il sera nécessaire de présenter cette démarche.

FT. Ce sont les projets qui seront présentés et ils intégreront la démarche. ONE est une démarche puissante et mobilisatrice. **On sait que le système ne peut plus fonctionner comme aujourd'hui avec des ventes totalement injustifiées qui engendrent surcoût, non qualité, insatisfaction etc.** Avant on espérait que la Direction Nationale corrige tous les dysfonctionnements, aujourd'hui la méthode ONE permet aux DO d'analyser ses résultats et de mettre en œuvre les correctifs.

CFE-CGC-UNSA : quand on vient vous voir à la DC ou DRCGP vous nous dites que les DO pilotent, quand on parle aux DO, elles nous renvoient vers les unités et les analyses ne sont pas partagées entre unités et DO. Il y a un grand fossé entre les têtes de réseaux et le terrain et par exemple sur Origami Jet en ce moment on en vend beaucoup mais ce ne sont pas des ventes viables mais

des personnes qui cherchent à obtenir des mobiles subventionnés. Ce sera une perte sèche pour l'entreprise mais les objectifs Jet seront tenus.....

FT. Quelques fois la stratégie marketing agit sur les volumes de vente pour un effet d'affichage. Aujourd'hui les DO se mobilisent plus sur la commande livraison sans oublier les autres sujets mais ils sont en train de se structurer.

CFE-CGC-UNSA : *sur la Fibre, les résultats présentés aux équipent en DO sont issus de GRV mais reflètent pas la réalité des accès effectivement connectés. (Ventes contestées ; KO techniques ...).*

WEB TO SHOP/SHOP TO WEB, FERMETURE DE BOUTIQUE

CFE-CGC-UNSA: *Quid de WEB to SHOP/SHOP to WEB ? Le personnel est inquiet, quel est le modèle derrière ? Est-ce qu'on va vers un modèle Free Center (un conseiller client aide le client sur une borne, les interactions sont très limitées) ? Quel est le modèle d'agence retenu ?*

FT. C'est en place. C'est une opportunité qui peut être mise en place partout non piloté par le national. On a utilisé ce dispositif avec réussite pour le lancement de l'Iphone 5, cela a permis des acquisitions et de la fidélisation, c'est aussi bon pour l'image de marque d'Orange. (*Réponse pas claire, volume très marginal ...*).

Par rapport au Free Center nous n'avons pas de choix de modèle aussi tranché aujourd'hui. Les clients de Free vont vieillir et s'embourgeoiser donc ils n'auront pas les mêmes besoins. Ils feront donc évoluer leur boutique.

Notre révolution à nous c'est qu'on arrête d'avoir une population de conseillers clients ou vendeurs accro à la PVV (c'est pas de leur faute !). L'avenir c'est le client quelques soit sa façon d'entrer il faut qu'il ait l'impression qu'il est accompagné, dorloté : être bien chez nous pour rester chez nous.

Notre avenir c'est SOSH car si on n'a pas SOSH on ne peut plus financer le reste.

CFE-CGC-UNSA : *une telle réponse est forcément anxiogène pour les vendeurs. Donc il est important que vous nous présentiez les perspectives d'évolution des AD par exemple. Où va-t-on sur chaque DO en termes de fermeture etc ?*

FT. C'est plutôt du domaine de la Direction Commerciale

CFE-CGC-UNSA : *nous alertons sur la communication de la réorganisation de la Direction Lancement Offre mal communiquée aux 45 salariés concernés.*

FT. Communication très récente vérifié si les problèmes persistent.

INSTITUT DES METIERS

CFE-CGC-UNSA : *nous n'avons pas de retour des DO sur l'utilisation qui est faite des travaux de l'IDM (Institut des Métiers) en DO ?*

FT. Chaque DO s'approprie comme elle le souhaite ce type de travaux et il n'y a pas de chantier global mené entre la Direction et les DO. Nous ferons en janvier 2013 un 2nd séminaire sur les conditions de travail liées à PARC avec les acteurs du terrain, ce sera l'occasion de ré-évoquer ces études.

CFE-CGC-UNSA : *sur les conditions de travail liées à PARC le CHSCT du CCOR ou AVSC Nord (?) S'apprête à demander une expertise et le management a répondu qu'il ferait tout pour s'y opposer ! En termes de dialogue social on doit pouvoir faire plus intelligent ! Pas de commentaire de la Direction...*

PARCOURS PROFESSIONNELS

CFE-CGC-UNSA : *Où en est-on des parcours professionnels ?*

FT : il n'y a que 2 parcours identifiés celui de conseiller client commercial et celui de conseiller client assistance technique. Nous mettons à disposition les supports, la méthodologie avec l'école de la Relation Clients et c'est aux unités de mettre en place. Aujourd'hui il n'y a plus de changement de métier forcé comme on a connu en 2008/2009, les mouvements sont individuels et le parcours permet la mise

en pépinière, étape d'expérimentation indispensable pour le salarié. En termes de GPEC il n'y a plus de raison de maintenir ce genre de dispositif mais c'est toujours utile pour les unités.

- **FT** : En synthèse pour la prochaine fois :
 - PVC : quel choix de l'entreprise sur la pérennité des ventes
 - Conseiller Client d'Ivry : analyser l'architecture du forum pour améliorer les conditions de travail
 - Réitération
 - Phoning en AD : faire un point de la situation
 - Rôle des Directeurs Commerciaux Régionaux dans l'organisation globale
 - Schéma directeur des boutiques

Ces points seront vus avec la Direction Commerciale

CFE-CGC-UNSA : nous souhaiterions également discuter de Chrysalid et avoir une rencontre trimestrielle.

CONTACTS

- RMN AD : Florence Le Lepvrier, Philippe Hallaert, Arnaud Chaumeil
- RMN AVSC CCOR : Véronique Etienne, Guillaume Diakité
- RMN UAT : Christian Vialle, Antoine Micheli, Georges Lloret