

Confinement ? Pas pour les projets...

Mars 21 –IL – AD

Depuis quelques années, dans le cadre de son ambition de « réinventer l'expérience client pour la rendre incomparable... » Orange multiplie les projets et pilotes de tous genres, programmes qui se succèdent ou se chevauchent, se remplacent et se mélangent ; PECHE, STAFFEUR, SANS ATTENDRE et dernièrement WYND pour « permettre aux personnels d'aller toujours plus, plus vite, d'être toujours plus connectés mais toujours moins nombreux en boutiques...

Retour sur la genèse d'une expérience salarié rien moins qu'incomparable...

► Des projets en tout genre...

PECHE (Prise En CHarge Exemple)

Courant 2016, le projet PECHE voit le jour au sein des Unités d'Intervention, le service clients Orange et les Agences Distribution. Programme ciblé pour réduire les délais et améliorer l'attente client, son objectif était également de diminuer la multiplication des appels en répondant à la demande du client ou en l'orientant vers le bon interlocuteur, dès le premier contact et par le canal digital.

Seules 7 boutiques de l'Agence Distribution Rhône Alpes Auvergne l'ont expérimenté en 2017... C'est le commencement des programmes dédiés à l'« expérience client » des outils digitaux et de la mise en place d'« avis clients » un dispositif qui leur permet de noter leur contact.

Début 2019 PECHE prend fin, sans qu'aucun retour ni bilan ne soient présentés aux instances représentatives du personnel ni aux salariés des différentes entités malgré leur investissement dans un programme dont l'objectif phare était de baisser de 5M en un an les contacts réitérés inutiles et cumulés.

Pour autant, la Direction dit poursuivre le projet autour de la mobilisation sur « l'excellence du Temps Client pour une expérience encore plus incomparable... »

STAFFEUR

En 2017, 3 Agences Distribution, Normandie Centre, Nord de France et Rhône Alpes Auvergne étaient partenaires de ce projet. L'objectif était...

- ♦ d'optimiser à N-1 sur 5 mois les flux d'activités plusieurs mois à l'avance,
- ♦ d'améliorer l'adéquation entre les effectifs et les flux d'activité client,
- ♦ de vérifier l'adaptation des plannings aux prévisions du flux d'activité...

... par l'intermédiaire d'un seul outil commun à toutes les agences, « Plasma ».

Staffeur modifie les conditions et régimes de travail des salariés. Auparavant, les conseillers travaillaient 4 jours par semaine en galerie marchande et 5 jours en boutique centre-ville. Avec Staffeur, les plannings sont adaptés en fonction du flux par ETP (Effectif Temps Plein). Les conseillers travaillent tous les samedis et 5 jours par semaine, parfois en demi-journées.

Orange accentue la pression en ajoutant un indicateur à l'item « perception de l'attente client » de la part variable commerciale, le TEP (Taux Expérience Positive).

Staffeur s'est généralisé courant 2018 : en plus de l'adaptation des ressources aux flux, son outil de pilotage Plasma calcule la rentabilité du collaborateur en fonction de son temps de travail ramené à l'augmentation du chiffre d'affaire et de la satisfaction client !

Sans Attendre

Dans le prolongement des différentes ébauches, le projet Sans Attendre s'inscrit dans la nouvelle Stratégie 2025. Il vise à réduire le temps d'attente du client en boutique à moins de 10 minutes car au-delà, statistiquement, la décision d'achat est diminuée de moitié.

Ce projet englobe l'accueil, la création de la file express, et la prise de RDV (avec une l'ambition affichée dès le départ d'être à 50% de RDV).

Les Agences Distribution pilotes sont les mêmes que le projet STAFFEUR 2017 avec une volonté de généraliser la prise de RDV au niveau national.

L'adaptation des horaires en boutique

Ces tests devaient concerner des boutiques de tailles et configurations différentes pour adapter au mieux les horaires et mettre en place la solution adaptée pour une meilleure adéquation entre plages de rendez-vous, flux clients et régimes de travail. **Le projet sera retoqué en consultation.**

► Conditions de travail à la peine !

Les files d'attente s'allongent, les conditions de travail se dégradent

Projets plus ou moins efficaces, fermetures de boutique et manque d'effectifs, les conditions de travail et l'équilibre vie privée / vie pro des conseillers commerciaux et des managers sont touchés de plein fouet,

Nombreux sont ceux qui ne bénéficient plus de deux jours de repos consécutifs ni de la globalité de leurs congés. La fatigue et le stress s'accroissent, Les managers ont de moins en moins de latitude et de moyens complémentaires (CDD et intérimaires) notamment en période de vacances scolaires ou en fin d'année et face à l'augmentation du petit absentéisme.

L'entraide se développe entre boutiques : une solution qui, si elle permet de pallier le manque d'attractivité des AD en interne et le déficit d'embauche en externe, expose le contingent des heures supplémentaires de certains vendeurs.

Selon la dernière [enquête stress et conditions de travail de 2019 du Cabinet SECAFI](#) le stress, la charge de travail et la charge mentale augmentent dans les équipes au fil des évolutions de la stratégie du Groupe. Sans consultation des Instances des Représentants du Personnel ni des salariés, **ces différents projets censés soulager les conseillers et les managers ne font qu'augmenter la pression en ajoutant les objectifs à la part variable commerciale** (Satisfaction Accompagnement Multicanalité ou SAM, Sans Attendre, Capsule, Digital...). [Les différents bilans nationaux](#) des médecins du travail et les rapports sociaux alertent la Direction sur [le mal-être des salariés en boutique](#). **Malgré les alertes réitérées de ces dernières années, Orange continue de développer sa stratégie d'omnicanalité, supposée améliorer l'expérience client... au détriment de celle des salariés.**

► La Covid, accélérateur de transformation

Pour tenir le plan stratégique Engage 2025 (lancement de nouvelles offres, projets de transformation ou de développement), le groupe Orange continue, malgré le confinement, de mettre en œuvre les projets en cours.

WYND

Le plan de reprise d'activité mis en place suite au premier confinement de mars 2020, a déconfiné officiellement WYND et accélère la mise en place de la solution.

2014/2015 : la start-up WYND se crée avec des levées de fond de 8,8 M€ auprès de Business Angels, Alven Capital et Orange Digital Ventures.

2016 : déploiement de la solution auprès des secteurs des services, de la distribution spécialisée et du luxe & fashion. Une levée de fond de 30 M€ auprès de Sodexo Ventures et Orange Digital Ventures.

La start-up WYND a développé une solution omnicanale en créant une plateforme pour répondre aux enjeux de transformation de la vente de détail. Elle permet de couvrir tous les parcours client, en mettant en place des parcours d'achat

La CFE-CGC Orange revendique

- La présentation des bilans économiques et sociaux des projets « PECHE », « STAFFEUR », « SANS ATTENDRE » et « WYND »
- Le respect des accords sur les expérimentations, l'évaluation et l'adaptation de la charge de travail en vue d'améliorer les conditions de travail.
- L'évaluation précise des risques professionnels des métiers en boutiques (surcharge de travail, sécurité, santé, vie privé/vie pro, conditions de travail...) et leur prise en compte dans la mise œuvre des projets.

innovants, en améliorant la satisfaction client en répondant plus rapidement et plus qualitativement aux demandes des clients pour améliorer les marges en réduisant les coûts.

Le 26/09/2019 Le Figaro écrivait : « après avoir levé 72 millions d'euros en septembre en début de semaine, la jeune pousse Wynd, plateforme de gestion de points de vente (prise de commande, paiement, fluidité, fidélité...) se renforce auprès d'un de ses grands clients : Orange. « Après une première phase de test réussie dans quelques magasins. Orange déploie désormais la technologie Wynd dans une centaine de boutiques en France et au Luxembourg » a déclaré la jeune entreprise qui fait partie des 40 premières start-up françaises composant le Next 40.

L'accélération de la mise en place de WYND oblige les conseillers commerciaux et les managers à rappeler tous les clients pour qualifier les rendez-vous et s'assurer qu'ils soient traitables en boutique ou non. Si le client ne décroche pas le vendeur doit laisser un message d'au minimum 30 secondes sous peine d'être pénalisé au niveau de la Part Variable Commerciale (SAM Sans Attendre). Non seulement les locaux et les installations ne sont pas adaptés au phoning, mais cette nouvelle compétence, qui ne fait pas partie du référentiel métier, est imposée aux conseillers clients et aux managers sans être valorisée par la Direction.

Une charge de travail supplémentaire, également, pour les managers qui doivent jongler entre plusieurs outils pour les plannings journaliers et les plannings RDV, la saisie les compétences de chacun des conseillers présents (Orange Bank / Pro...), la gestion des absences... La pression augmente avec un objectif de 70% de taux de remplissage des plages de RDV et qui intégrera la PVC.

Quant aux vendeurs, sans maîtrise de leur activité, ils subissent une pression psychologique d'autant plus forte. Ils n'ont plus le temps pour lire des mails, de moins en moins de latitude pour faire face à l'imprévu (RDV plus long, accueil des clients en « flux frais » en détresse...). L'acte de vente est programmé pour être rentable à la minute.

Adapter les effectifs au flux clients, certes, mais quid des clients qu'Orange perd, ceux qui, venant pour des achats spontanés, ne peuvent pas être pris en charge par manque de personnel ?

La CFE-CGC dénonce la multiplication des projets tout azimut qui a pour seul résultat la dégradation alarmante des conditions de travail des personnels en boutique !



Vos correspondants

Florence Le Lepvrier – 06 89 73 50 07
Safa Gragueb-Chatti – 07 86 82 81 15
Nacim Ghezraoui – 06 08 08 31 65
Patricia Hessloehl – 06 40 90 11 96



cadres ou pas, vous pouvez compter sur nous !

www.cfecgc-orange.org
abonnements gratuits : bit.ly/abtCFE-CGC
tous vos contacts : bit.ly/annuaireCFECCG

