

Le syndrome du Titanic !?

RMN AE – Octobre 2021

Alors que le navire DEF prend l'eau de toute part après sa rencontre rien moins que fortuite il y a cinq ans, avec l'iceberg Delivery, son état-major continue de se voiler la face sur l'étendue des dégâts. Pendant ce temps, l'équipage se démène pour que le bateau échappe au naufrage.

Un équipage désabusé, épuisé par tous les Crash programs, ruches, boucles d'amélioration continue et chantiers de toute sorte depuis plus de cinq ans... un équipage où la frustration prend le pas : comment, au bout de six mois d'ajournements et retards divers, reprendre contact avec le client si l'on n'a rien à lui annoncer de précis sur sa production en cours, son SAV, son « déménagement »...

DEF ne sait plus comment faire pour masquer la réalité de l'échec Delivery alors que dans le contexte Scale Up, éliminer les surcoûts qu'engendrent ses défaillances lui permettrait non seulement de contribuer à l'effort d'économies, mais aussi de revenir à de meilleures conditions de travail pour ses salariés, quand aujourd'hui quatre droits d'alerte ont été lancés dans les Agences Entreprises !

Visite du bâtiment et de ses rafistolages...

► Incapacité à produire dans un délai raisonnable

Y-a-t-il encore un process dans... ?

Que ce soit pour une acquisition, une vie de solution, ou tout simplement une résiliation. Nous errons dans *Expresso*, dans les *Plazzas* des offres, des Unités d'Affaires, des animateurs, des Agences Entreprises. Notre météo des délais qui mesure le minimum (la création du premier site dans le cas du BVPN) se détériore inexorablement depuis 5 ans.

Mais puisqu'on vous dit que « les indicateurs s'améliorent »...

TEP (Taux d'échec de production sur la fibre FTTH, nouvel indicateur) qui reste à 27,8 % pour le T2 (B2B par exemple sur la DO GSO), nombre de rendez-vous manqué et autre nombre de mises en service opérationnel, jusqu'à une certaine satisfaction client...

... sauf que derrière tous ces affichages la réalité terrain est moins flatteuse !

► Les promesses n'engagent...

Depuis des années on parle de simplification des offres, des process, des outils, des interlocuteurs. C'est pourtant la complexité qui dégrade le quotidien des salariés depuis 5 ans, notamment sur l'incomplétude, la desserte interne, la maîtrise de la sous-traitance.

Comment accepter qu'en 5 ans rien ne soit réglé ni au moins amélioré ?

Concernant l'incomplétude, le contrat ne peut pas être généré si les informations nécessaires et suffisantes ne sont pas présentes (identification du client, offre, prix, adresse technique et de facturation, informations techniques).

Desserte interne : elles sont construites en partie ; pour les autres, à quand un forfait remboursable ou une pré-visit de technicien avec devis si nécessaire ? Une bonne occasion de générer plus de chiffre d'affaire.

Quant à la sous-traitance, un tract ne suffirait pas à expliquer les problèmes quotidiens rencontrés. Impossible d'avoir ne serait-ce qu'un numéro de téléphone qui réponde pour échanger sur l'avancement des dossiers ?

► De nouveaux outils prometteurs...

Nous ne parlerons pas de Customer Link qui n'est pas lié à proprement parler au nouveau modèle de vente mais à une évolution. Une évolution en mode agile, à marche forcée. Donc tout n'est pas sec... Une fois de plus.

Pour autant, OneDeviseur, lui, est une vraie réussite. Nous avons hâte qu'il intègre la vie de solution en reprenant automatiquement les éléments du **PMD** (Parc Client), vraie avancée, lui aussi !

► ... mais des périmètres mal délimités !

Trop de clients avec des offres hors périmètres sur les AM conquêtes (BVPN, BTIP, offre pro, grands comptes) et trop de clients Pro qui n'ont rien à faire sur notre marché.

Que dire des comptes PRO PME à plus de 20 sites qui ne sont pas adressés comme ils le devraient ?

DEF nous demande de vendre des engagements (de SAV, de production) impossibles à tenir !

Comment, dans ces conditions, tenir les ambitions de DEF sur les relais de croissances ? Comment créer de la valeur, quand nos vendeurs passent plus de 70 % de leur temps à piloter, sur-piloter, pallier les défaillances de nos applicatifs et process pour essayer de vendre ?

Nos « escalades », nos « productions » ne se résument pas à des dossiers ou des numéros Cirrus, elles concernent des clients, des vendeurs, des assistantes commerciales, des Responsables Affaires Clients et des Managers Services Clients avec leurs réalités bien concrètes, leurs vies, leurs consciences professionnelles...

Les situations de burn out, de dépression, d'épuisement professionnel, de démissions resurgissent sur l'ensemble des populations et des territoires... le retour d'un passé qu'on pensait révolu.

► Nouvel Adressage Commercial

Il est sage d'attendre la fin de l'année 2021 et voir si le modèle s'est déployé partout pour en faire le bilan. Pour autant, beaucoup de postes sont encore en recrutement et l'attractivité ne semble pas être au rendez-vous...

Depuis des années, nous interpellons la DRH nationale du marché Entreprise sur cette problématique du comblement des postes et ses effets délétères. Le fait de supprimer les voitures pour les nouveaux vendeurs ne facilite sûrement pas les recrutements.

Le modèle se tord pour faire face aux non recrutements et aux choix sur certaines AE, de ne pas mettre de Vendeurs spécialisés parcs ; pour d'autres, de Vendeurs spécialisés Relation Commerciale (BM RC), ou encore sur certains marchés ou périmètres.

Il sera compliqué pour la Direction d'animer, de former, ou de mettre en place des challenges nationaux avec des modèles aussi différents. Sans parler de la charge de travail qui se répercute sur ceux qui restent.

► Les parts variables

Depuis 2019 plus aucun bilan !!

Son changement en tout cas ne semble plus être un moteur pour certains et une vraie perte de sens pour d'autres. Nous attendons un vrai bilan sur 2020 et 2021 pour en tirer les conclusions.

Désabusés !

La CFE-CGC s'interroge sur la réelle volonté de DEF. Nos clients pâtissent de cette situation et commencent à nous quitter pour aller voir ailleurs. Delivery est depuis plus de cinq ans toujours hors de contrôle, et le mille-feuille organisationnel de DEF l'empêche de mesurer l'ampleur du problème auquel les opérationnels sont confrontés.

Depuis maintenant plus de 5 années, aucun des différents Crash programs, boucles d'amélioration continue, chantiers n'ont su produire les effets attendus.

Nos forces de vente, RAC, avant-ventes et environnement de la vente ne savent plus vers qui se tourner !

Pire, nos clients manifestent désormais leur mécontentement et n'hésitent plus à se tourner vers la concurrence.

Alors qu'au plus fort de la crise COVID, nous n'avons jamais produit et livré aussi vite nos clients, pourquoi n'est-il pas possible de calquer l'efficacité opérationnelle de cette période sur nos fonctionnements actuels.

L'entreprise en est capable et pour la CFE-CGC, il est plus que temps !

La CFE-CGC Orange demande à DEF :

- De mettre en adéquation les moyens et les ambitions ;
- De retrouver plus de simplicité dans la mise en place de nos process ;
- D'aligner notre organisation sur un seul objectif : servir et satisfaire nos clients...



Vos correspondants

Christophe Monnier – 06 08 70 66 54

Jérôme Wartel – 06 82 59 52 40

Valérie Vincent – 06 75 09 49 72

Eddy Jegou – 06 31 14 33

cadres ou pas, vous pouvez compter sur nous !

www.cfecgc-orange.org

abonnements gratuits : bit.ly/abtCFE-CGC

tous vos contacts : bit.ly/annuaireCFE-CGC

