

1- New PVC



**La direction annonce vouloir une mise en œuvre rapide mais qui puisse se dérouler au mieux, certainement au cours de l'année 2023.**

Plusieurs lots devraient être livrés et des tests lancés auprès de vendeurs nomades à compter de ce trimestre (T4 2022). DEF annonce que cette New PVC ne devrait avoir que peu d'impacts sur les collègues du 3901 mais pourrait occasionner de gros changements pour les vendeurs sédentaires et CDC : calcul au trimestre et/ou semestre calqué sur le modèle de la PVV en AE. L'enveloppe devrait rester la même.

Pour la **CFDT** il est encore urgent d'attendre car il plane toujours beaucoup d'inquiétude tant sur les modes de contrôles, de saisies, de calculs, de remontées d'informations, ... Il n'est aujourd'hui plus entendable de lancer de nouvelles organisations en mode agile, mettant ainsi les salariés sous pression continue.

**La réussite d'A2P dépend de l'atteinte des objectifs et de la satisfaction de nos clients. La PVC est un levier pour remplir ces 2 objectifs.**

Or les équipes de ventes subissent, mois après mois, des « ajustements » dans la structure de leur rémunération variable, à travers une « lettre de cadrage mensuel » opaque, diffusée tardivement en début de mois.  
Comment travailler sereinement dans ces conditions d'instabilité ?

Cerise sur ce gâteau à composition variable (la lettre de cadrage 😊) peu ou pas d'explication pour donner du « sens » aux équipes de ventes.

La frustration est grande, car il y a une réelle incompréhension des orientations commerciales voulues par la direction : opacité, incohérence vue du terrain, rémunérations évoluant chaque mois, explications génériques et tardives.

La ligne managériale a bien du mal à légitimer ces orientations commerciales.

La stratégie commerciale ne se construit tout de même pas le 25 du mois pour le mois suivant ?

La **CFDT** presse la direction A2P d'apporter plus de visibilité auprès des équipes de ventes et surtout soutenir le management pour porter ces orientations auprès des commerciaux AVANT le début de chaque mois.

La satisfaction client devrait être décorrélée de la rémunération vendeur pour plus de clarté et de transparence.

Avoir 2 ou 3 items compatibles et atteignables maximum.

2- Lettre de cadrage

### 3- ADCP

#### **Automatisation + Sous-traitance = Fin de l'ADCP ?**

La direction annonce qu'elle n'envisage pas de fermeture mais dans un même temps annonce qu'elle n'effectuera aucun recrutement. Lorsque l'on sait que la déflation des effectifs touche une majorité de salariés dans ce service, le tout associé à de plus en plus d'automatisation, on ne peut que comprendre que la fin n'est plus si lointaine.

Et pour ceux qui restent ?

DEF envisage d'enrichir la fiche métier ADCP par des actes complexes afin de diriger les collègues concernés vers des métiers d'expertise comme, par exemple, la cellule déménagement.

### 4- BVC à marche forcée : un taux d'échec plus que problématique

#### **Testée au S2 2021 sur DOGSO, cette offre qui doit remplacer le BIV, était censée nous simplifier la vie (commande « livrante »).**

Le bilan ? Pas très glorieux.

Retard à tous les étages : côté SI, des bugs récurrents sur Enov et une saisie complexe génératrice de KO. Côté RAC, des annulations de commandes quasi systématiques pour des « incomplétudes » qui nécessitent des nouvelles validations client.

Résultat, sur certaines DO, après 6 mois de commercialisation, seules 8% des offres ont été déployées. Cette situation est génératrice de stress chez les vendeurs.

En prime, c'est 2 fois plus de temps pour 2 fois moins de CAT. Logique ?

**Nous demandons un moratoire sur le déploiement de cette offre afin de régler tous les process défaillants et d'ici là, le rétablissement de l'accès à toutes les offres BIV commissionnées (y compris FTTH).**

### 5- Vente hors portefeuille, c'est fini

#### **Depuis le 1<sup>er</sup> avril, les ventes hors portefeuille ne sont plus commissionnées pour les chargés de clientèle et les nomades.**

Nous ne comprenons pas la pertinence de cette nouvelle contrainte, ces ventes ne représentant que 15% du total. Nous perdons tout le bénéfice de notre implantation locale. Le process mis en place est complexe (Apport d'Affaire), opaque (certains vendeurs arrivent à intégrer des clients malgré tout) et générateur de frustration chez le vendeur et d'incompréhension chez le client. La direction nous dit que des dérives ont été constatées chez certains vendeurs sur les ventes hors portefeuille.

Pourquoi ne pas recadrer ces derniers au lieu de mettre en place des mesures coercitives pour tous ?

**Nous demandons aussi plus d'équité et de transparence sur les intégrations (ou non) de clients dans les portefeuilles.**



CFDT Orange

[Espace adhérents](#)

[Cfdt-orange.org](http://Cfdt-orange.org)



LinkedIn



YouTube