

## DES OBJECTIFS PAS ASSEZ SMART

La charge de travail des salariés en constante augmentation, entraîne une baisse de moral, créant un déséquilibre croissant entre le travail réel et le travail prescrit. Cependant, malgré des effectifs tendus la volonté des salariés de bien faire leur travail est bien réelle.

La **CFTD** souligne l'importance de donner du sens au travail, d'utiliser les bons outils et de pouvoir compter sur un système d'information efficace. Les salariés expriment leur inquiétude quant à leur avenir et à leur pouvoir d'achat, se sentant peu reconnus. Les augmentations individuelles, la participation et l'intéressement sont en baisse.

Concernant les vendeurs, la plupart des équipes commerciales ont du mal à atteindre leurs objectifs et doivent trop souvent se contenter d'une atteinte partielle.

La méthode SMART n'est finalement pas si « sympa » que ça pour les vendeurs, gros perdants de ce nouveau calcul de la PVC.

### LES JEUX D'ORANGE

ÉPREUVE :  
LE TRAVAIL ACROBATIQUE EN MODE AGILE



La **CFTD** revendique des objectifs commerciaux justes et atteignables :

**S** comme Spécifiques : trop d'indicateurs à atteindre !

**M** comme mesurables : trop de calculs complexes ! Trop peu d'indicateurs à la main des vendeurs

**A** comme acceptables : déséquilibre entre les efforts et les résultats. C'est plutôt inacceptable

**R** comme réalistes : pas du tout ! Trop haut, ça démotive !

**T** comme temporellement définis : une hausse exponentielle qui devient la norme, lassante et éprouvante !

La **CFTD** demande plus de simplicité, de clarté, de mesurabilité, d'équité et de réalisme dans la définition des objectifs. La direction doit réagir rapidement et revoir les objectifs des vendeurs ainsi qu'une hausse de la rémunération des produits afin de les rendre plus motivants et de générer de l'envie et de la satisfaction.

## NOUVEAU MODELE DE VENTE : ENFIN UN VRAI PARCOURS PRO !

Depuis la mise en place du nouveau modèle de vente en 2021, la **CFTD** a revendiqué la création d'un véritable parcours professionnel. Le projet de la Direction nationale A2P proposait un schéma comprenant le développement de la couverture client avec des profils proactifs tels que les nomades, les chargés de clientèle et les conseillers proactifs, ainsi que l'amélioration de la prise en charge et de la satisfaction client en créant des conseillers spécialisés (niveau 2 3901). La Direction se félicitait de donner aux salariés des perspectives d'évolution par le développement des compétences tout en permettant un parcours professionnel bien défini :

**Conseiller 3901 → Conseiller spécialisé/Conseiller proactif → Chargé de clientèle → Nomade → DE.**



La **CFTD** a insisté sur la nécessité d'un parcours de formation pour permettre aux salariés provenant d'autres unités de mieux appréhender le marché Pro/PME. La mise en œuvre de ce parcours a pris du temps, causant des difficultés pour de nombreux salariés. Grâce à l'engagement des représentants **CFTD**, ce parcours de formation est désormais une réalité, ce qui est bénéfique tant pour les vendeurs que pour la direction.

# BILAN RH : LE DEGRAISSAGE CONTINUE...

Services	2021	2023	2024 juin	Evolution 2021 VS juin 2024
Réactif	102,2	77,9	70,5 ↓	- 31,7
Proactif	88,8	111,7	116,7 ↑	+ 27,9
Service	122,4	91,6	88,7 ↓	- 33,7
Support	61,7	52,9	54,2 ↓	- 7,5
<b>TOTAL</b>	<b>375,10</b>	<b>334,1</b>	<b>330,1 ↓</b>	<b>- 45</b>

## EVOLUTION DES EFFECTIFS ETP A2PGSO (données RH A2PGSO)

Le constat est sans appel, hormis le département des ventes proactives tous les services perdent des effectifs. Cette politique de l'emploi s'inscrit pleinement dans une stratégie commerciale tournée vers plus de proactivité. La **CFDT** n'est pas dupe, cette hausse n'est ni plus ni moins que le résultat principalement de vendeurs qui évoluent du réactif vers les métiers des ventes proactives. La **CFDT** est préoccupée par la baisse vertigineuse des départements services et fonctions supports, les salariés partent et ne sont pas remplacés. La **CFDT** est inquiète de la perte de savoir interne à l'entreprise et d'une sous-traitance des métiers du back office presque à 100%. Satisfaction rime-t-elle avec sous-traitance à outrance ? La **CFDT** ne le pense pas.

La Direction doit réagir pour ne pas subir et conserver notre ADN, nos savoirs faire.

**In fine la stratégie reste toujours de faire plus en réduisant davantage les coûts.**

La **CFDT** revendique une politique de recrutements **ambitieuse** pour **compenser les départs !!!**

## NOUVELLE ACTIVITE A L'A2PGSO : SPECIALISTE DOMAINE CLIENT !INSTALLATION FIBRE

Pour la **CFDT** cette nouvelle activité est le résultat des limites d'une stratégie basée sur la sous-traitance à outrance des services du back office. L'expertise doit rester une compétence interne à l'entreprise. Pour vos élus la création de cette activité, issue du programme Fibre 360, ne peut être que **bénéfique** à la satisfaction des salariés et des clients. La **CFDT** revendique des perspectives d'évolutions pour les salariés de l'A2PGSO. Selon nous ce nouveau métier devra **pérenniser** l'activité en interne et permettre aux salariés de pouvoirs évoluer vers une reconnaissance sur la bande cadre DBis. La **CFDT** veut faire preuve d'optimisme et encourage la Direction de l'A2PGSO à transformer l'essai.

**DEFENDRE VOS DROITS, UNE NECESSITE VOUS ACCOMPAGNER NOTRE VOLONTE !**

**CFDT #PartoutPourTous**

Vos représentants  
**CFDT :**



**Sylvaine Bousenard**  
Représentante de proximité



**Stéphane Villedieu**  
Délégué syndical  
Elu CSE  
Elu CSEC



**Julie Godard**  
Déléguée syndicale



**Nadia Dudon Massias**  
Déléguée Syndicale  
Elu CSE



**Nathalie Vera Pouzet**  
Représentante de proximité  
Elu CSSCT



**Patrice Rivol**  
Elu CSE  
Elu CSSCT  
Elu CSSCTC



**Patricia Plegat**  
Représentante de proximité



**Suivez-nous  
sur les réseaux !**