

Réorganisation du commercial courrier

Pourquoi une nouvelle réorganisation ?

Le courrier admet qu'il a pris du retard au regard du calendrier européen et que sa façon de se positionner n'est plus adaptée face à la concurrence. Pour atteindre ses objectifs, il met l'accent sur :

- la gestion des « grands clients » ;
- la revalorisation des forces de vente ;
- la révision du système de commissionnement.

Sur ces deux derniers points, il s'agit d'annonces et de pistes encore à finaliser. La CFDT en débattrait avec vous et sera très exigeante car c'est un enjeu essentiel pour la reconnaissance et la mobilisation des forces de vente.

L'APPLICATION OPÉRATIONNELLE

1. Création d'une filière grands comptes avec des moyens « supports » supplémentaires :

- le pôle Solution au niveau du siège ;
- pour les 4 plus grandes DOTC en CA (Paris Nord, Paris Sud, Hauts-de-Seine et Nord), une direction grands comptes stratégique adossée à la direction commerciale courrier et rattachée aux DOTC. Les autres DOTC dépendent du directeur commercial territorial.

2. Poursuite de la professionnalisation de la télévente :

- accueil des clients « Face-à-Face » ;
- augmentation du nombre de vendeurs (+ 50) ainsi que du niveau de fonction pour certains (III.2) sur les clients GOLD.

3. Rééquilibrage du ratio fonctions opérationnelles / fonctions supports à périmètre constant.

Cela se traduit par une dimension de la force de vente Face-à-Face en DOTC (-11% au niveau national). C'est tout le problème ! Notre action syndicale portera sur les conséquences pour le quotidien des personnels en veillant à ce que tous les candidats non sélectionnés puissent bénéficier du maximum de possibilités de reclassement acceptables. **Cette action, nous la mènerons avec vous !**

Déclaration préalable au CTP de la DOTC Paris Sud du 22 novembre 2006

Monsieur le Président,

Si nous pouvons comprendre la nécessité d'adapter le commercial courrier aux enjeux de satisfaction de la clientèle actuelle et future, nous regrettons la précipitation dans laquelle se met en place la nouvelle organisation, générant des questionnements de la part du personnel concerné. Le transfert de compétences et de clients vers la télévente, la création d'une filière dédiée aux ventes grands comptes fondent les grands principes de la nouvelle organisation du commercial DOTC Paris Sud. C'est dans le cadre de cette organisation future que s'inscrivent, ou non, les actuels personnels de la direction commerciale et des forces de ventes. Or, comme dans toutes opérations de restructurations, des réponses doivent être apportées rapidement, face à la démoralisation ambiante et aux craintes de chasse aux sorcières. C'est de la responsabilité de la direction.

Pour celles et ceux qui souhaitent rester dans la filière :

- L'entretien de sélection est un passage obligé qui pose question sur le départage des candidats, ce qui crée une certaine suspicion sur la finalité des entretiens. Par exemple, il nous semble important de garder les compétences, en priorisant les connaissances clients des vendeurs, au-delà de la grille de sélection, pour ceux dont le porte-feuille clients demeure à plus de 50%. Il serait très mal vu d'opérer des recrutements externes à la DOTC sur des marchés ou des clientèles tenus par des personnels actuels de la DCCC.

- Qu'advient-il des candidats non retenus ? Quelles autres options et garanties leur seront attribuées ? Bénéficieront-ils des dispositions concernant les personnels souhaitant quitter la filière sur la labellisation individuelle maintenue ?

Justement en ce qui concerne ces derniers, les surnombres évoqués lors de la

CDSP du 23 octobre nécessitent un traitement particulier, avec un suivi individuel en fonction des souhaits émis et des possibilités offertes. Nous savons que la satisfaction d'une réorientation professionnelle réussie dépend de plusieurs facteurs, mais qu'il faut surtout donner du temps au temps. La CFDT souhaite des précisions en la matière, dans le but de sécuriser les personnels qui seront amenés à évoluer en dehors de la filière.

Ces éléments doivent figurer au menu des commissions de suivi, dont nous souhaitons la tenue régulière après ce CTP, pour tirer un premier bilan des sélections et pour suivre la mise en place de la nouvelle organisation, mais aussi pour traiter toutes les demandes individuelles ou collectives. Nous espérons vivement que soit levé le flou existant en matière de promotion, afin de ne pas léser les agents en place, notamment les assistants commerciaux qui resteront dans la future organisation.

Pour conclure, Monsieur le Président, nous rappelons que cette réorganisation, si elle a fait l'objet de concertation au niveau national, n'a été ni négociée, ni validée par les organisations syndicales. Nous n'avons pas eu de bilatérales non plus au niveau de la DOTC Paris Sud, contrairement au Nord. Elle se solde par moins d'emplois au niveau national dans la filière commerciale, ce qui est une contradiction avec l'objectif affiché de répondre aux défis et aux enjeux du Courrier. De plus, nous sommes en désaccord de fond sur l'exclusion des assistants commerciaux du commissionnement, alors qu'on maintient dans leur fonction du Face-à-Face.

Mais ce n'est pas parce que la CFDT exprime ces désaccords que, pour autant, nous pratiquerons la politique de la chaise vide. Nous répondrons présents, aujourd'hui comme demain, pour défendre les intérêts individuels et collectifs des personnels de la DCCC.



EDITO Les filières commerciales en première ligne

Face à l'échéance de 2009 et les menaces de libéralisation totale du courrier, La Poste réorganise en profondeur ses forces de vente. Elle le fait le plus souvent dans la précipitation et sans rechercher une véritable cohérence entre les métiers. On dirait même que ces derniers se comportent comme des filiales indépendantes prêtes à se faire la guerre. Or, les milliers d'emplois qui sont en jeu ainsi que la présence postale sur le territoire exigent des cohérences, des synergies, mais en aucun cas les stigmatisations ridicules auxquelles on assiste (voir le discours de Redding devant les DLP s'en prenant au RGP).

Pour gagner la bataille du développement, les réorganisations des filières commerciales, qui peuvent avoir une certaine logique, ne suffiront pas. Certaines lassitudes se font jour, ce qui peut poser problème pour la motivation nécessaire dans ces métiers difficiles. A cet égard, l'organisation du management est bien souvent critiquée, car elle pose à la fois de nouvelles questions et de nouvelles contraintes sans apporter l'autonomie

promise et la reconnaissance attendue. C'est pourquoi la CFDT a enquêté auprès des vendeurs du Grand Public et a commencé à faire bouger La Poste sur la question de la rémunération et du commissionnement. Ce n'est qu'une étape, d'autres seront nécessaires si l'on veut combler les déficits de recrutement (300 en Ile-de-France) et s'aligner vraiment sur la concurrence des banques.

Concernant la filière Courrier, la nouvelle réorganisation vise à coller au marché en renforçant le secteur stratégique qui pèse lourd sur les

marges de La Poste. On peut le comprendre. Mais si cette nouvelle organisation fait monter en compétence certains acteurs de la filière, il y a aussi à veiller à ce que personne ne soit laissé au bord du chemin. C'est tout le travail engagé aujourd'hui par la CFDT dans les différentes DOTC.

La bataille du développement de La Poste ne se gagnera que par une confiance retrouvée et une motivation reconnue avec des mesures concrètes qui récompensent les efforts des vendeurs.

Le triptyque gagnant :
→ cohérence entre métiers
→ confiance retrouvée
→ motivation reconnue

sommaire

2 Vendeurs du Réseau Grand Public : la CFDT à votre écoute

► Résultats de l'enquête « Travail en questions ».

2 Réorganisation du commercial courrier : Faire plus avec moins !

► Une deuxième réorganisation en trois ans.

3 La CFDT obtient de nouvelles avancées pour les vendeurs du RGP...

► Des premières mesures positives mais nos exigences demeurent.

4 Réorganisation du commercial courrier

► Pourquoi une nouvelle réorganisation ?

► Déclaration préalable au CTP de la DOTC Paris Sud du 22 novembre 2006

Le com-mercial
Lettre d'information trimestrielle des forces de vente
64, rue de Saintonge 75003 Paris
Tél. : 01 40 29 82 00 - Fax : 01 40 29 82 10
www.cfdtsf3c.org - Courriel : contact@cfdtf3c.org

Vendeurs du Réseau Grand Public La CFDT à votre écoute

Il y a un an maintenant, vous avez été nombreux à interpellier les équipes CFDT pour leur faire part de vos difficultés, du malaise, voire du mal-être que vous ressentiez dans l'exercice de votre fonction. Pour la CFDT, il y avait urgence à prendre en compte ces difficultés. Un premier rendez-vous a été pris fin mars 2006 avec Pascal Copin, directeur exécutif Ile-de-France, afin de lui transmettre vos réalités de terrain (avec un T majuscule si on parle du projet Terrain).

En parallèle, pour cerner dans le détail vos problèmes et le malaise ressenti, nous sommes allés enquêter auprès de vous au moyen du questionnaire « **Travail en**

Questions ». Les résultats de cette enquête nous permettent de porter des revendications pertinentes correspondant à toutes vos attentes. Nos différentes actions depuis dé-

but septembre ont permis d'obtenir quelques avancées (voir ci-contre), qui restent en deçà de vos attentes légitimes, notamment sur le niveau global de la rémunération.

LES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE EN RÉSUMÉ

▼ Salarial

La rémunération globale dépend largement du commissionnement, contrairement aux banques qui privilégient le fixe. La CFDT a interpellé La Poste pour qu'elle rectifie le déséquilibre fixe/variable, le commissionnement restant une rémunération non garantie. Le transfert (voir page 3) est un pas dans ce sens.

▼ Temps de Travail

La moitié des vendeurs du Réseau déclare faire en moyenne 44 heures par semaine. A juste titre, ils considèrent que ces heures supplémentaires sont excessives et trop contraignantes, et rendent impossibles le bon équilibre vie professionnelle-vie familiale (et/ou loisirs, vie sociale etc.) La CFDT a depuis longtemps fait du temps de travail sa priorité.

Tout dépassement d'horaires doit être d'une part exceptionnel, d'autre part au choix du vendeur, et enfin justement compenser !

▼ Organisation du travail

Avec plus de 60% du temps de travail consacré à d'autres activités, il reste peu de temps pour recevoir les clients, alors que c'est l'essentiel du métier. Pour la CFDT, la suppression de l'assistanat est une erreur stratégique puisque trop de temps est consacré aux tâches annexes quand il devrait l'être sur la vente.

65% des vendeurs considèrent le travail du Samedi comme une contrainte,

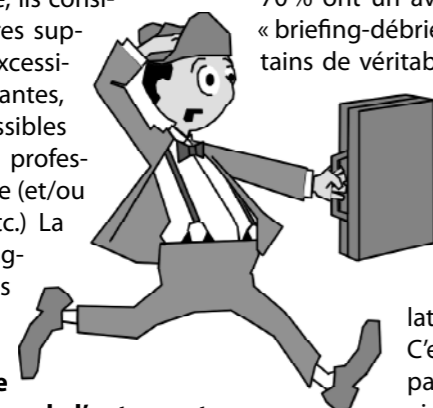
et 59% pensent que s'il peut être productif, il n'est pas systématiquement nécessaire. **Pour la CFDT, c'est au minimum un samedi sur deux que nous voulons. Et la semaine avec le samedi doit comporter un jour plein de repos.** 5 jours suffisent largement à faire les 35 heures ! D'autant que la moitié des commerciaux travaille 4 à 5 fois en horaires tardifs, peu, voire pas compensés par des aménagements d'horaires.

▼ Méthodes de travail

70% ont un avis négatif vis à vis du « briefing-débriefing », qualifié par certains de véritable flicage. On pourrait facilement traduire cela par une mauvaise communication managériale, mais 75% d'entre vous considèrent avoir de bonnes relations avec la hiérarchie. C'est donc bien le fond et pas la forme du briefing qui est critiqué.

Le travail est quand à lui majoritairement intéressant (92%), fatigant nerveusement et faible en moyens pour le pratiquer correctement.

Ces résultats ne sont qu'un court résumé de notre enquête. Les équipes CFDT ont en leur possession, lors des visites de bureaux, **la brochure qui reprend de façon exhaustive les résultats de l'enquête.** N'hésitez pas à les interpellier ! Vous pouvez également nous contacter par téléphone ou mail pour recevoir la visite d'un de nos représentants !



Réorganisation du Commercial Courrier Faire plus avec moins !

Tel pourrait être le slogan de cette nouvelle organisation, au vu du solde d'emplois final, qui tangente les moins 200 dans la filière commerciale courrier au niveau national.

Certes, ce n'est pas la purge de 2003 avec 50% des postes en moins, mais c'est une nouvelle saignée qui fait mal. Elle est à peine adoucie par les revalorisations de carrière annoncées : création de postes (vendeurs, encadrement, fonction support) et revalorisation des métiers (responsable grands comptes, conseillers clientèle, télévente...)

Pourtant, la philosophie qui prévalait à sa mise en oeuvre pouvait être compréhensible, les enjeux vis-à-vis des clients entreprises étant énormes. Basculer les clients de -15k€ (-18k€ pour Paris Sud) vers la télévente, diminuer le face-à-face pour prioriser les gros clients dans les DOTC, augmenter le pyramidage des classifications, mettre en place une filière dédiée aux grands comptes, tels sont les axes de cette réorg. Quatre DOTC (dont trois en Ile-de-France : DOTC Paris Nord et Sud, 92) disposent d'une organisation spécifique pour les grands comptes. Si les « gagnants » semblent être les services télévente, il ne peut être question, pour la CFDT que les « perdants » soient les directions commerciales des DOTC. Pourtant, c'est là qu'il y a des emplois supprimés, c'est là que les assistants commerciaux perdent le commissionnement. Une vraie contradiction avec l'objectif affiché de répondre aux défis du Courrier. Dans

La CFDT obtient de nouvelles avancées pour les vendeurs du RGP...

Lors de l'enquête que la CFDT avait menée début 2006 auprès de 700 vendeurs du Réseau Grand Public, « le salarial » apparaissait comme la première préoccupation de ces agents..

PREMIÈRES MESURES POSITIVES...

Il y a quelques semaines, après avoir interpellé La Poste sur ce sujet, la CFDT obtenait des premières mesures très positives pour le personnel. Il s'agissait notamment de la mise en

place d'une prime de fonction issue du transfert d'une partie du commissionnement :

- 1 400 euros pour les COFI
- 2 400 euros pour les COCLI
- 3 400 euros pour les CSP et CSI

Il s'agissait également de la mise en oeuvre de la revalorisation exceptionnelle des salaires des III.1 contractuels, et également de la **neutralisation des décollectes** dues au décès des clients. Sur ce dernier point, la CFDT a demandé que le seuil des décollectes neutralisées passent à 30 000 euros (au lieu de 50 000 initialement), mais aussi qu'il soit étendu à l'ensemble des vendeurs du Grand Public (alors qu'il ne concernait que les colic et CSP auparavant). **C'est obtenu !**

MAIS ATTENTION...!

La présentation des nouveaux dispositifs de commissionnement 2007 fait apparaître des seuils. Pour la CFDT, c'est clair : **ni plafond, ni plancher !** Il n'est pas souhaitable d'instaurer des plafonds en terme de rémunération variable. Ca irait à l'encontre des intérêts de chacun puisqu'un vendeur qui aurait atteint son maximum de rémunération perdrait aussitôt toute motivation. Il faut savoir que ces plafonds existent dans les banques, notamment la LCL.

Mais si les plafonds peuvent générer un manque à gagner, les planchers peuvent avoir des conséquences bien plus désastreuses ! La présentation des orientations de La Poste pour le nouveau dispositif de commissionnement fait apparaître la **mise en place d'un seuil en deçà duquel le commissionnement ne sera pas déclenché.** Ce type de procédure est scandaleux sur le fond et sur la forme. Sur la forme, c'est un moyen de pression démesuré dont les salariés de France Télécom peuvent vous parler. Chez eux, ces montants planchers sont tout simplement chan-

gés en cours de mois, notamment si le vendeur les a trop vite atteints ! **La CFDT a exprimé son profond désaccord avec cette mesure.** Sur le fond, on s'en tient à la simple mais très juste maxime « tout travail mérite salaire » que nous déclinons en « toute vente commissionnée à l'acte mérite commissionnement » !

Autres dispositifs contestables, le principe de l'engagement pour les conseillers financiers et les conseillers clientèle (déjà en place pour les CSP). En gros, le vendeur « s'engage sur un objectif » en concertation avec son manager, et du degré d'atteinte du dit objectif dépendra le montant du commissionnement. Vous nous direz que ça peut avoir du bon pour le vendeur qui veut être tranquille toute l'année : il se fixe un objectif à zéro et part aux Antilles (par exemple !) toute l'année. Mais ce n'est pas aussi simple... L'objectif est fixé avec le manager qui n'ira évidemment pas en dessous d'un seuil déjà très élevé.



Les premières avancées ne nous ferons pas revoir nos exigences à la baisse. Nous continuerons à nous battre sur le terrain des salaires, mais aussi sur l'organisation du travail, le manque d'assistanat, l'impossibilité de choisir un temps partiel pour les vendeurs ou encore la non-reconnaissance des assistants CSI CSP...